

مقاله پژوهشی:

آینده‌نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی

ابراهیم سلطانی نسب^۱، مهدی ناظمی اردکانی^۲

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۱۲

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۱۰

چکیده

بیش از چهار دهه است که بررسی اقتصاد فرهنگ و هنر در دنیا مورد توجه جدی است و طی آن ادبیات روزافزونی درباره ابعاد اقتصادی فعالیت‌ها و آثار فرهنگی و هنری شکل گرفته و مباحث آن در دانشگاه‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. این پژوهش، با انتخاب یکی از مهم‌ترین روش‌های آینده‌نگاری یعنی سناریونویسی به آینده‌های محتمل صنایع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی پرداخته تا بسترهای توسعه توان داخلی جهت تحقق اقتصاد درون‌زا و برون‌گرا از طریق گسترش کمی و کیفی صنایع فرهنگی فراهم شود. از این رو با مطالعه میدانی و احصا ابعاد نظری از ادبیات تحقیق و با استفاده از نظرات ۳۲ نفر از پژوهشگران، ۴۷ مقوله اصلی پس از بررسی روایی و پایایی از سوی صاحب‌نظران حوزه صنایع فرهنگی، استخراج شد و با استفاده از نظرات خبرگان این موضوع طی دو پیل خبرگی مورد بررسی قرار گرفت. با استفاده از روش سناریونویسی با تعیین «عدم قطعیت‌های کلیدی» چهار سناریوی اصلی شامل؛ سناریو اول (مرغ دریایی)، سناریو دوم (مرغ لیجن خوار)، سناریو سوم (نهنگ به گل نشسته) و سناریو چهارم (دلفین در قفس) به دست آمد و راهکارهای خبرگان مورد نظر برای تحقق دورنمای مطلوب هر سناریو پیشنهاد شد.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، اقتصاد فرهنگ، سناریو نویسی، صنایع فرهنگی.

^۱ - دکترای آینده پژوهی، دانشگاه عالی دفاع ملی (نویسنده مسئول) saeedsoltaninasab@gmail.com

^۲ - دانشیار، هیئت علمی دانشگاه امام حسین (ع).

مقدمه

دین مبین اسلام، آخرین و کامل‌ترین شیوه‌نامه دنیوی و اخروی است که از سوی خداوند متعال برای سعادت و خوشبختی انسان نازل شده است و از این رو برای همه شئون و جنبه‌های زندگی وی برنامه مدونی دارد. خداوند متعال هیچگونه تسلطی را بر مسلمانان از سوی کفار قرار نداده و نمی‌پذیرد. این عدم تسلط بر همه زوایای راهبردی جامعه اسلامی شمولیت داشته است که فرهنگ و اقتصاد جامعه اسلامی را نیز در بر می‌گیرد.

جمهوری اسلامی در شرایط کنونی نیازمند بهره‌گیری از مؤلفه‌های درون‌زای قدرت ملی برای پیشرفت همه جانبه است و می‌خواهد مستقل از قدرت‌های استکبار حیات طیبه را در زمین محقق سازد، لذا ناگزیر از توجه روزافزون به مؤلفه‌هایی است که نیازی به کشورهای غربی نداشته باشد و وابستگی به فرهنگ و به تبع آن اقتصاد غربی که زمینه ساز تسلط کفار است فراهم نشود. یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر گسترش و تعمیق فرهنگ در شرایط کنونی، توسعه صنایع فرهنگی است. چراکه صنایع فرهنگی بر اساس تجارب برخی از کشورهای جهان، برآمده از مؤلفه‌های درون‌زای قدرت ملی بوده و بنابراین پژوهش پیرامون اجرایی ساختن آن همسویی چشمگیری با مقاومت اقتصادی دارد که سنجه‌های اصلی آن، ایجاد بنیان‌های اقتصادی پابرجا و تاب‌آور ملی را ضروری می‌سازد.

بنابراین سرنوشت صنایع فرهنگی و اقتصاد مقاومتی به عنوان مؤلفه‌های درون‌زای قدرت ملی به هم گره خورده است. ناگفته پیداست که ارتباط اقتصاد و فرهنگ در آینده نیز افزایش خواهد یافت؛ به عنوان نمونه برخی از آینده‌پژوهان نام‌آشنای جهان همچون سهیل عنایت ا... موج چهارم تمدن بشر را دوران معنویت پیش‌بینی کرده‌اند که با توجه به ارتباط وثیق فرهنگ اسلام و معنویت، می‌توان چنین بیان نمود اگرچه می‌تواند این رابطه، مستقیم نباشد، اما در آینده، فرهنگ و صنایع فرهنگی برآمده از اسلام عزیز، نقش بسزایی در تمدن‌سازی ایفا خواهند کرد (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۹).

این پژوهش با هدف طراحی و ترسیم سناریوهای منسجم و یکپارچه ملی در حوزه صنایع فرهنگی و به منظور پاسخگویی به ضعف‌های پیش‌گفته انجام می‌پذیرد تا در رویارویی با هر

آینده احتمالی، در افق زمانی مشخص، مطلوبیت‌های ملی در حوزه صنایع فرهنگی در بستر اقتصاد مقاومتی تضمین شوند. با در نظر گرفتن پیچیدگی‌ها و گستردگی مفاهیم مرتبط با آثار، کالاها، خدمات و محصولات فرهنگی، آینده‌نگاری صنایع فرهنگی در دستور کار قرار می‌گیرد تا با بهره‌گیری از مؤلفه‌های موجود در این صنعت مهم و اثربخش که دربرگیرنده صنایع و شاغلان دست‌اندرکار فرهنگی، هفت هنر و فناوری‌های نرم نوپدید است، بتوان بستری مطمئن برای تولیدات کالاها و ارائه خدمات فرهنگی مطلوب جمهوری اسلامی ایران در پرتو اقتصاد مقاومتی فراهم آید که همانا مبتنی بر ارزش‌های اسلامی- ایرانی نیز خواهد بود. در مجموع می‌توان گفت که آینده‌نگاری صنایع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی می‌تواند آینده‌های بدیل صنایع فرهنگی را در اختیار قرار دهد تا در هنگامه بروز تهدیدات نوین آینده، از غافلگیری راهبردی جلوگیری شود.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

بر اساس نظر جامعه‌شناسان، فرهنگ بیانگر نگرش ما به دنیا و تفکر ما درباره تمام ابعاد زندگی و دربرگیرنده رفتار ما و همه چیزهایی است که تولید می‌کنیم، اعم از محصولات مادی یا معنوی، همچون ارزش‌ها، هنجارها، دانش‌ها، هنرها، عاطفه‌ها، سلیقه‌ها، آداب و رسوم و قوانین (تاجیک، ۱۳۸۲). با این وجود، از آنجا که هر فرهنگی دارای مؤلفه‌های پرشماری همچون منابع، مبانی و مبادی و ویژگی‌های خود است، لازمه اصلاح فرهنگ و دستیابی به فرهنگ مطلوب، ایجاد تغییرات مناسب در منابع، مبانی و ویژگی‌های آن فرهنگ، همراه با به‌کارگیری روش‌های مناسب است. اسلام به عنوان دین خاتم و کامل‌ترین مکتب برای هدایت و رشد بشر دیدگاه‌های ویژه‌ای در این زمینه دارد که آگاهی از این دیدگاه‌ها، نخستین گام برای تحقق فرهنگ مطلوب است (میری، ۱۳۹۳).

در معرفت دینی، فرهنگ حاصل تکلم خداوند با بشر است که حقیقتی ماورایی و آسمانی دارد؛ فرهنگ با انسان معنی پیدا می‌کند و با او حیات و نضج می‌یابد. همچنان‌که انسان موجود دنیایی نیست و نقشی در آفرینش ندارد و شناخت درستی از کارکرد روحی و بدنی خود ندارد و

تمامی آموزه‌های آن را از خالق خود دریافت می‌کند، به همان‌سان فرهنگی که بیانگر سبک و سیاق زندگی راستین اوست، سرچشمه دنیوس ندارد و جوهره آن، آسمانی و ماورایی است؛ مانند زیبایی و جمال (بابایی، ۱۳۸۴: ۲۳).

حضرت امام خمینی (ره) در تمثیل زیبایی، فرهنگ را سایه‌ای از نبوت و فرهنگی‌ها را سایه‌ای از نبوت و فرهنگی‌ها را سایه‌ای از نبی به شمار می‌آوردند و اظهار می‌دارند: «کأنه فرهنگ سایه‌ای از نبوت و فرهنگی‌ها سایه‌ای هستند از نبی، این سایه باید عمل کند به آن طوری که ذی ظل عمل کرد ... هر حرکتی پیغمبرها می‌کنند، همانی است که مطابق رضای خدا است؛ به حرکت او، به تحریک او حرکت می‌کنند. از خودشان حرکت ندارند. شما هم، فرهنگی‌ها ظل انبیاء باشید» (صحیفه نور، ج ۷: ۴۲۹)

مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی طی سال‌های متوالی به مقوله فرهنگ، اهمیت، تعریف و مؤلفه‌های مؤثر بر آنها اشاره داشته‌اند. به نظر می‌رسد می‌توان فرهنگ را به معنای خاص برای یک ملت، عبارت از ذهنیات، اندیشه‌ها، ایمان‌ها، باورها، سنت‌ها، آداب و ذخیره‌های فکری و ذهنی به شمار آورد که بخش عمده آن، عقاید و اخلاقیات یک فرد یا یک جامعه است. «بر اساس این منطق، فرهنگ در جهت‌دادن تصمیم‌های کلان، حتی تصمیم‌های اقتصادی، سیاسی، مدیریتی و تولیدی نقش دارد. وقتی ساختمان می‌سازیم و شهری بنا می‌کنیم، در واقع فرهنگی را ترویج یا تولید می‌کنیم یا اشاعه می‌دهیم. وقتی تولید اقتصادی می‌کنیم، در واقع داریم با این کار، فرهنگی را تولید می‌کنیم، اشاعه می‌دهیم یا اجرا می‌کنیم. اگر در سیاست خارجی، مذاکره‌ای می‌کنیم و تصمیمی می‌گیریم، عیناً همین معنا وجود دارد. بنابراین، فرهنگ، مثل روحی است که در کالبد همه فعالیت‌های گوناگون کلان‌کشوری، حضور و جریان دارد و باید در تولید، خدمات، ساختمان‌سازی، کشاورزی، صنعت، سیاست خارجی و تصمیمات امنیتی، رعایت شود و حدود را معین و جهت را مشخص کند؛ به طوری که اگر ملتی از نظر شاکله ظاهری، مقبول و پیشرفته جلوه کند و از نظر فرهنگی و باطنی دچار نابه‌سامانی باشد، ملت

ورشکسته‌ای خواهد بود؛ اما ملتی که از نظر فرهنگی غنی باشد، حتی اگر برخی مشکلات سیاسی و اقتصادی نیز داشته باشد، بالقوه ملت مقتدری است.»^۱

در همین راستا مقوله و بر اساس مبانی فرهنگی شیعی، فرهنگ علوی هویت فکر و چارچوب ذهنی کشور ما را می‌سازد، با احصا و دسته بندی داده‌های برگرفته از نهج‌البلاغه شاخصهای آن عبارتند از:

واقع‌بینی؛ آینده‌نگری؛ آینده‌پژوهی؛ تجربه‌نگری؛ جامع‌نگری؛ انعطاف‌پذیری و ژرف‌نگری (بابایی طلاتپه، ۱۳۹۶).

معیارهای اصلی فرهنگ علوی، تعالی‌سازی و کمال‌یابی است که در آن هم به محتوای عمل و هم به شیوه عمل و ابزار آن توجه می‌شود؛ اگر این سه رعایت شود، در فرهنگ علوی از آن به عمل صالح یاد می‌شود و اگر این اعمال با اندیشه‌ای توحیدی پشتیبانی شود، کلام طیب و پاک نام می‌گیرد و از صاحب‌کلام با عنوان مؤمن یاد می‌شود که با هم رشد و کمال انسان‌ها را فراهم می‌کند: «الیه یصعد الکلم الطیب و العمل الصالح یرفعه» (همان، ۴۹).

از دیدگاه امام خمینی (ره)، فرهنگ دارای دو ساحت اصلی است: نخست بُعد فردی فرهنگ که با انسان و سعادت وی ارتباط دارد و دیگری بُعد اجتماعی فرهنگ که در عرصه حیات اجتماعی انسان‌ها حضور دارد. از نگاه ایشان، فرهنگ سازنده و پیشرو در حوزه‌های فردی و اجتماعی سبب هدایت انسان‌ها و جامعه و تربیت الهی هر دو خواهد شد. از نگاه حضرت امام (ره)، فرهنگ مطلوب یک جامعه بایستی دربرگیرنده ویژگی‌های زیر باشد: دارای نظام تربیتی برای رشد و تعالی انسان باشد؛ فعال، پیشرو و روزآمد باشد و هیچگاه دچار تحجر، انفعال و غریزدگی نشود و با محوریت فرهنگ خودی، تأمین‌کننده استقلال فرهنگی باشد (لشگری، ۱۳۹۲).

مهمترین مؤلفه اثربخش در بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، نقش‌آفرینی فرهنگ امید و ارایه تصاویر امیدبخش از آینده است که بر ضرورت بهره‌گیری از آینده‌پژوهی به عنوان حوزه دانشی امیدآفرین تأکید می‌کند: «سعی کنید در حرف و منش و اقدامات، به جوانها امید دهید. باید

۱. بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در دیدار اعضای شورای عالی

هنرمندان امیدبخش باشد؛ شاعران امیدبخش باشد؛ نویسنده‌تان امیدبخش باشد؛ کشاورزان امیدبخش باشد؛ صنعتگران امیدبخش باشد. این امید، امید کاذب هم نیست؛ امید صادق است. من طرفدار دادنِ امیدهای کاذب نیستم؛ من می‌بینم که این امید، صادقانه است. بگذارید جواناتان با خوشبینی و اعتماد به آینده، نیروی ذاتی خود را به حرکت دریاورد و تحول عظیمی که از یک انسان طبیعی و ساده، یک ابن‌سینا می‌سازد، در درون او به‌وجود آید. امروز این، مسأله‌ی ماست و به نظر من مسأله‌ی اول نخبگان هم باید این باشد.»^۱

ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که ایجاد ارزش افزوده از اقتصاد فرهنگ با صنایع فرهنگی محقق می‌شود. به عنوان نمونه، به باور دلا لوسیا همبستگی آشکاری میان توسعه محلی، اشتغالزایی و ایجاد خوشه‌های صنایع فرهنگی وجود دارد. وی با برشماری مؤلفه‌های مدیریت فرهنگی و میراث کهن ایتالیا، ۵۰ درصد از اشتغالزایی سامانه‌های کارگری منطقه‌ای را برآمده از صنایع فرهنگی همچون مدیریت آثار باستانی و رونق گردشگری مبتنی بر آن می‌داند (Della Lucia, 2017).

همچنین با بررسی یافته‌های برجسته در حوزه صنایع فرهنگی، لمپل (۲۰۱۵) نتیجه می‌گیرد که توسعه صنایع فرهنگی از دیدگاه صاحب‌نظران حوزه مدیریت، از اولویت فراوانی برخوردار است چراکه زمینه‌ساز بهره‌گیری از ویژگی‌های اقتصاد پسا صنعتی است: سازمان‌دهی انعطاف‌پذیر، بهره‌گیری پیشرفته از فناوری‌های نوپدید در فرایند تولید، نوآوری و به‌کارگیری نخبگی خلاقانه و فناورانه. از این رو، توسعه صنایع فرهنگی نیازمند مدیریت نخبگان، بهره‌گیری راهبردی از دارایی‌های ناملموس، ایجاد تعادل میان افراد دارای استعداد ویژه و دیگر افراد در کارهای گروهی و اعتماد بر شبکه‌ها است که به تدریج در دیگر صنایع نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند.

صنایع فرهنگی بیش از آنکه پشتیبان سپاهیان فرهنگی ایران اسلامی در رویارویی با دشمن باشند، می‌توانند در گسترش و تعمیق پیام انقلاب اسلامی در سراسر جهان موثر باشند. این

۱. بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در دیدار جمعی از مسئولان و نخبگان استان

صنایع در واقع ابزار و محملی هستند که جمهوری اسلامی بتواند منطق قرآنی «و جادلهم بالتی هی احسن»^۱ را در برابر پیروان دیگر ادیان و مکاتب به کار گیرد و حقانیت اسلام ناب و اهداف آزادی‌بخش و راهگشای انقلاب اسلامی را برای جهانیان اثبات کند. از این رو، اغراق نیست اگر صنایع فرهنگی صنایع ویژه انقلاب اسلامی نامیده شود (کیقبادی و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۴).

تعریف صنایع فرهنگی

بنا به تعریف یونسکو، صنایع فرهنگی از حیث «ترویج و حراست از تنوع فرهنگی و تضمین دسترسی مردم سالارانه به فرهنگ» بسیار حایز اهمیت‌اند. این ماهیت دوگانه - ترکیب جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی - سیمای متفاوتی به صنایع فرهنگی می‌بخشد.

تفاوت صنایع فرهنگی با صنایع خلاق

اما برداشت کشورها از مفهوم "صنایع خلاق" متفاوت است. این اصطلاح نسبتاً جدید در سال ۱۹۹۴ در استرالیا با ارایه گزارش "ملت خلاق" پیدا شد. این اصطلاح در سال ۱۹۹۷ وقتی دولت انگلستان به کمک وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش این کشور کارگروه "صنایع خلاق" را با هدف احیای هژمونی (اقتدار) اقتصادی - سیاسی "بریتانیا" به راه انداخت، توجه سیاستگذاران را جلب کرد. شایان ذکر است که رواج اصطلاح "صنایع خلاق" قلمرو صنایع فرهنگی را تا آن سوی ادبیات و علوم انسانی گسترش داد، و نظر دولتمردان را بیش از پیش به روح یا هسته اصلی صنایع خلاق، یعنی صنایع فرهنگی، جلب نمود (London: DCMS, 2001)

آنکتاب صنایع خلاق را هر نوع فعالیتی که دارای یک مؤلفه هنری قوی باشد یا "هر نوع فعالیت اقتصادی که فرآورده‌های سمبلیک تولید می‌کند و وابستگی شدیدی به مقوله مالکیت معنوی دارد و برای یک بازار تا حد امکان بزرگ انجام می‌شود" در گستره صنایع خلاق قرار می‌دهد (London: DCMS, 1998). آنکتاب بین "فعالیت‌های بالادستی" (فعالیت‌های فرهنگی سنتی مانند؛ هنرهای نمایشی یا هنرهای تجسمی) و "فعالیت‌های پایین دستی" (بسیار نزدیک به بازار،

مانند تبلیغات، نشر یا فعالیت‌های مرتبط با رسانه‌ها) تفاوت قابل می‌شود و بر این باور است که فعالیت‌های پایین دستی، ارزش تجاریشان را از هزینه‌های پایین بازتولید و انتقال آسان این هزینه‌ها به سایر حوزه‌های اقتصادی بدست می‌آورند، از این دیدگاه، صنایع فرهنگی زیرمجموعه‌ای از صنایع خلاق به شمار می‌آیند.

گونه‌شناسی صنایع فرهنگی

هر فرد براساس تجربه و رجحان‌های خود، شرایط لازم و کافی برای شناخت مفهوم فرهنگ را معین می‌کند. در هر حال برای پرداختن به ویژگی‌های کالاها و خدمات فرهنگی، ابتدا باید این کالاها و خدمات را دسته‌بندی کرد:

الف - کالاها و خدمات فرهنگی خصوصی:

درخصوص این کالاها، مجموعه‌ای از قیمت‌های بازار حداقل به‌طور بالقوه وجود دارد و مالکیت این نوع کالاها و خدمات، مشخص و معین است. مثلاً یک کتاب و یا یک لوح فشرده

ب - کالاها و خدمات فرهنگی عمومی:

این کالاها و خدمات، مالک مشخص و معینی ندارند و هیچگونه قیمت مشهودی در مورد آنها وجود ندارد. مثلاً یک شیء میراث فرهنگی

ج - کالاها و خدمات فرهنگی ترکیبی:

این نوع کالاها و خدمات، به‌طور هم‌زمان از ویژگی‌های کالاها و خدمات فرهنگی خصوصی و عمومی برخوردار هستند. به‌عنوان مثال، یک تابلوی هنری برای مالک آن جنبه خصوصی و برای دیگران که از آن بازدید می‌کنند، حالت عمومی دارد. بسیاری از کالاها و خدمات فرهنگی از این نوع هستند.

د - کالاها و خدمات فرهنگی اعتقادی:

این نوع کالا و خدمات را طبیعتاً نمی‌توان وارد مقوله ارزش گذاری کرد. ارزش فرهنگی این کالاها دربرگیرنده ارزش‌هایی از قبیل زیبایی، اعتقادی، معنوی، اجتماعی، تاریخی، نمادین و اصالت است.

به‌طور مثال: صنعت تعزیه، صنعت پرچم دوزی، محراب سازی، گردشگری مذهبی و... اینها مواردی از صنایع فرهنگی معنوی و اعتقادی کشور عزیزمان ایران می‌باشند.

انواع کالاها و خدمات فرهنگی از منظری دیگر:

در علم اقتصاد کالاها و خدمات به سه بخش واسطه‌ای، مصرفی و سرمایه‌ای تقسیم می‌شوند که کالاها و خدمات فرهنگی در این میان جزو کالاها و خدمات مصرفی به شمار می‌آیند. ولی باید به این نکته توجه داشت که استفاده از این نوع کالاها و خدمات فرهنگی و مصرفی می‌تواند سرمایه‌های اجتماعی را تولید کند که این مسئله، مهم بودن و استراتژیک بودن کالاها و خدمات فرهنگی را به خوبی خاطر نشان می‌کند.

این کالاها و خدمات فرهنگی دارای تنوع بسیار بالایی است (کتاب، روزنامه، مجله، رادیو و تلویزیون، فیلم، ضبط صوت، سینما، تئاتر، ویدئو، لوح فشرده، ماهواره، اینترنت، صنایع دستی، آثار هنری، اسباب‌بازی، بازی‌های رایانه‌ای، پوستر، رسانه‌های سنتی، سرودها، بازی‌های محلی، ترانه‌های محلی، داستان‌های اساطیری و نو، نقالی، نمایش‌های عروسکی، مجموعه نمایشگاه‌های کتاب، جشنواره‌های فرهنگی و هنری، نمایش، موسیقی، ورزش و...)

سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم:

بی‌شک یکی از قوانین بسیار پیشرفته در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق، «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی نرم» می‌باشد که در سال ۱۳۹۷ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید. این سند علاوه بر ارائه تعاریفی مشخص از صنایع فرهنگی، فناوری‌های فرهنگی، فناوری‌های نرم، فناوری‌های اجتماعی، نوآوری اجتماعی، نظام نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی، محصولات فرهنگی بومی، حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم به بیان ارزش‌های کشور در چارچوب مبانی ارزشی نظام جمهوری اسلامی ایران و همسو با ارزش‌های بنیادین نقشه جامع علمی و نقشه مهندسی فرهنگی همانند؛ عدالت محوری، اخلاق‌مداری، عقلانیت، خلاقیت و نوآوری، تحول‌گرایی، ثروت آفرینی و تقدم مصالح عمومی بر منافع فردی، مهرورزی، انفاق و ایثار، عزت و مدارا، معرفت دینی و هویتی، امر به معروف و نهی از منکر، کار و تلاش و انضباط

اجتماعی، مبانی ارزشی حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم کشور پرداخته و با پیش‌بینی چشم‌انداز فناوری‌های فرهنگی و نرم ج.ا.ا. در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ به ویژگی‌هایی همچون:

۱. فرهنگ بومی (اسلامی- ایرانی و انقلابی).

۲. پیشران در توسعه قدرت نرم، اقتصاد ملی و اقتصاد مقاومتی.

۳. پیشتاز در بازار داخل و منطقه و موردتوجه در جهان.

۴. نظام نوآوری سامان‌یافته.

۵. قطب فرهنگی جهان اسلام و منطقه؛ کانون جهانی و مرجعیت تولید و بازتولید مفاهیم اسلام ناب محمدی (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و انتشار آن در دنیا از طریق محصولات فرهنگی با تأکید بر ارزش‌های مشترک، اشاره نموده و با الحاح بر اصولی همچون اتخاذ و تقویت رویکرد اسلامی - ایرانی در توسعه صنایع و محصولات فرهنگی؛ و اولویت‌دهی به بخش غیردولتی به‌ویژه بخش خصوصی و تأکید حداکثری بر مشارکت مردمی به‌ویژه نسل جوان؛ و... خوداتکایی در صنایع و محصولات فرهنگی و توسعه صادرات و نگاه نوآورانه و آینده‌نگارانه و تقویت هم‌افزایی، هم‌تکاملی، شبکه‌سازی، همکاری و تعامل در سطوح مختلف ملی درون شاخه‌ها و بین شاخه‌های صنایع فرهنگی را موردتوجه ویژه خویش قرار داده است.

این سند با تعیین اهداف کلان، اهداف کیفی و اهداف کمی (تا افق ۱۴۰۴) به دنبال تحقق واقعی برنامه‌های نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران در حوزه فناوری‌های فرهنگی نرم می‌باشد به‌نحوی که اجرای سند مزبور موجب حصول دستاوردهایی ملموس در این حوزه‌ها خواهد بود.

به‌طور خلاصه راهبردها و اقدامات ملی پیش‌بینی شده در این سند عبارتند از:

راهبرد ۱: رصد و ارزیابی نیاز و رضایت مخاطبان و پیامد محصولات و صنایع فرهنگی بومی.

راهبرد ۲: حمایت از نمانام‌های صنایع و محصولات فرهنگی بومی و تقویت آن.

راهبرد ۳: حمایت از کارآفرینی، تجاری‌سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی با محوریت بخش غیردولتی و فعالیت‌های مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه و تبلیغات در بازارهای ملی،

منطقه‌ای و جهانی

راهبرد ۴: ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش‌بنیان و فناوری‌های نرم

راهبرد ۵: جامع‌نگری، هم‌افزایی و توسعه زنجیره ارزش و سبد محصولات در شاخه‌های مختلف صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم، حمایت از ایجاد شرکت‌ها و مراکز مشاوره تخصصی غیردولتی به منظور توسعه و تلفیق زنجیره ارزش محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم.

راهبرد ۶: ساماندهی، کارآمدسازی و تقویت راهکارهای مالی.

راهبرد ۷: گفتمان‌سازی و توسعه مشارکت‌های مردمی به منظور بهبود فضای بازار مصرف صنایع و محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم.

راهبرد ۸: به‌کارگیری، ظرفیت‌سازی و توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری.

راهبرد ۹: بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و همکاری‌های بین‌المللی با تأکید بر کشورهای اسلامی و دارای قرابت فرهنگی.

راهبرد ۱۰: ارتقای کمی و کیفی سرمایه‌های انسانی و ساماندهی ارتباط نظام‌های آموزشی و مهارتی با نیازهای حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم.

جدول پیشنهاد تحقیق

ردیف	عنوان مقاله	نویسنده	تاریخ و محل اجرا	نتایج
۱	Intersectoral local development in Italy: the cultural, creative and tourism industries	Maria Della Lucia, Giovanna Segre	Italy, ۲۰۱۷ International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research	این مقاله با توصیف وضعیت کنونی صنایع فرهنگی در توسعه بین بخشی در ایتالیا، به ارزیابی مدیریت فرهنگی و اشتغالزایی ناشی از آن در ایتالیا می‌پردازد. نگارنده همبستگی آشکاری میان توسعه محلی، اشتغالزایی و ایجاد خوشه‌های خلاق می‌داند و با برشماری مؤلفه‌های مدیریت فرهنگی ۵۰ درصد از اشتغالزایی سامانه‌های کارگری منطقه‌ای را برآمده از صنایع فرهنگی می‌داند.
۲	Research on Countermeasures to Develop Social Organizations for Cultural	Chao Wu	۲۰۱۷ CHINA, World Journal of Educational	این مقاله با توصیف وضعیت کنونی صنایع فرهنگی در چین، به بررسی چالش‌های ناشی از عدم توسعه مناسب در منطقه سونگ‌جیانگ شانگهای می‌پردازد. نگارنده با ارائه پیشنهادی مدیریتی خواستار توجه بیشتر به توسعه صنایع فرهنگی در منطقه شانگهای

شده است.	Research		and Creative Industries-Taking Shanghai Songjiang District as an Example	
این مقاله با توصیف روند صنایع خلاق در اروپا، به چشم‌انداز توسعه این صنعت در قاره سبز می‌پردازد. نگارنده با تحلیل بسته‌های سیاستی برخی کشورها همچون انگلستان پیشنهاد داده است تا سیاست‌های فرهنگی متناسب با صنایع خلاق در سیاست‌های اقتصادی اروپا تلفیق شود و بسته‌های سیاستی صنایع فرهنگی جداگانه مورد بررسی قرار گیرد.	۲۰۱۷ Europe, Cultural Trends	Rosa Pérez Monclús & Mehdi Arfaoui	Cultural policy in the time of the creative industries	۳
این مقاله با توصیف وضعیت کنونی صنایع فرهنگی در اروپا با تأکید ویژه بر صنایع خلاق کشور ایتالیا می‌پردازد. نگارنده همبستگی آشکاری میان توسعه محلی و اقتصاد خلاق می‌داند و با برشماری مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و سرمایه سرزمینی به‌عنوان متغیرهای وابسته اقتصاد خلاق، به بررسی آخرین یافته‌های تحقیق پیرامون صنایع فرهنگی می‌پردازد.	Procedia - Social and Behavioral Sciences 223 (2016) 291 – 296	Nicola Boccella, Irene Salerno	Creative Economy, Cultural Industries and Local Development	۴
این مقاله با بررسی ارتباط نظری و روش‌شناختی میان نوآوری فناورانه و دگرگونی‌های اجتماعی می‌کوشد تا به روش سناریونویسی، سه سناریو از آینده احتمالی اقتصاد طرح نماید. این سناریوها که در سال ۲۰۱۰ نگاشته شده است، با یافته‌های سال ۲۰۱۵ صنایع خلاق در قلمرو مورد بررسی، مقایسه شده است.	۲۰۱۵ Technological Forecasting & Social Change	Martin Kamprath, Dana Mietzner	The impact of sectoral changes on individual competences: A reflective scenario-based approach in the creative industries	۵
این مقاله با بررسی این واقعیت که صنایع فرهنگی از شبکه‌های اجتماعی مجازی بهره می‌گیرند، به ارزیابی نقش شبکه‌های اجتماعی برخط بر بنگاه‌های فرهنگی کشور اسپانیا می‌پردازد. در این پژوهش با بهره‌گیری از روش دلفی، مدیریت دانش خبرگان را انجام داده	۲۰۱۴ Journal of Business Research	Reyes Gonzalez, Juan Llopis, Jose	Social networks in cultural industries	۶

است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سودآوری شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی از پایایی مناسبی برخوردار است.		Gasco		
--	--	-------	--	--

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از منظر هدف، تحقیقی کاربردی است چرا که سعی می‌شود نتایج حاصل از این تحقیق را مورد استفاده‌ی عملی قرار داده و با کمک نتایج آن، مشکلات سازمان رفع شوند. اما تحقیق از منظر گردآوری اطلاعات تحقیقی توصیفی-پیمایشی می‌باشد. رویکرد این پژوهش، کیفی بوده و در این راستا، با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای به روش دیدبانی و در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها و ترسیم دورنمای صنایع فرهنگی ج.ا.ا با استفاده از روش تحلیل روند انجام شده است. همچنین در این تحقیق از پنل خبرگان و روش مصاحبه برای اعتبارسنجی و تدوین بسته توصیه‌های راهبردی بهره‌گیری شده.

گام‌های پژوهش حاضر به این ترتیب است که علایم ضعیف تغییر و شگفتی‌سازها که از روش دیدبانی به دست آمده، مجموعه داده‌هایی را در اختیار خبرگان قرار داده که با بهره‌گیری از روش روندپژوهی، به شناسایی روندهای اثرگذار بر آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ا در افق پنج‌ساله می‌انجامد. سپس با شناسایی پیشران‌های صنایع فرهنگی و کنشگران اصلی این حوزه، سناریوهای صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی تدوین شده است. همچنین با بهره‌گیری از روش مصاحبه، روش پژوهش، یافته‌های پژوهش و روایی و پایایی سناریوهای نگاشته شده، از سوی ۳۲ تن از جامعه آماری این پژوهش، شامل جمعی از صاحب‌نظران مدیران، پژوهشگران و صاحب‌نظران حوزه اقتصاد مقاومتی، آینده‌پژوهی و صنایع فرهنگی بررسی شد که در تدقیق و اصلاح یافته‌های پژوهش، اثر شایانی گذاشته است.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف: یافته‌های تحقیق

آینده‌نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی شامل چهار متغیر، آینده‌نگاری صنایع فرهنگی، رادیو و تلویزیون، رشد نمایندگی‌های فرهنگی در خارج از کشور، صنایع فرهنگی می‌باشد که هر کدام از این متغیرها دارای چندین بُعد بوده و ابعاد نیز دربرگیرنده چندین مولفه و مفهوم و شاخص است. در جدول زیر که خروجی نرم افزار MAXQDA 2018 می‌باشند، متغیرها، ابعاد و مولفه‌ها و شاخص‌های آنها را مشاهده می‌نماییم.

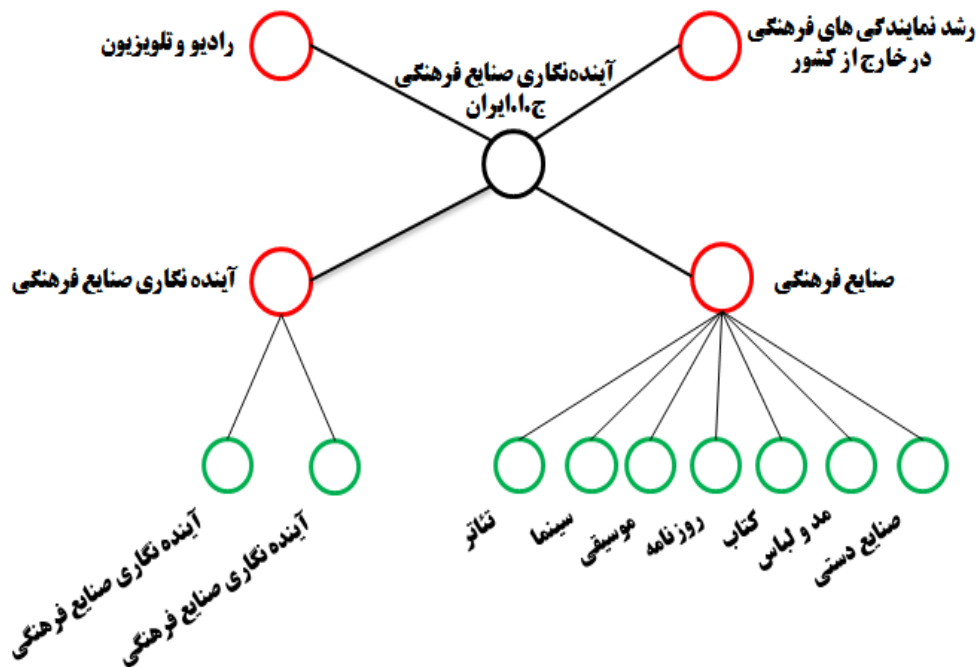
جدول ۱: کادگذاری محوری روند شکل‌گیری آینده‌نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی

متغیر	بعد	مولفه
صنایع فرهنگی	تئاتر و سینما	مضامین اجتماعی
		مضامین تاریخی
		مضامین آیینی سنتی
		تعداد فیلم
		تعداد صندلی
		تعداد مخاطب
	رادیو و تلویزیون	فیلم و سریال اصیل ایرانی
		فیلم و سریال خارجی
		تبلیغات
		برگزاری برنامه‌ها و مسابقات مشابه خارجی
	موسیقی	تعداد ضبط
		تعداد کنسرت
		میزان فروش
	کتاب	تعداد کتاب منتشر شده
		سرانه مطالعه
		فروشگاه‌های آنلاین
		کتابفروشی‌ها
		کتابخانه‌ها
	مد و لباس	ایجاد مدهای داخلی و میهنی
		اسباب بازی‌های داخلی و وارداتی
		ترویج مدهای تولیدی

برگزاری جشنواره‌های ملی مد اسلامی		
برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی مد اسلامی		
واردات پوشاک فرهنگی		
فروشگاه‌های آنلاین		
واردات	صنایع دستی	
صادرات		
شناساندن و تبلیغ صنایع فرهنگی و خلاق ایران به سایر کشورها	شناساندن صنایع فرهنگی	رشدنمایندگی‌های فرهنگی در خارج از کشور
مقاوم بودن اقتصاد	اقتصاد مقاومتی	
حمایت از تولید ملی		
مدیریت منابع ارزی		
مدیریت مصرف		
ارزش و فرهنگ بر پایه دین	تحول صنایع فرهنگی	آینده نگاری صنایع فرهنگی
تشکیل رابطه متقابل فرهنگ با سیاست و اقتصاد		
تحول فرهنگ در پارچوب و با توجه به مقتضیات		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام اقتصادی		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام سیاسی		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام فناوری		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام تعلیم و تربیت		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام مذهب		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام خانواده		
مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام هنر، زبان و...		
حفظ و پاسداری از هویت، ارزش‌ها و مرزهای فرهنگی جامعه		
بسترسازی، حمایت و سیاست‌گذاری مشارکتی در حوزه فرهنگ		
شکل‌گیری و توسعه ارزش‌های فرهنگی		

ب: تجزیه و تحلیل یافته‌ها

آینده‌نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی طی برگزاری جلسه دلفی با خبرگان و تحلیل با نرم افزار MAXQDA 2018، چهار بعد آینده نگاری صنایع فرهنگی، رادیو و تلویزیون، رشد نمایندگی‌های فرهنگی در خارج از کشور، صنایع فرهنگی در خارج از کشور، صنایع فرهنگی تشکیل شدند و هرکدام از ابعاد از چندین مولفه به شرح نمودار درختی زیر تشکیل گردیدند.



نمودار ۱: ابعاد، مولفه‌ها و مفاهیم اثرگذار بر آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ایران

کنشگران مؤثر بر آینده‌های صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی کدامند؟ استفاده از الگوی STEEP عوامل اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، بوم شناختی و سیاسی ۱ را مورد بررسی قرار می‌دهد، در جلسه‌های گروه کانونی کنشگران مؤثر بر آینده‌های صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی به شرح زیر شناسایی شد:

– عوامل اجتماعی:

۱. STEEP: Social- Technological – Economic – Ecological - Political .

فرهنگ: تئاتر، موسیقی، ادبیات، نقش هر جنسیت (به عنوان مثال نقش پدر یا مادر در خانواده)، زندگی یا عدم زندگی فرزندان با والدین پس از رسیدن به سن بلوغ، سن ازدواج، نوع پوشش و آرایش.

سبک های زندگی و پر کردن اوقات فراغت: نقش رادیو و تلویزیون در زندگی افراد، رستورانها، کافی نت ها، چاپخانه ها و قهوه خانه ها، انواع انجمن ها و مراکز کاری، کتابخانه ها، موزه ها و کنسرت ها.

زبان: میزان دلبستگی و اهمیت دادن به زبان ملی و نحوه تعامل با واژه های غیر بومی، لهجه ها و زبانهای در شرف نابودی.

مهاجرت و تنوع بومی: مهاجرت داخلی، مهاجرت به خارج از کشور، مهاجرپذیری، فرار مغزها. خانواده: شمار ازدواج ها و طلاق ها، سن ازدواج، زندگی با خانواده، نوع خانه ها (ویلايي و آپارتمانی).

– عوامل اقتصادی:

توان سرمایه‌گذاری، پس انداز، توان بالفعل و بالقوه نسبت به رقبای، رشد اقتصادی

درصد افراد فعال، شمار افراد غیرفعال یا با بازدهی اندک

تورم و میزان رشد آن

افراد ماهر، افرادی که دارای مهارتهای لازم در صنایع فرهنگی هستند

میزان رقابت پذیری نیروی کار

– عوامل بوم‌شناسی:

قوانین حفاظت از صنایع فرهنگی

ایجاد آشتی و تعامل میان اجتماع و محیط فرهنگی

در نظر داشتن جنبه های جایگاه صنایع فرهنگی در روند توسعه اقتصادی

ارتقای دانش و آگاهی جامعه پیرامون صنایع فرهنگی

مراکز استقرار صنایع

– عوامل فناورانه:

از آنجایی که ماهیت این سازمان با فناوری و محصولات متنوع گره خورده، بنابراین فناوری و تحولات مرتبط با فناوری در آینده‌های صنایع فرهنگی نقش به‌سزایی خواهد داشت.

عدم قطعیت‌ها در آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی کدامند؟

ویژگی بارز عدم قطعیت، پیش‌بینی ناپذیری است. در این گام، مبتنی بر پیش‌بینی‌ها، عدم قطعیت‌ها مشخص می‌شود. یک پیش‌بینی می‌تواند یک عدم قطعیت یا چند عدم قطعیت ایجاد کند و یا اینکه چند پیش‌بینی با هم، می‌توانند یک عدم قطعیت ایجاد کنند و یا اینکه ممکن است یک پیش‌بینی، هیچ عدم قطعیتی ایجاد نکند؛ بنابراین هیچ‌گونه تناظری میان پیش‌بینی‌ها و عدم قطعیت‌ها وجود ندارد. برخی از اندیشمندان در خصوص منشاء عدم قطعیت می‌گویند؛ همان‌گونه که قطعیت یک رویداد ذهنی است، عدم قطعیت نیز کاملاً ذهنی است (پدرام و احمدیان، ۱۳۹۶: ۱۸۸). در این گام بر اساس عوامل «اثرگذار»، «کشگران» و «پیش‌بینی‌های شناسایی شده» عدم قطعیت‌هایی که پیش‌روی سازمان مورد مطالعه قرار دارد، شناسایی می‌شود. در خلال بررسی‌های انجام‌شده و مصاحبه‌های مختلف، عدم قطعیت‌های زیر شناسایی شد:

سینما و فرهنگ ایرانی: سینما محفلی برای نمایش قدرت سیاسی کشورها و خط و مشی از دیپلماسی فرهنگی در جهان است. در این میان چتر سلطه آمریکا بر سیاست‌گذاری جشنواره‌های فیلم خارجی، منجر به تسلط بر دیپلماسی کشورها شده و با سیاه‌نمایی تاریخ، اندیشه‌هایی ضد ایرانی را ترویج می‌دهد.

نفوذ فرهنگ غرب: فرهنگ باورها و معانی مشترک یک گروه، قوم و جامعه است که به صورت عناصر فرهنگی باور، ارزش، نماد و هنجار قابل شناسایی است. تغییر در فرهنگ نیز در کنار تداوم فرهنگ اتفاق می‌افتد. تغییر فرهنگی، در همان عناصر فرهنگی یعنی باورها، ارزش‌ها هنجارها می‌باشد. هنگامی که فرهنگ تحت تأثیر عناصر فرهنگ بیگانه قرار گیرد و این امر ناخواسته باشد، تهاجم و نفوذ دست می‌دهد.

غرب زدگی پوشش ها: بانوان ایرانی از دیرباز دارای پوششی کامل بوده اند که این پوشش ریشه های تاریخی نیز دارد ولی اکنون دستخوش تغییر و تحولات بسیاری شده، بانوان در گذشته از لباس های محلی و سنتی استفاده می کردند که اکنون جای خود را به لباس های غربی داده است. **حمایت از تولیدات داخلی:** مهمترین ابزاری که ما را در فرهنگ سازی حمایت از تولیدات داخلی یاری می رسانند عبارتند از: رسانه ملی (ارزش دادن به کالای ایرانی) آموزش و پرورش (آگاهی دادن) و آموزش عالی (ارتباط نزدیک با صنعت).

تعداد مخاطبان سینمای ایران: درست است که امروز غلبه با سینمای عامه‌پسند است؛ نه اجتماعی و نه حتی کمدی واقعی، اما در سینمای عامه‌پسند فیلمساز نقشی ندارد و تنها سود، محوریت دارد ولی این نگاه صنعتی به سینما نیست؛ چون صنعت با خود تولید انبوه به همراه دارد و در تولید انبوه، هم فیلم خوب هست و هم فیلم بد و این چرخه خودش خودش را اصلاح می‌کند

سرانه مطالعه در ایران: تنها ۳۰ تا ۳۵ میلیون نفر در ایران مطالعه غیردرسی دارند. در محاسبه سرانه مطالعه هم عموماً مطالعه کتاب‌های غیردرسی لحاظ می‌شود. بنابراین آن ۱۲/۵ دقیقه که به‌عنوان سرانه مطالعه در ایران اعلام شده است، در واقع میزان مطالعه آن ۳۰ میلیون نفر است که بر جمعیت کل کشور تقسیم شده است.

تحلیل کلی محیط سیستم

براساس روش پویا محیطی که در ابتدای فصل چهارم طی مصاحبه با خبرگان اشاره شد، ۴۷ شاخص در چهار حوزه به عنوان عوامل مؤثر بر آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ا. ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی شناسایی و با روش تحلیل اثرات متقابل ساختاری با نرم افزار MICMAC برای استخراج عوامل اصلی تأثیرگذار بر وضعیت آینده محیط مورد مطالعه، تحلیل شدند. براساس تعداد متغیرها، ابعاد ماتریس ۴۷*۴۷ بود که در چهار حوزه مختلف تنظیم شده است. تعداد تکرارها را دو بار در نظر گرفته شد و درجه پرشدگی ماتریس ۱۵/۹۸ درصد است که نشان دهنده ضریب متوسطی می باشد که طبیعی به نظر می رسد؛ دلیل آن هم پراکندگی متغیرهای مؤثر بر آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ا. ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی می باشد. از مجموع ۳۵۳ رابطه

قابل ارزیابی در این ماتریس، ۱۸۳۶ رابطه عدد صفر، ۲۲ رابطه عدد یک، ۶۶ رابطه عدد دو، ۲۶۵ رابطه عدد سه بوده است. از طرف دیگر ماتریس براساس شاخص های آماری با دو بار چرخش داده ای از مطلوبیت و بهینه شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار بوده که حاکی از روایی بالای پرسشنامه و پاسخ های آن است. در ادامه برای تحلیل کلی محیط سیستم عوامل کلیدی مؤثر به بررسی پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها رتبه بندی و میزان جابه جایی متغیرها پرداخته خواهد شد.

جدول ۱: مشخصات ماتریس استخراجی

شاخص	مقدار
ابعاد ماتریس	۴۷
تعداد تکرار	۲
تعداد صفرها	۱۸۳۶
تعداد یک ها	۲۲
تعداد دوها	۶۶
تعداد سه ها	۲۶۵
جمع	۳۵۳
درصد پرشدگی	۱۵/۹۸

جدول ۲: درجه مطلوبیت و بهینه شدگی ماتریس

چرخش	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱	۰/۹۸	۰/۹۷
۲	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰

ارزیابی پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها

شیوه توزیع و پراکنش متغیرها در صفحه پراکندگی، حاکی از میزان پایداری و یا ناپایداری سیستم است. در حوزه روش تحلیل اثرات متقابل / ساختاری با نرم افزار MICMAC در مجموع دو نوع از پراکنش تعریف شده است که به نام سیستم های پایدار و سیستم های ناپایدار معروف هستند.

در سیستم های پایدار پراکنش متغیرها به صورت L انگلیسی است. یعنی برخی متغیرها دارای تأثیرگذاری بالا و برخی دارای تأثیرپذیری بالا هستند. در سیستم های پایدار مجموعاً سه دسته متغیر قابل مشاهده است.

الف: متغیرهای بسیار تأثیرگذار بر سیستم (عوامل کلیدی).

ب: متغیرهای مستقل.

ج: متغیرهای خروجی سیستم (متغیرهای نتیجه).

در این سیستم جایگاه هریک از عوامل کاملاً مشخص و نقش آن نیز به وضوح قابل ارائه است. در مقابل در سیستم های ناپایدار وضعیت پیچیده تر از سیستم های پایدار است. در این سیستم، متغیرها در حول محور قطری صفحه پراکنده هستند و متغیرها در بیشتر مواقع حالت بینابینی از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری را نشان میدهند که ارزیابی و شناسایی عوامل کلیدی را بسیار مشکل می نماید. با این حال در این سیستم نیز راه هایی ترسیم شده است که می تواند راهنمای گزینش و شناسایی عوامل کلیدی باشد. در سیستم های ناپایدار نیز متغیرهای زیر قابل مشاهده است: متغیرهای تأثیرگذاری متغیرهای دو وجهی (متغیرهای ریسک و متغیرهای هدف)، متغیرهای تنظیمی، متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه سیستم و متغیرهای مستقل (تصویر شماره ۲) آنچه از وضعیت صفحه پراکنده متغیرهای مؤثر بر آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی می توان فهمید، وضعیت پایداری سیستم است. بیشتر متغیرها در اطراف محور صفحه پراکنده اند. به غیر از چند عامل محدود که نشان می دهند دارای تأثیرگذاری بالایی در سیستم هستند، بقیه متغیرها از وضعیت تقریباً مشابهی نسبت به یکدیگر برخوردارند. متغیرها دارای دو نوع تأثیرند، تأثیرات مستقیم و تأثیرات غیرمستقیم که در ادامه به تشریح آن پرداخته می شود.

ارزیابی تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها در این بخش برای تحلیل تأثیرات متغیرها، هرکدام از روابط متغیرها توسط نرم افزار MICMAC سنجیده شده و با توجه به جدول شماره ۴ میزان تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر به دست آمده است.

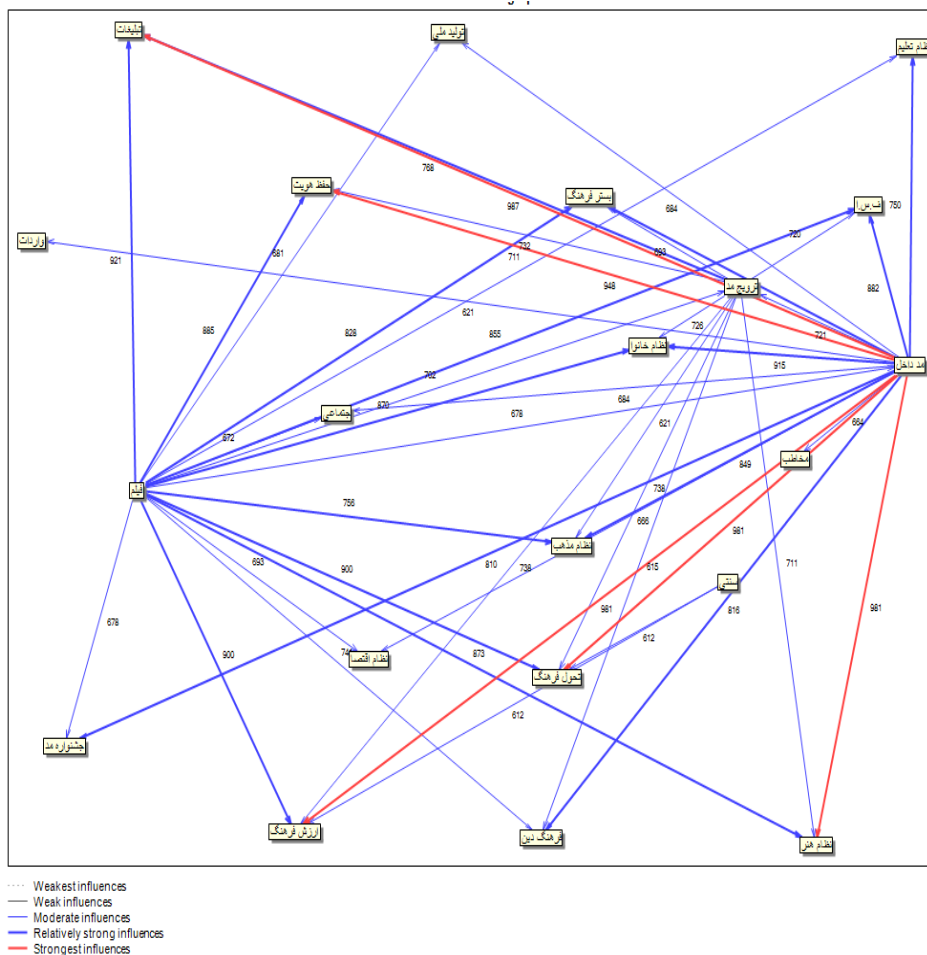
جدول ۴: متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر

ردیف	متغیرهای قطعی تأثیرگذار	مستقیم	غیر مستقیم
۱	مضامین اجتماعی	۴۸	۳۹
۲	مضامین تاریخی	۴۲	۲۶
۳	مضامین آیینی سنتی	۵۲	۲۶
۴	فیلم	۸۱	۱۲
۵	تعداد صندلی	۰	۲
۶	مخاطب	۶۹	۳۶
۷	تعداد ضبط	۰	۳
۸	کنسرت	۲۶	۳
۹	میزان فروش	۱۳	۱۲
۱۰	تعداد عناوین روزنامه	۳	۳
۱۱	تعداد تیراژ روزنامه	۰	۰
۱۲	تعداد کتاب منتشر شده	۰	۳
۱۳	سرانه مطالعه	۳۶	۳
۱۴	فروشگاه های آنلاین	۱۲	۸
۱۵	کتابفروشی ها	۰	۰
۱۶	کتابخانه ها	۹	۳
۱۷	ایجاد مدهای داخلی و میهنی	۷۳	۳۳
۱۸	اسباب بازی های داخلی و وارداتی	۶۵	۸
۱۹	ترویج مدهای تولیدی	۷۲	۴۳
۲۰	برگزاری جشنواره های ملی مد اسلامی	۶۶	۳۲
۲۱	برگزاری جشنواره های بین المللی مد اسلامی	۲۰	۱۰
۲۲	واردات پوشاک فرنگی	۱۵	۱۵
۲۳	فروشگاه آنلاین	۱۴	۶
۲۴	واردات صنایع دستی	۲۰	۱۰

۲۵	صادرات صنایع دستی	۳۰	۱۳
۲۶	رشد نمایندگی های فرهنگی در خارج از کشور	۳۵	۲
۲۷	فیلم و سریال اصیل ایرانی	۳۱	۱۳
۲۸	فیلم و سریال خارجی	۱۱	۳
۲۹	تبلیغات	۱۷	۵۲
۳۰	برگزاری برنامه ها و مسابقات مشابه خارجی	۴۲	۰
۳۱	مقاوم بودن اقتصاد	۰	۳۰
۳۲	حمایت از تولید ملی	۱۱	۲۹
۳۳	مدیریت منابع ارزی	۰	۲۸
۳۴	مدیریت مصرف	۰	۶
۳۵	ارزش و فرهنگ بر پایه دین	۲	۳۶
۳۶	تشکیل رابطه متقابل فرهنگ با سیاست و اقتصاد	۰	۴۰
۳۷	تحول فرهنگ در چارچوب و با توجه به مقتضیات	۰	۴۶
۳۸	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام اقتصادی	۰	۳۴
۳۹	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام سیاسی	۰	۹
۴۰	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام فناوری	۰	۱۵
۴۱	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام تعلیم و تربیت	۰	۳۳
۴۲	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام مذهب	۰	۳۰
۴۳	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام خانواده	۰	۴۰
۴۴	مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام هنر، زبان و ...	۰	۳۶
۴۵	حفظ و پاسداری از هویت، ارزش ها و مرزهای فرهنگی جامعه	۰	۳۸
۴۶	بسترسازی، حمایت و سیاست گذاری مشارکتی در حوزه فرهنگ	۰	۳۸
۴۷	شکل گیری و توسعه ارزش های فرهنگی	۰	۴۲

با توجه به نتایج بدست آمده از ماتریس تأثیرپذیری، متغیرهای تأثیرپذیر در آینده صنایع فرهنگی ج.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی به شرح زیر بدست آمدند: تبلیغات؛ مقاوم بودن اقتصاد؛ حمایت از تولید ملی؛ مدیریت منابع ارزی، مدیریت مصرف؛ ارزش و فرهنگ بر پایه دین؛ تشکیل رابطه متقابل فرهنگ با سیاست و اقتصاد؛ تحول فرهنگ در چارچوب و با توجه به

مقتضیات؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام اقتصادی؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام سیاسی؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام فناوری؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام تعلیم و تربیت؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام مذهب؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام خانواده؛ مهندسی فرهنگی کشور در بخش نظام هنر، زبان و...؛ حفظ و پاسداری از هویت، ارزش‌ها و مرزهای فرهنگی جامعه؛ بسترسازی، حمایت و سیاست‌گذاری مشارکتی در حوزه فرهنگ؛ شکل‌گیری و توسعه ارزش‌های فرهنگی. نمودار دیاگرام خروجی از نرم افزار MICMAC به شرح زیر ارائه می‌گردد.



نمودار ۵: نمودار دیاگرام متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر

نتیجه‌گیری

به طور کلی، هدف پژوهش حاضر دستیابی به سناریوهای آینده‌نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی برای تحقق دورنمای مطلوب در هر سناریو می باشد. جهت این امر با مطالعه میدانی نظری تحقیق و با استفاده از نظرات سایر پژوهشگران ۴۷ مقوله احصاء شده از صنایع فرهنگی ج.ا.ا.ایران با چهار مؤلفه و هفت بعد طراحی شد تا با استفاده از نظرات نمونه این ابعاد بر روی دو پنل قرار گرفته و طراحی شود. با استفاده از نظرات و تجزیه و تحلیل استنباطی هر مقوله، آزمون t مستقل برای معناداری و تعیین تأثیرگذاری پیشران های احصاء شده استفاده شد. برای این منظور میانگین مشاهده شده در ۵ سطح از کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) برای هر پیشران با ملاک نظری ۳ مقایسه شد که هیچ کدام از ۴۷ مقوله حذف نشدند و از این پیشران ها چهار مؤلفه: آینده نگاری صنایع فرهنگی، رادیو و تلویزیون، رشد نمایندگی های فرهنگی در خارج از کشور، صنایع فرهنگی تشکیل شدند تشکیل شدند.

در ادامه کنشگران مؤثر بر آینده‌های صنایع فرهنگی ج.ا.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی با استفاده از الگوی STEEP عوامل اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، بوم شناختی و سیاسی را مورد بررسی و در جلسه‌های گروه کانونی کنشگران مؤثر بر آینده‌های صنایع فرهنگی ج.ا.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی شناسایی شد. و با توجه به نتایج بدست آمده از ماتریس تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم متغیرها در نرم افزار MICMAC، قطعیت های کلیدی در آینده‌های صنایع فرهنگی ج.ا.ا.ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی به تعداد ۴۷ عامل تأیید گردیدند. و با تحلیل دیاگرام خروجی از عوامل تأثیر گذار و تأثیرپذیر ۲ عدم قطعیت که عبارتند از: ۱- اقتصاد و ۲- صنایع فرهنگی، از این دیاگرام تحلیل گردید.

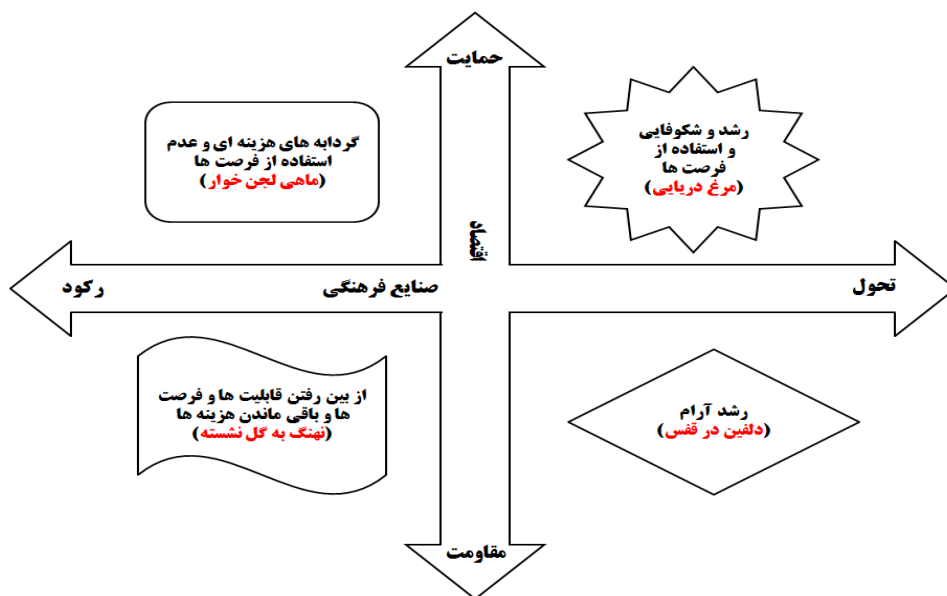
با بهره‌گیری از عدم قطعیت‌ها، تلاش شد تا ۴ سناریو باورپذیر و منطقی بدست آید. با تعیین «عدم قطعیت‌های کلیدی» که در مرحله قبل گفته شد، چارچوب سناریوها نیز مشخص می شود. با توجه به دو عدم قطعیتی که در مرحله قبل تعیین شد می توان ماتریسی به واسطه تقاطع آنها ایجاد کرد که نتیجه آن ایجاد چهار سناریوی ذیل در حوزه آینده نگاری صنایع فرهنگی ج.ا.ا در چارچوب اقتصاد مقاومتی شامل:

سناریوی اول (مرغ دریایی)، این سناریو متأثر از «تحول صنایع فرهنگی» و «حمایت اقتصادی» و مطلوب‌ترین سناریو می‌باشد. در این سناریو صنایع فرهنگی توانسته خود را از مشکلات رکود صنایع فرهنگی و مقاومت‌های اقتصادی نجات دهد. و به واسطه حمایت‌های مالی و اقتصادی می‌توان اقدام به اتخاذ تصمیم‌هایی در راستای تحول صنایع فرهنگی نمود. لذا فرصت‌های محیطی به دقت رصد شده و تلاش می‌شود بهترین آنها برای بهره برداری انتخاب گردد.

سناریوی دوم (ماهی لجن خوار)، این سناریو متأثر از «رکود صنایع فرهنگی» و «حمایت اقتصادی» است. در این سناریو صنایع فرهنگی ضمن رکود خواستار حمایت‌های اقتصادی از سوی دولت می‌باشد تا خود را از رکود اقتصادی نجات دهد و به واسطه حمایت‌های مالی و اقتصادی تصمیم و راهبردی در راستای تحول صنایع فرهنگی ندارد. لذا فرصت‌های محیطی در تحول فرهنگی یکی پس از دیگری از بین رفته و افراد و هنرمندان این حوزه رو به ترویج فرهنگ بیگانه می‌آورند.

سناریوی سوم (نهنگ به گل نشسته)، این سناریو متأثر از «رکود صنایع فرهنگی» و «مقاومت اقتصادی» است. در این سناریو صنایع فرهنگی ضمن رکود با مشکلات مالی مواجه هستند. در این شرایط به فرصت‌های پیش رو کم توجهی شده و حتی در صورتی که استثنائاً فرصتی شناسایی شد، امکان استفاده از آن به علت بی‌انگیزگی هنرمندان و هنرجویان و حتی سرمایه‌گذاران این صنعت از بین می‌رود.

سناریوی چهارم (دلفین در قفس)، این سناریو متأثر از «تحول صنایع فرهنگی» و «مقاومت اقتصادی» است. در این سناریو صنایع فرهنگی ضمن تحریم‌ها و رکود اقتصادی و مشکلات مالی با عوامل انگیزاننده در این شرایط فرصت‌های پیش رو را شناسایی و برای آن برنامه دارد. و صنایع فرهنگی توانسته خود را از مشکلات دیوان سالاری باتلاقی دولتی نجات داده و قابلیت‌های خود را برای طراحی و تولید محصولات ارتقاء قابل توجهی دهد. مطرح شد. شکل زیر بیانگر این چهار حالت است:



نمودار ۶: چارچوب سناریو و سناریوهای پیش رو

پیشنهاد

پس از بررسی ابعاد همه جانبه آینده نگاری صنایع فرهنگی و در طی واکاوی ادبیات موضوع، پیشنهادهای بدست آمده که جنبه اجرایی داشته و قابلیت ارائه به مسئولین امر در حوزه صنایع فرهنگی را دارد. با عنایت به اینکه این پیشنهادات از سوی صاحبان فکر و اندیشه در حوزه صنایع فرهنگی مطرح گردیده و هیچ کس به اندازه ایشان با فرصتها و تهدیدات این ساحت آشنا نیست، لذا کلیه پیشنهادات و دغدغه های دلسوزانه متخصصین امر جهت ارائه و پیشنهاد به مسئولین اجرایی را به شرح ذیل تقدیم می نمایم:

- بمنظور مدیریت ایجاد و حمایت از برندها و نام نماهای صنایع فرهنگی کشور و بدلیل تعدد صنایع خلاق و فرهنگی در کشور عزیزمان ایران مرکزی بنام «مرکز مدیریت برند صنایع فرهنگی کشور» در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل گردد.
- با توجه به حساسیت صنایع فرهنگی به لحاظ اقتصادی، فرهنگی، امنیتی و هویتی برای نسلهای حال و آتی و به منظور پیشگیری از قاچاق گسترده صنایع فرهنگی به و از کشور، که

علاوه بر صدمات جبران ناپذیر اقتصادی باعث به یغما رفتن تاریخ و فرهنگ کشور میگردد، پیشنهاد میشود «**قانون مبارزه با قاچاق صنایع فرهنگی**» در مجلس شورای اسلامی تصویب شود.

- اگرچه بر اساس ماده ۱۴۲ قانون مالیاتهای مستقیم درآمد کارگاههای فرش دستباف و صنایع دستی و شرکتهای تعاونی تولیدی مربوطه را از مالیات معاف نموده بود لکن این ماده در تدوین پیش نویس لایحه اصلاح قانون مالیاتهای مستقیم حذف گردید که پس از پیگیری امر توسط وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی وفق بند ۶۲ متن اصلاحی: «درآمد اشخاص حقیقی بابت تولید فرش دستباف و صنایع دستی مجموعاً تا مبلغ دو میلیارد ریال از پرداخت مالیات معاف است» جایگزین ماده ۱۴۲ قانون مذکور شود. پیشنهاد میشود به منظور حمایت همه جانبه از صنایع فرهنگی «**قانون جامع حمایت از صنایع فرهنگی و خلاق**» به تصویب مجلس شورای اسلامی برسد و در آن همه بسته های حمایتی از جمله معافیتهای مالیاتی و مشوق های سرمایه گذاری و صادراتی و... برای فعالان این بخش در نظر گرفته شود.
- تأسیس «**پژوهشکده ملی فناوریهای فرهنگی و خلاق**» و نقش آن در رشد صنایع فرهنگی و خلاق (ملکی فرعیل، ملکی فرسیاوش، فخرایی، ۱۳۹۴)
- با توجه به اهمیت استراتژیک صنایع فرهنگی در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، نظامی و امنیت ملی پیشنهاد میگردد، همانگونه که برای تأمین مایحتاج نظامی نیروهای مسلح کشورمان سازمان صنایع دفاع داریم، برای تأمین نیازهای فرهنگی بدنه ساختار نظامی کشور «**سازمان صنایع فرهنگی نیروهای مسلح**» ایجاد نماییم، چرا که با توجه به شرایط در عصر حاضر

مدیریت صنایع فرهنگی حتی از مدیریت صنایع نظامی و هسته ای برای کشور ما ضروری تر است.

- تأسیس و ایجاد یک دستگاه مستقل در بدنه اجرایی دولت بنام « سازمان مدیریت صنایع فرهنگی کشور». در مدل اجرا شده کشور آفریقای جنوبی به دلیل اهمیت موضوع یک سازمان با حضور سه نماینده از بخش تبلیغات و فرهنگی، بخش صنایع دولتی و نماینده بخش خصوصی در حوزه صنایع فرهنگی ایجاد گردیده است.
- در اغلب کشورهای پیشرو در صنایع فرهنگی، شرکتهای بزرگ و توانمند به عنوان پشتیبان شرکتهای صنایع فرهنگی عمل می نمایند. پیشنهاد می گردد «شرکتهای مادر تخصصی صنایع فرهنگی» در کشور تأسیس شود تا از یک سو به عنوان بخش سرمایه گذاری و تجاری صنایع فرهنگی را بر عهده بگیرند و از سویی دیگر نقش شتاب دهنده را در این فرآیند بازی کنند.

الف: فهرست منابع فارسی

- امام خمینی، سید روح الله (۱۳۶۰)، صحیفه نور، جلد ۷، تهران: جمکران.
- بابایی طلائی، محمداقرا (۱۳۸۴)، مبانی استراتژی فرهنگی از نگاه امیرالمؤمنین(ع)، تهران، دانشگاه جامع امام حسین(ع).
- بابایی طلائی، محمداقرا (۱۳۹۶)، راهبرد مقابله با جریان نفوذ از منظر قرآن، سیاست دفاعی، شماره ۹۸.
- بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، وبگاه Khamenei.ir
- پدرام، عبدالرحیم، احمدیان، مهدی، (۱۳۹۶)، آموزه‌ها و آموزه‌های آینده پژوهی، تهران، مؤسسه افق آینده پژوهی راهبردی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۲)، «تأملی آسیب‌شناختی بر فرهنگ در ایران امروز»، در مجموعه مقالات همایش سیاست‌گذاری و فرهنگ در ایران امروز. به کوشش مجید وحید، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- قاضی نوری، سیدسپهر، ملکی فر، سیاوش، قانع راد، محمدامین، موسوی، آرش (۱۳۹۷)، شناسایی و تحلیل رویکردهای موجود و مطلوب در صنایع فرهنگی کشور بر اساس دیدگاه‌های ذی‌نفعان، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۸، شماره ۲۶.
- لشگری، مصطفی (۱۳۹۲)، دیدگاه‌های فرهنگی امام خمینی(ره)، ماهنامه نوید شاهد.
- میری، سید محسن (۱۳۹۳)، «منابع فرهنگ متعالی از منظر قرآن کریم»، سراج منیر، سال ۴،

ب: فهرست منابع انگلیسی

- Lampel, J. & Germain, O. (2015), **Creative industries as hubs of new organizational and business practices**, Journal of Business Research.
- Della Lucia, M. & Segre, G. (2017), **Intersectoral local development in Italy: the cultural, creative and tourism industries**, Italy, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research
- **DCMS Creative Industries Mapping Document** (London: DCMS, 2001).
- **DCMS Creative Industries Mapping Document** (London: DCMS, 1998).