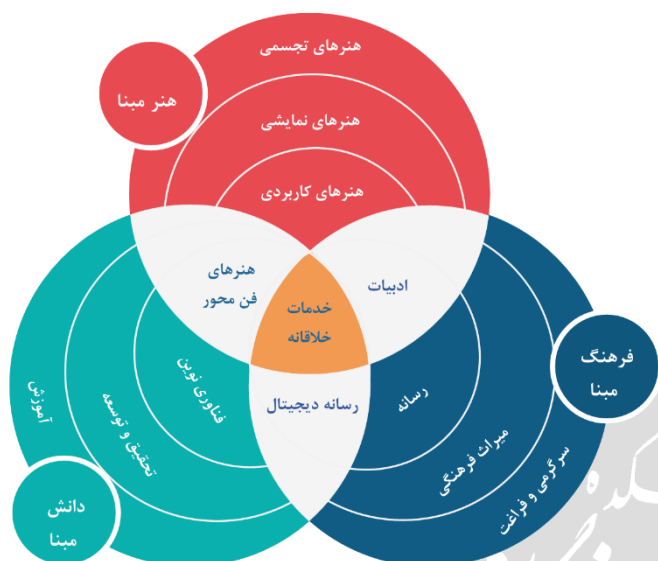


Creative Economy

عبارت اقتصاد خلاق نخستین بار در سال ۲۰۰۱ توسط جان هاوکینز درباره رابطه بین خلاقیت و نظام اقتصادی به کار برده شده است. از دیدگاه هاوکینز خلاقیت چیز جدیدی نیست، نظام اقتصادی نیز چیز جدیدی نیست، آنچه جدید است ماهیت رابطه آن‌ها، وسعت این رابطه و چگونگی ترکیب آن‌ها برای ایجاد ارزش افزوده و تولید ثروت است (Howkins, 2001). اقتصاد خلاق مفهومی در حال تحول است که مبتنی بر دارایی‌های خلاقانه می‌باشد و به طور بالقوه باعث رشد و توسعه اقتصادی می‌شود. این امر می‌تواند باعث افزایش درآمد، ایجاد شغل و درآمد حاصل از صادرات و در عین حال دارای اثرات خارجی مثبت اجتماعی نظیر ترویج همه شمولی اجتماعی، تنوع فرهنگی و توسعه انسانی شود. این جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی نیازمند تعامل میان رشته‌های دانش و فناوری، هنر، فرهنگ، حق مالکیت معنوی، گردشگری، مدیریت، اقتصاد و ... است (UNCTAD, 2010). به دنبال ارائه شدن مفهوم اقتصاد خلاق، صنایع خلاق به‌عنوان پاسخی کارکردی و حقیقی به این انگاشت مطرح شد؛ زیرا برای بررسی حوزه‌های کاربردی در اقتصاد، به مجموعه‌ای از دانش و اطلاعات درباره ویژگی‌های خاص آن بخش نیاز است؛ از این رو در حوزه اقتصاد خلاق نیز شناخت ویژگی‌های خاص آن، فرای نظریه‌های معمول اقتصادی ضروری است. صنایع خلاق صنایعی هستند که بر خلاقیت فردی، مهارت و استعداد تکیه دارند. این صنایع می‌توانند با توسعه و به کارگیری حق مالکیت معنوی، ثروت و اشتغال ایجاد کنند (تاووز، ۱۳۹۳). پیشینه صنایع خلاق به صنایع فرهنگی باز می‌گردد. در ابتدا و در دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۰ میلادی، از واژه ترکیبی «صنعت فرهنگ» برای نشان دادن نوعی کسب درآمد اقتصادی از طریق گسترش «تک فرهنگی» یا «فرهنگ انبوه» استفاده می‌شد؛ این همان مفهومی است که توسط

نظریه‌پردازانی مانند آدورنو به چالش کشیده شده، و بار معنایی منفی همچون ابتذال فرهنگی از آن برداشت می‌شد (Adorno, 1991)؛ در مرحله بعدی، و پس از تغییر در این مفهوم، واژه «صنایع فرهنگی» مصطلح شد. در این زمان و به تدریج، برداشت مثبتی از ترکیب فرهنگ با جریان توسعه اقتصادی شکل گرفت (McGuigan, 2010, P. 123) و فرهنگ به‌عنوان قسمتی از راهبردهای برنامه‌ریزی اقتصادی در نظر گرفته شد. نقطه عطف مفهوم این واژه در دهه ۸۰ میلادی رخ داد. زمانی که دولت فرانسه طی یک سری اقدامات اقتصادی-اجتماعی تصمیم به حمایت از فعالیت‌هایی گرفت که درون مایشان خلاقیت فرهنگی و هنری بود. این فعالیت‌ها، صنایع فرهنگی لقب گرفت. از این زمان به بعد کم‌کم توجه به صنایع فرهنگی به‌عنوان صنایع پیشرو مطرح می‌شود. یونسکو فعالیت‌هایی جهت معرفی و رشد این صنایع انجام می‌دهد و صنایع فرهنگی را آن صنایعی معرفی می‌کند که محصولات خلاقانه ملموس و ناملموس هنری تولید می‌کنند (UNESCO, 2005)؛ استرالیا در اقدامی قابل توجه صنایع فرهنگی را به‌عنوان موتور پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود در سده بیست و یکم بر می‌گزیند. سال ۱۹۹۴ میلادی، استرالیا با ارائه گزارش ملت خلاق، اصطلاح «صنایع خلاق» را جهت پیشبرد اهداف اقتصادی خود، مطرح کرد. در سال ۱۹۹۷ وقتی دولت انگلستان توسط وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش این کشور کارگروه صنایع خلاق را با هدف احیای اقتدار اقتصادی سیاسی بریتانیا به راه انداخت، توجه سیاست‌گذاران به صنایع خلاق جلب شد. یازدهمین کنفرانس آنکتاد (UNCTAD: The United Nations Conference on Trade and Development) در سال ۲۰۰۴، در پذیرش مفهوم صنایع خلاق بسیار مؤثر بود. در این کنفرانس، دسته‌بندی صنایع خلاق بر محوریت فعالیت‌های دانش‌بنیان، متمرکز بر هنر اما نه محدود به آن که پتانسیل درآمدزایی از داد و ستد و حقوق مالکیت معنوی را دارند، ارائه می‌شود (UNCTAD, 2004).

(model) از هسمونداگ (۲۰۰۲) بر اساس پیام نمادین صنایع، مدل کپی‌رایت (Copyright Model) سازمان جهانی حق مالکیت معنوی (۲۰۰۳) بر مبنای مشمول بودن حق کپی‌رایت



شکل (۱). الگوی دسته بندی صنایع خلاق

بر صنایع، مدل یونسکو (۲۰۰۵) با محوریت فعالیت‌های فرهنگی و مدل آنکتاد (۲۰۰۴) بر مبنای خلاقیت، حق مالکیت معنوی و پیام نمادین. مدل آنکتاد نسبت به سایر مدل‌ها، دسته‌بندی جامع‌تری ارائه می‌دهد که علاوه بر ابعاد فرهنگی و هنری فعالیت‌ها، جنبه‌های نوآورانه و دانشی آن نیز در نظر گرفته شده است. با تحلیل محتوای ادبیات نظری اقتصاد خلاق و صنایع خلاق، محصولات و خدماتی در حوزه صنایع خلاق قرار می‌گیرند که سه ویژگی اصلی اعم از آنکه محصولاتی از جنس هنر، فرهنگ و دانش، برخوردار از حق مالکیت فکری و خلاقیت و سرمایه فکری به‌عنوان نهاده متمایز را دارا باشند. از این‌رو با توجه به دسته‌بندی‌های موجود و ادبیات موضوع، انواع گونه‌های صنایع خلاق در سه دسته کلی هنرمینا، فرهنگ مینا و دانش مطابق شکل (۱) طبقه‌بندی می‌شوند.

استفاده از واژه صنایع خلاق به جای صنایع فرهنگی دو هدف را دنبال می‌کند:

۱. مفهوم صنایع فرهنگی در ذهن برخی از صاحب‌نظران همچنان بار معنایی منفی‌ای متواتر می‌کند.
۲. واژه صنایع خلاق این گنجایش را داشت که پاره‌ای از حوزه‌های نوظهور همچون رسانه‌های جدید مبتنی بر وب، بازی‌های رایانه‌ای و حتی فعالیت‌های مبتنی بر تحقیق و پژوهش به قصد تولید دانش را نیز در برگیرد (اندیشکده صنعت و فناوری، ۱۳۸۸).

استفاده از واژه صنایع خلاق نیز منتقدانی جدی دارد. محققانی که معتقدند تعریف گسترده خلاقیت بسیار دشوارتر از گسترده‌ی فرهنگ است و به نوعی واژه‌ی صنایع خلاق هر چیزی را شامل می‌شود. و برخی نظیر تراسبی (۲۰۰۸) و گالوی و دانلویپ (۲۰۰۷) معتقدند صنایع خلاق بر محوریت خلاقیت بنا شده است و صنایع فرهنگی علاوه بر خلاقیت باید دارای پیامی نمادین و معنایی باشند؛ از این‌رو صنایع فرهنگی در قلب صنایع خلاق قرار می‌گیرند.

هاوکینز صنایع خلاق را در طیف گسترده‌ای، از هنر تا حوزه‌های علم و فناوری برمی‌شمارد و همه صنایعی که مشمول چهار بعد مالکیت فکری یعنی کپی‌رایت، ثبت اختراع، علامت تجاری و طراحی می‌شوند را در زمره صنایع خلاق می‌داند (Howkins, 2001). در این سال‌ها دسته‌بندی‌های متعددی از صنایع خلاق ارائه شده است و کشورهای مختلف بر اساس ظرفیت‌های اقتصادی و فرهنگی، هنری و دانشی خود طبقه‌بندی متفاوتی از صنایع خلاق ارائه داده‌اند. در سطح بین‌المللی شش مدل بیش از همه مورد توجه قرار گرفت که عبارتند از: مدل DCMS (۲۰۰۱)، مدل دوایر متحد المکز (Concentric Circles Model) توسط دیوید تراسبی (۲۰۰۱) بر اساس ارزش فرهنگی صنایع، مدل متون سمبلیک (Symbolic texts)

کتاب‌شناسی

اندیشکده صنعت و فناوری (۱۳۸۸). از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق؛ مرور ادبیات موضوع، همراه با نگاهی به وضعیت صنایع فرهنگی در کشورهای پنج‌قاره‌ی جهان. قم: اداره کل تبلیغات اسلامی قم. تاووز، روث (۱۳۹۳). در سنامه اقتصاد فرهنگی، ترجمه علی اکبر فرهنگی، احتشام رشیدی و انسیه ابری. تهران: نشر دانژه.

Adorno, Theodor W. (1991). *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*. London and New York: Routledge.

Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International journal of cultural policy*, 13(1), 17-31.

Hesmondhalgh, David (2002). *The Cultural Industries*, London: Sag

Howkins, John (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Published by Penguin in 2001 and updated in 2007.

McGuigan, J. (2010). *Cultural Analysis*. SAGE Publications Inc.

Throsby, David (2001). *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.

Throsby, David. (2008). From Cultural to Creative Industries: The Specific Characteristics of the Creative Industries. In *Troiseme Journees d'Economie de la Culture: Nouvelles Frontieres de l'Economie de la Culture*. Conference held at Musee du quai Branly.

UK Department of Culture, Media and Sport (2001). *The Creative Industries Mapping Document 2001*. London: DCMS.

UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development) (2010). *creative economy report, A feasible development option*. The United Nations.

UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development) (2004). *Creative Industries and Development*. Sao Paulo, 13–18 June 2004.

UNESCO Institute for Statistics (2005). *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994–2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*. Montreal: UIS.

World Intellectual Property Organization (2003). *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*. Geneva: WIPO.

رسول بیدرام

گروه اقتصاد و کارآفرینی، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و

کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران