

Designing a model for the development of cultural and creative industries in Iran Case Study: Creative and Innovative Industry Cooperatives

Sameh Ebtehaj¹, Fatemeh Azizabadifarahany^{*2}, Seyedreza Salehiamiri³, Abasali Ghayyomi⁴

1. P.h.D student of Cultural Management and Planning, Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor of Cultural Management and Planning, Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran.

3. Associate Professor of Cultural Management and Planning, Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran.

4. Associate Professor of Management and Cultural Planning, Azad University, North Tehran Branch, Iran.



CITATION: Ebtehaj, S. Azizabadifarahany, F. Salehiamiri, R. & Ghayyomi, A. (2023). Designing a model for the development of cultural and creative industries in Iran Case Study: Creative and Innovative Industry Cooperatives, *Journal of Cooperation and Agriculture*, 12(47), 60-77. (In Persian).

DOI: <https://doi.org/10.22034/AJCOOP.2023.311176.1741>

ARTICLE INFO

Keywords:

- Creative industries
- Creative development
- Cultural industries
- Creative and innovative cooperatives

Received:

19 October 2021

Revised:

20 June 2023

Accepted:

6 July 2023

Available online:

30 August 2023

ABSTRACT

Context and purpose. The purpose of this research is to design a model for the development of cultural and creative industries through economic tools and mechanisms and the integration of creative and cultural economy.

Methodology/approach. In the current study, the qualitative method of grounded theory was used and the in-depth interview technique was used to collect information. The sampling method of the research was purposeful and snowball methods with theoretical saturation criteria and interviews with 20 experts in the field of creative and cultural industries. open, axial and selective coding processes was used to data analysis, and after that, the grounded theory emerging from the data was presented in the form of a story and visual model, and based on them, definition and classification were carried out for the application of the development of creative and cultural industries.

Findings and conclusions. The results have shown that training and empowerment of cultural and creative industries and culture building in the field of cultural and creative industries act as intervening conditions to encourage business owners to create cultural and creative jobs, and these three-dimensional conditions in interaction together have caused the development of cultural and creative industries and the dynamics of the economy and moving towards the creative economy, and the consequence of that is the creative ecosystem approach to economic benefits and economic profitability and cultural development.

Originality/innovation. Previous researches have pointed out factors affecting cultural industries or creative industries separately and from different perspectives, but in this research these two categories are combined with each other and due to the overlaps they have, a comprehensive model for cultural and creative industries is presented.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. Due to the speed of global technological developments, the culture of societies is also changing at the same speed, and different cultures are moving towards uniformity and the so-called globalization of culture. Creative industries are cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as raw material. These industries consist of a set of knowledge-based activities, focused on art but not limited to those that have the potential to generate income from trade and intellectual property rights. The purpose of this research is to design a model for the development of cultural and creative industries through economic tools and mechanisms and the integration of creative and cultural economy.

Methodology/approach. In the current study, the qualitative method of grounded theory was used and the in-depth interview technique was used to collect information. The sampling method of the research was purposeful and snowball methods with theoretical saturation criteria and interviews with 20 experts in the field of creative and cultural industries. open, axial and selective coding processes was used to data analysis, and after that, the grounded theory emerging from the data was presented in the form of a story and visual model, and based on them, definition and classification were carried out for the application of the development of creative and cultural industries.

Findings and conclusions. The results have shown that training and empowerment of cultural and creative industries and culture building in the field of cultural and creative industries act as intervening conditions to encourage business owners to create cultural and creative jobs, and these three-dimensional conditions in interaction together have caused the development of cultural and creative industries and the dynamics of the economy and moving towards the creative economy, and the consequence of that is the creative ecosystem approach to economic benefits and economic profitability and cultural development. It should be noted that the cultural and creative approach as a new phenomenon in the economy, such as any new phenomenon, can have positive consequences that can be exploited by intelligence and awareness while enhancing these effects.

Originality/innovation. Previous researches have pointed out factors affecting cultural industries or creative industries separately and from different perspectives, but in this research these two categories are combined with each other and due to the overlaps they have, a comprehensive model for cultural and creative industries is presented.

*Corresponding author

E-mail addresses: Samehebtahaj@gmail.com (S. Ehbtehaj), Azizabadifarahani1348@gmail.com (F. Azizabadifarahani), Seyedrezasalehiamiri@gmail.com (R. Salehiamiri), A.ghayoomi@gmail.com (A. ghayoomi).

طراحی الگوی توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق (مورد مطالعه: تعاونی‌های صنایع خلاق و نوآور ایران)

سامه ابتهاج^{۱*}، فاطمه عزیز آبادی فراهانی^{۲*}، سید رضا صالحی امیری^۳، عباسعلی قیومی^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.
۲. استاد یار رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.
۳. دانشیار رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.
۴. دانشیار رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد واحد تهران شمال، ایران.

استناد: ابتهاج، سامه، عزیز آبادی فراهانی، فاطمه، صالحی امیری، سید رضا و عباسعلی، قیومی. (۱۴۰۲). طراحی الگوی توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق (مورد مطالعه: تعاونی‌های صنایع خلاق و نوآور ایران). فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۲(۴۶): ۶۰-۷۷.

DOI: <https://doi.org/10.22034/AJCOOP.2023.311176.1741>

چکیده

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

- صنایع خلاق
- توسعه خلاق
- صنایع فرهنگی
- تعاونی‌های خلاق و نوآور

زمینه و هدف: هدف این پژوهش طراحی یک الگو برای توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق به واسطه‌ی ابزارها و سازوکارهای اقتصادی و تلفیق اقتصاد خلاق و فرهنگی است.

روش‌شناسی/ارهیافت: در مطالعه حاضر از روش کیفی نظریه داده بنیان استفاده شده و برای گردآوری اطلاعات از تکنیک مصاحبه عمیق بهره گرفته شده است. روش نمونه‌گیری تحقیق از نوع هدفمند و با شیوه گلوله برفی با معیار اشباع نظری و مصاحبه با ۲۰ خبره حوزه صنایع خلاق و فرهنگی انجام شد. تحلیل داده‌ها در فرایندهای کدگذاری باز، محوری و گزینشی برای شناسایی مقوله‌ها در گروه‌ها انجام پذیرفته و پس از آن، نظریه داده بنیاد به صورت داستان و مدل تصویری ارائه و بر اساس آن‌ها تعریف و طبقه‌بندی برای کاربری توسعه صنایع خلاق و صنایع فرهنگی انجام گردیده است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج نشان داده که آموزش و توانمندسازی صنایع فرهنگی و خلاق و فرهنگ‌سازی در زمینه صنایع فرهنگی و خلاق به عنوان شرایط مداخله‌گر در جهت ترغیب صاحبان مشاغل به ایجاد مشاغل فرهنگی و خلاق عمل می‌نمایند که این شرایط سه‌بعدی در تعامل و کنش متقابل باهم موجب توسعه صنایع فرهنگی و خلاق و بویایی اقتصاد و حرکت به سمت اقتصاد خلاق شده و پیامد آن رویکرد اکوسیستمی خلاق به منافع اقتصادی و سودآوری اقتصادی و توسعه فرهنگی است.

اصالت / نوآوری: پژوهش‌های قبلی به صورت مجزا و از زاویه دیدهای متفاوت به عوامل مؤثر بر صنایع فرهنگی و یا صنایع خلاق اشاره کرده‌اند؛ اما در این پژوهش این دو مقوله با یکدیگر تلفیق شده و با توجه به همپوشانی‌هایی که دارند یک الگوی جامع برای صنایع فرهنگی و صنایع خلاق ارائه شده است.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۷۰/۲۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۳/۳۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۴/۱۵

تاریخ برخط:

۱۴۰۲/۰۶/۰۸

*نویسنده مسئول

پست الکترونیک: Samehebttehaj@gmail.com (س. ابتهاج)، Azizabadifarahani1348@gmail.com (ف. عزیز آبادی فراهانی).

Seyedrezasalehiamiri@gmail.com (ر. صالحی امیری)، A.ghayoomi@gmail.com (الف. قیومی).

ظرفیت‌های صنایع خلاق و فرهنگی است. تعاونی‌ها توانایی کنترل بیشتری بر تولید و توزیع محصولات خلاق دارند، دقیقاً نوعی کنترل که بسیاری از طراحان خواهان آن هستند. آن‌ها همچنین دارای ویژگی‌های ساختاری هستند که منجر به بهبود توانایی‌شان برای ایجاد خلاقیت می‌شود؛ درحالی‌که برابری اقتصادی و فرهنگی بیشتری نسبت به آنچه معمولاً در کسب‌وکارهای غیر مشارکتی پیدا می‌شود، ارائه می‌دهند (Nogare & Murzyn-Kupisz, 2022). اولین و مهم‌ترین نیاز برای توسعه صنایع خلاق، دسترسی به آمارهای دقیق بخش فرهنگ و هنر است. این در حالی است که جدید بودن حوزه مذکور، دستیابی به اطلاعات و آمارهای قابل اتکا را با محدودیت مواجه کرده است (Malekifar, 2012).

در چند دهه اخیر با گسترش شهرنشینی، برخی شهرهای بزرگ در کشورهای مختلف جهان، نظیر چین، اقدام به ساخت و استقرار خانه‌های اپرا، سالن‌های تئاتر، موسیقی، موزه‌ها و سایر سازه‌های ویتروینی نمادین و برجسته نموده‌اند تا نشانه‌ای از ظهور خود به‌عنوان شهرهای بین‌المللی بر جای بگذارند. درعین حال، با هیاهوی کمتر و اغلب از طریق تلاش‌های مردمی، «مناطق خلاق» در شهرها با اندازه‌های مختلف در حال ظهور هستند. در برخی موارد، توسعه نواحی خلاق به‌عنوان جایگزینی برای صناعی که از دیرباز به پارک‌های صنعتی جدید رفته‌اند و زیرساخت‌های غیرقابل استفاده را پشت سر گذاشته‌اند، ناشی از راهبردهای توسعه اقتصادی دولتی هستند. در موارد دیگر، مناطق خلاق نتیجه راهبردهای پیچیده املاک و مستغلات هستند یا توسط شهرک‌های دورافتاده به‌عنوان راهی برای جلوگیری از ضمیمه شدن توسط دولت‌های بزرگ‌تر تبلیغ می‌شوند. در ورای این سرمایه‌گذاری‌ها، اشتهای فزاینده برای تجربه‌های هنری و فرهنگی و افزایش درآمد برای حمایت از مصرف آن وجود دارد. هنرهای

با توجه به سرعت تحولات فناوری جهانی، فرهنگ جوامع نیز به همان سرعت در حال دگرگون شدن هست و فرهنگ‌های متفاوت به سمت یکنواخت شدن و به‌اصطلاح جهانی‌شدن فرهنگ پیش می‌روند. در این میان کشوری موفق‌تر عمل می‌کند که بتواند هم از فناوری و هم فرهنگ غنی‌تری برخوردار باشد. توسعه صنایع فرهنگی و به‌کارگیری روزافزون آن سطح کیفی زندگی جوامع را تغییر داده و خطمشی فرهنگ را به‌سوی دهکده جهانی سوق می‌دهد. در همین راستا، صنایع خلاق و فرهنگی می‌توانند با تمرکز بر فعالیت و تولید خلاق توسعه یابند و جایگاه خود را به‌عنوان مجاری انتقال محتوی فرهنگی همواره با دو ساختار فکری متفاوت مطرح کنند (Hosseinipour sisakht et al., 2013). صنایع خلاق چرخه‌هایی از خلق، تولید و توزیع کالاها و خدمات هستند که خلاقیت و سرمایه‌ی فکری را به‌عنوان ماده‌ی خام به کار می‌گیرند. این صنایع متشکل از مجموعه‌ای از فعالیت‌های دانش‌بنیان، متمرکز بر هنر اما نه محدود به آن است که پتانسیل درآمدزایی از دادوستد و حقوق مالکیت معنوی دارند. همچنین، صنایع خلاق شامل محصولات مادی و ملموس و غیرمادی و معنوی یا خدمات هنری با محتوای خلاق، ارزش اقتصادی و هدف‌های بازاری هستند و در تقاطع میان صنعت‌گر، خدمات و بخش‌های صنعتی قرار دارند (UNCTAD, 2010).

گستره اقتصاد خلاق با وسعت صنایع خلاق و فرهنگی تعیین می‌شود. با توجه به ظرفیت قابل توجه کشور در بخش فرهنگ و هنر، می‌بایست سیاست‌های لازم برای افزایش سهم ایران از این بخش در اقتصاد جهانی اتخاذ و از مزیت فرهنگی ایران برای افزایش رشد اقتصادی کشور استفاده گردد. تعاونی‌ها یکی از مهم‌ترین بخش‌های کشور برای توسعه گستره اقتصادی کشور بر مبنای



در آخرین مرحله از کدگذاری، یعنی کدگذاری انتخابی، از میان مقوله‌ها، مقوله محوری انتخاب می‌شود و حول آن نظریه‌ای برآمده از دل تحقیق ارائه می‌شود. نظریه به وجود آمده از دل داده‌ها، حول مقوله محوری، به صورت مدل تصویری و داستان ارائه می‌شود. داستان، «روایتی توصیفی، درباره پدیده اصلی تحقیق است». چنین کاری تنها از طریق دسته‌بندی مقوله‌ها ممکن خواهد بود. به منظور برقراری پیوند بین مقوله‌ها، از مدل پارادایمی پیشنهادی استراس و کوربین استفاده می‌شود. این مدل پارادایمی، مقوله‌ها را در شش دسته یا جعبه مقوله جای می‌دهد. در صورتی که از مدل استفاده نشود، ممکن است نظریه تولیدی فاقد دقت و پیچیدگی‌های لازم باشد، این دسته‌ها عبارت‌اند از: شرایط علی^۶، زمینه^۷، پدیده یا مقوله محوری^۸، شرایط مداخله‌گر^۹، راهبرد^{۱۰} و پیامدها^{۱۱} (Strauss, A., & Corbin, 1990).

انتخاب و گردآوری داده‌ها به کمک ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان حوزه فرهنگی، اقتصادی (مدیران و سیاست‌گذاران معاونت علمی، فناوری ریاست جمهوری، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور، خبرگان حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و اساتید دانشگاه‌ها) و با استفاده از نمونه‌گیری گلوله برفی صورت گرفته است. طی فرایند پژوهش، ۲۰ تن از مشارکت‌کنندگان بر مبنای قاعده اشباع نظری مطالعه شدند. در این تحقیق گردآوری داده در سه مرحله

طراحی - گرافیک، طراحی مد، معماری، هنر تجاری، فیلم‌سازی، پویانمایی، طراحی دیجیتال و تبلیغات - به کسب و کارهایی پرسود تبدیل شده‌اند که توسط آژانس‌ها در سطوح مختلف تبلیغ می‌شوند، برای نسل‌های جوان و جوامع هنری رو به رشد جذاب هستند و دائماً حاشیه‌ها را آزمایش می‌کنند (Pryshchenko, 2019).

صنایع فرهنگی و خلاق به‌طور گسترده در ادبیات پیشین مورد توجه قرار گرفته است. اغلب مطالعات پیشین این حوزه تحقیقاتی را با رویکرد کمی و فرضیه‌آزمایی‌محور توجه قرار داده‌اند (Sepehriya, Delavar, & Salehie Amiri, 2012; Yahyazadehf, Shahabi, & Alizadehsani, 2016)؛ این در حالی است که مدل مورد نیاز برای توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق در بستر بخش تعاون هنوز به‌طور کامل مورد توجه قرار نگرفته است. بر همین مبنای پژوهش حاضر به طراحی الگوی توسعه صنایع خلاق و فرهنگی در بستر تعاونی‌های صنایع خلاق و نوآور ایران می‌پردازد.

روش‌شناسی پژوهش

در روش نظریه زمینه محور، داده‌های گردآوری شده در سه مرحله کدگذاری می‌شوند. در طی این سه مرحله و با کدگذاری داده‌ها، به تدریج از دل کدها، مفاهیم، از درون مفاهیم، مقوله‌ها^۲ و از دل مقوله‌ها، نظریه بیرون می‌آید (شکل ۱). کدگذاری باز^۳، کدگذاری محوری^۴ و کدگذاری انتخابی^۵ سه مرحله کدگذاری در نظریه زمینه محور هستند. در طی این فرایند، پژوهشگر باید اتفاقات و حاشیه‌های پیشرفت کار را در قالب یادداشت‌های

شکل ۱: روند تبدیل داده‌ها به نظریه در نظریه زمینه

محور (Strauss, A., & Corbin, 1990)

7. Context Conditions
8. Core Category
9. Intervening Conditions
10. Strategies
11. Consequences

1. Codes
2. Categories
3. Open Coding
4. Axial Coding
5. Selective Coding
6. Causal Conditions

در کدگذاری محوری، یکی از مقوله‌ها به‌عنوان مقوله یا پدیده اصلی مورد مطالعه انتخاب می‌شود و در مرکز فرایند مورد بررسی قرار می‌گیرد و سایر مقوله‌ها را به هم مرتبط می‌سازد.

مقوله توسعه صنایع خلاق و فرهنگی به‌عنوان مقوله یا پدیده اصلی مورد مطالعه انتخاب شده و در مرکز فرایند مورد بررسی قرار گرفته است. این مقوله سایر مقوله‌ها را به هم مرتبط می‌سازد مطابق **جدول (۱)**، مقوله محوری پژوهش، زیر مقوله‌های آن و همچنین مفاهیم مربوطه، ارائه شده است.

کدگذاری انجام شد. در هر سه نوع کدگذاری، محققان دائماً به متون مصاحبه‌ها مراجعه و برخی از کدها را حذف و یا کدهای جدیدی را اضافه می‌کردند. این روش رفت و برگشتی یا در اصطلاح زیگزگی یا الاکلنگی ادامه یافت تا اینکه تحقیق به مرحله اشباع نظری رسید.

یافته‌ها

کدگذاری باز: در مرحله کدگذاری باز، کدها، مفاهیم و مقوله‌ها مشخص شدند. به صورت کلی، در این تحقیق ۱۵۱ مفهوم، ۱۴ زیر مقوله و شش مقوله به دست آمد.

مقوله محوری

جدول ۱. مفاهیم و مقوله‌های محوری تحقیق

مفهوم	مقوله	زیر مقوله
۱- تعریف صنایع فرهنگی و صنایع خلاق	توسعه صنایع خلاق و فرهنگی	تبیین صنایع خلاق و فرهنگی
۲- ویژگی‌ها، ابعاد و مؤلفه‌های صنایع فرهنگی و صنایع خلاق		
۳- دسته‌بندی‌های صنایع فرهنگی و خلاق		
۴- توسعه فرهنگی پایدار		
۵- لحاظ مسائل فرهنگی و اقتصادی در شرح وظایف مصوب		
۶- فهرست صنایع فرهنگی و خلاق		
۷- مباحث زیبایی‌شناسی و حض هنری و بصری		
۸- خلق ایده و فعالیت‌های نوآورانه در کسب و کارهای فرهنگی، ترویج کارآفرینی خلاق و آموزش مهارت‌های مربوط به توسعه کسب و کار.		
۹- همگرایی مسئولیت‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی در تعامل تک‌تک اجزای سیستمی		
۱۰- بازخورد اجتماعی و زیست‌محیطی		
۱۱- ارائه خدمات خلاق و فرهنگی		
۱۲- ارزیابی تأثیرات فرهنگی اجتماعی صنایع خلاق		
۱۳- شاخص نیروی انسانی خلاق و طبقه خلاق		
۱۴- استانداردهای فرآیندهای توسعه صنایع خلاق		

- ۱۵- رعایت پیوستار فرهنگی در ابعاد اقتصادی، سیاسی، کارآفرینی و اجتماعی
- ۱۶- طراحی محصول نوآورانه یا فرایند ارزیابی بازار و برنامه استراتژیک کسب و کار، مدیریت توزیع، فروش، نصب و راه اندازی محصول و محدوده‌های ویژه کسب و کار
- ۱۷- هنر- صنعت شدن با کمک فناوری
- ۱۸- انگیزه و ارتقای بهره‌وری کارکنان بخش خلاق و فرهنگی و هنری
- ۱۹- بارکدگذاری محصولات هنری
- ۲۰- تخریب خلاق
- ۲۱- ایجاد زنجیره ارزش شامل مفهوم، تعریف، طراحی، تولید، فروش، خدمات پس از فروش و ارزش افزوده
- ۲۲- طراحی محصول نوآورانه یا فرایند ارزیابی بازار و برنامه استراتژیک کسب و کار، مدیریت توزیع، فروش، نصب و راه اندازی محصول و ارائه خدمت
- ۲۳- قیمت رقابتی محصول فرهنگی و تولید کالاهای مکمل و جانشین
- ۲۴- تحقیقات بازار و بازاریابی صنایع خلاق و فرهنگی
- ۲۵- خودارزیابی و خود اظهاری در شرکت‌های خلاق و فرهنگی

و ایجاد شغل، سهمی بالاتر از متوسط را به خود اختصاص داده‌اند.

مقوله‌های علی

این مقوله‌ها که حاصل شرایط علی یا شرایط مقدم است. مقوله تغییر پارادایم‌های جهانی و ظرفیت عظیم صنایع فرهنگی و صنایع خلاق با سه زیر مقوله جریان سازی، آگاهی و آموزش صنایع خلاق و صنایع فرهنگی، چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با کمک صنایع فرهنگی و صنایع خلاق به عنوان شرایط علی به شرح جدول (۲) تشخیص داده شده است.

از نظر خبرگان صنایع فرهنگی و خلاق در مناسبات جدید جهانی جایگاه شایسته خود را پیدا کرده ولی

هنوز در ایران به عنوان راهکاری جدی در حل معضلات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی و زیست محیطی به آن نگریده نمی‌شود. در گام نخست تبیین مفاهیم صنایع خلاق و فرهنگی و تجاری سازی این مفاهیم از اولویت‌های محوری در کشور هست.

صنایع خلاق و فرهنگی به عنوان موتور پیشرفت آینده و از مؤلفه‌های مهم اقتصادهای دانش بنیان شده‌اند و در موارد قابل اندازه گیری، در زمینه‌های رشد

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های علی تحقیق

مفهوم	مقوله	زیر مقوله
۱- جریان سازی و آگاهی از مسائل و مشکلات فرهنگی و اقتصاد	۲- آگاهی از نقش طبقه خلاق و سرمایه انسانی در حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی	جریان سازی، آگاهی بخشی و آموزش صنایع خلاق و صنایع فرهنگی
۳- آگاهی از روابط متقابل طبقه خلاق، سرمایه انسانی و مسائل فرهنگی و اقتصادی	۴- آموزش، گفتمان سازی و آگاهی‌رسانی مفهوم توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق	
۵- آگاهی از تأثیر مثبت صنایع فرهنگی و صنایع خلاق در جامعه	۶- آگاهی از تأثیر منفی صنایع فرهنگی و صنایع خلاق	
۷- آگاهی از تأثیر صنایع فرهنگی و صنایع خلاق بر توسعه فرهنگی و اقتصادی جامعه	۸- عدم مدیریت یکپارچه فرهنگی	چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و سیاسی
۹- عدم توجه به فناوری، تقاضا و گردشگری	۱۰- فقدان طرح اقتصادی مدون در بخش فرهنگ و سهم ناچیز آن در تولید ناخالص داخلی	
۱۱- خام فروشی منابع و سرمایه‌های طبیعی و ذخایر و معادن	۱۲- خلأ آموزش در صنایع خلاق و فرهنگی و صنایع هنری فناور پایه و دانش‌بنیان	
۱۳- نداشتن مدل بومی صنایع فرهنگی و خلاق در کشور	۱۴- صنایع فرهنگی و خلاق به‌مثابه پیشران توسعه اقتصادی و در راستای اقتصاد مقاومتی است	حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با کمک صنایع فرهنگی و صنایع خلاق
۱۵- توسعه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق برای تقویت هویت فرهنگی، خرده‌فرهنگ‌ها و کاهش معضلات فرهنگی و اجتماعی	۱۶- صنایع فرهنگی و خلاق به‌مثابه ابزار حفظ تنوع و تکثر فرهنگی، افزایش سرمایه فرهنگی و اجتماعی	
۱۷- مدیریت پایدار در استفاده از منابع نفت و گاز، ذخایر معدنی و حفظ محیط‌زیست	۱۸- صنایع فرهنگی و خلاق به‌مثابه ابزار اشتغال	
۱۹- استفاده از صنایع فرهنگی و خلاق باهدف غلبه بر آسیب‌های اجتماعی نظیر بزه‌کاری و شکل دادن به سبک زندگی شهروندان	۲۰- صنایع فرهنگی و صنایع خلاق به‌مثابه ابزار «توسعه فراگیر» و ضد فقر	
۲۱- صنایع فرهنگی به‌مثابه تهدید خارجی و ابزار تهاجم فرهنگی و ابزار و بستر دیپلماسی فرهنگی		

تغییر پارادایم‌های جهانی و ظرفیت عظیم صنایع فرهنگی و صنایع خلاق

۲۲- صنایع فرهنگی و خلاق به مثابه ابزار حفظ، تبلیغ و صدور ارزش‌های
 ۲۳- توسعه صنایع فرهنگی و خلاق به مثابه صنایع سبز در جهت توسعه پایدار
 انقلاب

پتانسیل‌ها و امکانات برای تحقق اقتصاد خلاق، نقش عاملین صنایع فرهنگی و خلاق (نهاده‌ها و مسئولیت‌ها) و محرک‌ها و مشوق‌های اقتصاد خلاق به عنوان وضعیت محیطی تأثیرگذار بر راهبردها به شرح جدول (۳) تشخیص داده شده است.

صنایع فرهنگی و صنایع خلاق با تکیه بر طبقه خلاق و سرمایه انسانی از طریق مدیریت منابع و بهبود زیرساخت‌ها به حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کمک می‌کنند.

مقوله‌های زمینه‌ای

در این تحقیق مقوله ایجاد و تقویت زیرساخت‌های اقتصاد خلاق و اقتصاد فرهنگی با سه زیر مقوله

جدول ۳. مفاهیم و مقوله‌های محیطی (زمینه‌ای) تحقیق

مقوله	زیر مقوله	نام مفهوم
پتانسیل‌ها و امکانات برای تحقق اقتصاد خلاق ایجاد و تقویت زیرساخت‌های اقتصاد خلاق و اقتصاد فرهنگی	۱- اکوسیستم خلاق و زیست‌بوم فرهنگی	۲- پتانسیل آموزشی فرهنگی و مهارت خلاق
	۱-۱- صنایع خلاق-اقتصاد	۲-۱- نیروی دانشی خلاق
	۲-۱- فضاهای خلاق-مکان	۲-۲- دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و آکادمی‌ها
	۳-۱- استعداد-خلاق	۳-۲- مراکز مهارتی
		۴-۲- تعاونی‌های خلاق و نوآور
		۵-۲- شرکت‌های خلاق
	۳- فرهنگ غنی ایرانی اسلامی و نیروی انسانی جوان در کشور	۴- ارتقای صنعت گردشگری به عنوان پیشران اقتصاد خلاق:
		- گردشگری فرهنگی، گردشگری سلامت، گردشگری مذهبی، گردشگری خلاق، گردشگری تاریخی و غیره
	۵- پتانسیل دانشگاه‌ها برای آموزش و R&D خلاق و آفرینش‌های کارکردی	۶- پتانسیل حقوقی و قانونی برای آموزش مالکیت معنوی و صنایع خلاق
۷- ثبات اقتصادی، ثبات قیمت‌ها و چرخه کامل بازار و تکمیل زنجیره ارزش فرهنگی و خلاق	۸- پتانسیل استفاده از فناوری به عنوان پیشران اقتصاد خلاق	
۹- تعاملات بین‌المللی در زمینه اقتصاد خلاق		

- ۱۰- فعالیت‌های سیاست‌گذاری در صنایع خلاق و فرهنگی
 ۱۱- فعالیت‌های ترویجی و گفتمان‌سازی در اقتصاد خلاق و فرهنگی
- ۱۲- فعالیت‌های جهت‌دهی و هدایتگری در صنایع خلاق و فرهنگی
 ۱۳- اطلاع‌رسانی برای صنایع فرهنگی و خلاق و فناوری‌های نرم و هویت‌ساز
- ۱۴- آموزش برای ایجاد مهارت
 ۱۵- ضمانت اجرایی
- ۱۶- نظارت مناسب و صحت‌سنجی
 ۱۷- حمایت از برندینگ در صنایع خلاق و فرهنگی
- ۱۸- در نظر گرفتن مشوق‌های بیمه‌ای و مالیاتی برای کارآفرینان فرهنگی و خلاق
 ۱۹- پشتوانه قانونی از صنایع فرهنگی و خلاق
- ۲۰- ارائه سند، دستورالعمل و نقشه راه اقتصادی خلاق و صنایع فرهنگی
 ۲۱- لحاظ نمودن صنایع فرهنگی و خلاق در سیاست‌های کلان
- ۲۲- تعیین جایگاه مناسب حقوقی و سیاسی
 ۲۳- فعالیت‌های ایجاد زیرساخت‌های پارک‌های علمی صنایع خلاق و فرهنگی، مراکز رشد صنایع خلاق و فرهنگی و فن-بازارهای فرهنگی
- ۲۴- خصوصی‌سازی حوزه صنایع فرهنگی و صنایع خلاق
- ۲۵- برگزاری رویدادهای صنایع خلاق و فرهنگی، استارت‌آپ و یکندها، صاحبان مشاغل خلاق و فرهنگی و انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌های فرهنگی
 ۲۶- ایجاد انگیزه‌های مادی و معنوی به کارآفرینان فرهنگی و خلاق و تعاونی‌های خلاق و فرهنگی
- ۲۷- ایجاد انگیزه از طریق اعتبارهای بین‌المللی و تخصیص جوایز صادراتی

مشخص‌شده و جایگاه حقوقی و قانونی صنایع فرهنگی و خلاق تعیین و ضمن فراهم‌آوری کلیه امکانات مناسب در زمینه‌های مختلف (زیرساخت‌ها، بودجه، فناوری، آموزش و غیره) در اجرا نیز با ایجاد انگیزه‌های مختلف صاحبان مشاغل را ترغیب به حرکت به سمت مشاغل فرهنگی و خلاق نمایند. در این مطالعه در رابطه با شرایط تعدیل و تشدیدکننده بروز راهبردهای مؤثر یا بی‌اثر می‌توان عوامل حمایتی و تشویقی که برای ایجاد

مطابق نظر تمامی پاسخ‌دهندگان توسعه صنایع خلاق و فرهنگی نیازمند تغییر ساختار تولید، توزیع، مصرف و یافتن جایگزین‌های ابتکاری توسعه است. در این تحول مهم، همکاری و مشارکت تمام گروه‌ها و نهادهای اجتماعی الزامی است. نهادهای سازمان‌های دولتی نقش بنیادی و اساسی در فرایند تولید و توسعه صنایع فرهنگی و خلاق دارند که این تأثیر می‌تواند مثبت و یا منفی باشد. برای تأثیر مثبت بایستی وظایف نهادهای مسئول و مرتبط به تفکیک

خلاق و فرهنگی و کارآفرینان فرهنگی و خلاق و تعاونی‌های خلاق و فرهنگی.

این موارد از عوامل مداخله کننده و تأثیرگذار بر روند شناسایی و دسته‌بندی بومی صنایع فرهنگی و خلاق بوده و با اعمال اثرات مثبت و تسهیل کننده، این روند را تسهیل نموده و به اثربخشی راهبردهای اتخاذ شده، یاری می‌رسانند.

مقوله‌های واسطه‌ای

در این تحقیق مقوله توانمندسازی ایران خلاق با دو زیر مقوله آموزش صنایع فرهنگی و صنایع خلاق و فرهنگ‌سازی در زمینه صنایع فرهنگی و خلاق به‌عنوان شرایط واسطه‌ای تأثیرگذار بر راهبردها به شرح جدول (۴) تشخیص داده شده است.

جدول ۴. مفاهیم و مقوله‌های واسطه‌ای تحقیق

مفهوم	زیر مقوله	مقوله
۱- تدوین شاخص‌های آموزشی صنایع فرهنگی و خلاق در ایران	آموزش صنایع فرهنگی و صنایع خلاق	توانمندسازی ایران خلاق (ملت خلاق)
۲- آموزش صنایع خلاق و فرهنگی طبق پدیده سرریز توسط طبقه خلاق		
۳- آموزش در جهت مهارت‌افزایی در خصوص صنایع خلاق و فرهنگی		
۴- آموزش بخش‌های خلاق و فرهنگی بر اساس ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای		
۵- برنامه‌های فرهنگی پیش‌رونده		
۶- منافع اقتصادی و اجتماعی حاصل از آموزش اقتصاد خلاق و اقتصاد نارنجی		
۷- بازتولید هنر و صنایع فرهنگی و خلاق بر تغییر نگرشی، ذهنی و رفتاری در جامعه		
۸- آموزش هنرها و رسانه‌های جدید		
۹- همراهی سمن‌ها در آموزش صنایع خلاق و فرهنگی		
۱۰- توانمندسازی زنان در بحث اشتغال‌های فرهنگی و خلاق		
۱۱- پیوند میان آموزش عالی و صنایع خلاق		
۱۲- ایجاد و ترویج رشته‌های دانشگاهی منتهی به مشاغل خلاق و فرهنگی		
۱۳- برنامه‌های اوقات فراغتی		
۱۴- آموزش‌های خلاق مختص اقلیم		
۱۵- فرصت تجارب خلاق		
۱۶- جهت‌دهی پژوهش‌های دانشگاهی		
۱۷- شهرها و روستاهای آموزش‌دهنده		
۱۸- سرفصل‌ها و واحدهای اقتصاد خلاق، اقتصاد نارنجی، صنایع خلاق و فرهنگی در دانشگاه‌ها	فرهنگ‌سازی در زمینه صنایع	

- ۱۹- هدایت تحصیلی دانش آموزان در انتخاب رشته‌های خلاق سازگار با زیست‌بوم و موردنیاز کالا و خدمات فرهنگی در سبد خانوار جامعه
- ۲۰- فرهنگ‌سازی در تغییر رفتار خرید و مصرف
- ۲۱- فرهنگ‌سازی رسانه‌ای برای آموزش مفاهیم محصولات فرهنگی و تأثیر آن بر سلامت روان و محیط
- ۲۲- ترویج مفید بودن و ضروری بودن
- ۲۳- فرهنگ خلاق (فرهنگ‌سازی با رویکرد خلاقیت)
- ۲۴- فرهنگ‌سازی برای پذیرش اقتصاد خلاق در زندگی مردم
- ۲۵- ورود مفهوم صنایع فرهنگی و خلاق به کتاب‌های درسی و آموزشی
- ۲۶- فرهنگ‌سازی در دستگاه‌های خصوصی و دانشگاه‌ها

گروه‌های محروم مانند جوانان بیکار بامهارت کم تأکید شود.

شرایط واسطه‌ای، شامل خصوصیات ویژه‌ای است که پدیده در آن واقع می‌شود، یعنی محل حوادث و وقایع مرتبط به پدیده در طیف زمان.

برای آموزش ابتدا باید نیازسنجی در حوزه اقتصاد خلاق انجام شود. مشاغل خلاق طبقه‌بندی شود و بررسی شود این صنایع به چه مؤلفه‌های آموزشی نیاز دارد و بر آموزش ضمن خدمت تأکید شود.

مقوله‌های راهبردی

این مقوله‌ها راهبردهایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده محوری ارائه می‌کنند. در این تحقیق مقوله مدیریت طبقه خلاق، ایجاد خوشه‌های خلاق و برنامه‌ریزی شهر، قطب‌ها و خوشه‌های خلاق و روستای خلاق با دو زیر مقوله حکمرانی خوب در شهرها، روستاها و استانداردها و شاخص‌های شهر، روستا، خوشه، قطب خلاق به‌عنوان مقوله‌های راهبردی تشخیص داده شد که به شرح جدول (۵) نمایش داده شده است.

به نظر خبرگان، آموزش اولین و مهم‌ترین ابزار در روند فرایند ایجاد و توسعه صنایع فرهنگی و خلاق است. برای آموزش مؤثر این مفاهیم نیاز به یک برنامه‌ریزی جامع همراه با نیازسنجی، تعیین شاخص‌ها و سطوح آموزش و مهارت موردنیاز، مشخصات افراد درگیر، ابعاد محتوای آموزشی، تعیین وظایف دستگاه‌های آموزشی و نظارتی، نحوه استفاده از ابزارهای تأثیرگذار آموزشی دارد که هدف از اجرای آن افزایش آگاهی و جلب مشارکت جامعه برای تبدیل شدن به ایران خلاق است. آموزش با ارائه تأثیرات مثبت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی به آحاد جامعه است، در این خصوص حتی از بحث گرایش‌ها فراتر رفته و موجب تغییر نگرش صاحبان مشاغل سنتی و دانش‌گامیان، زنان، کودکان و اقشار خاص و آسیب‌پذیر می‌شود.

مهارت‌ها به‌تنهایی برای حل مشکلات کافی نمی‌باشند و ضروری است در سیاست‌گذاری‌ها به‌خصوص در بخش آموزش بر توسعه‌های محلی، اقتصاد غیررسمی، شرکت‌های کوچک و متوسط، تعاونی‌ها و

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های راهبردی تحقیق

مقوله	زیر مقوله	نام مفهوم
	۱- اقتصاد فرهنگی و خلاق در کنار اقتصاد سیاسی	۲- صنایع فرهنگی و خلاق و توسعه پایدار
	۳- دولت الکترونیک و شفافیت و پاسخگویی	۴- امتزاج هنرهای مشارکتی با صنعت و اقتصاد خلاق
	۵- تجاری‌سازی صنایع خلاق و فرهنگی در شهرها و قطب‌های خلاق	۶- مأموریت دادن به شهرهای خلاق (منحصربه‌فرد شدن شهرها)
	۷- پرورش و جذب طبقه خلاق	۸- تغییرهای کلیدی طبقه خلاق (3T)
	۷-۱- هسته فوق‌العاده خلاق	۸-۱- فناوری
	۷-۲- طبقه خلاق	۸-۲- تسامح فرهنگی و تحمل
	۷-۳- افراد شاغل در حرف خلاق و خدمات خلاق	۸-۳- استعداد
	۹- مدیریت فرهنگی و هنری	۱۰- تأمین زنجیره ارزش خلاق و فرهنگی
	۹-۱- آثار	
	۹-۲- حامیان	
	۹-۳- خریداران	
	۹-۴- منتقدان	
	۱۱- نگرش توسعه مکانی خلاقیت محور	۱۲- مواجهه با کشورهای دیگر در سطح منطقه و شهرهای بین‌المللی در حوزه تجارت فرهنگی و خلاق
	۱۱-۱- نقش خوشه‌های خلاق	
	۱۱-۲- نگرش مردم محور	
	۱۳- جلب مشارکت طبقه خلاق و نخبگان فرهنگی	۱۴- استفاده از دانش و فناوری‌های فرهنگی نوین
	۱۵- بازآفرینی فرهنگ مبنا مبتنی بر صنایع خلاق در شهرها و روستاها	۱۶- ایجاد قطب‌های خلاق
		۱۶-۱- قطب گردشگری
		۱۶-۲- قطب علمی، دانشی (شهر دانشگاهی)
	۱۷- تقویت شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع فرهنگی و خلاق در شهرستان‌ها	۱۸- تقویت تعاونی‌های فرهنگی و خلاق
		۲۰- ارکان شهر خلاق
		۲۰-۱- مردم

حکمرانی خوب در شهرها، روستاها ،
قطب‌ها و خوشه‌های خلاق

مدیریت طبقه خلاق، ایجاد خوشه‌های خلاق و برنامه‌ریزی شهری و روستای خلاق

۱-۱۹- بسترهای دانشی مرتبط با اقتصاد خلاق	۲۰-۲- بنگاه‌های اقتصادی
۲-۱۹- صنایع با فناوری بالا	۲۰-۳- فضا
۳-۱۹- بسترهای اجتماعی	۲۰-۴- پیوند و ارتباطات
۴-۱۹- هنر و فرهنگ	۲۰-۵- چشم‌انداز
۲۱- شهر خلاق و شهروندی فرهنگی بر پایه:	۲۲-۲۱- شهرهای خلاق تقسیم‌بندی یونسکو
۱-۲۱- زیرساخت‌های هنری و فرهنگی	۲۲-۱- ادبیات
۲-۲۱- از منظر اقتصاد خلاق	۲۲-۲- سینما
۳-۲۱- از منظر ظهور طبقه خلاق	۲۲-۳- موسیقی
۴-۲۱- از منظر ترویج خلاقیت	۲۲-۴- مهارت و هنر محلی
	۲۲-۵- طراحی
	۲۲-۶- هنر رسانه‌ای
	۲۲-۷- تغذیه و ذائقه آشپزی
۲۳- شاخص‌های خوشه‌های خلاق متناسب با اقلیم و متمرکز در مکان جغرافیایی همگن	۲۴- استاندارد اندازه‌گیری اشتغال در بخش هنر
۲۵- استانداردهای توانمندسازی محلی و توسعه روستایی	۲۶- ضوابط پیوستن به شهر خلاق یونسکو با توجه به ظرفیت منطقه‌ای و بومی
۲۷- استانداردسازی استارت‌آپ‌های صنایع فرهنگی و خلاق	۲۸- شاخص اندازه‌گیری استفاده از کالا و خدمات هنری، فرهنگی و خلاق
۲۹- استاندارد فن بازارهای فرهنگی - هنری	۳۰- استانداردهای بازار، فروش و تبلیغات

استانداردها و شاخص‌های شهر، روستا، خوشه، قطب خلاق

طراحی محصول، انتخاب و تأمین مواد اولیه، تولید و ساخت، فرایندهای توزیع و انتقال، تحویل به مشتری و بالاخره پس از مصرف، مدیریت پشتیبانی و بازخورد به منظور پیشینه کردن میزان بهره‌وری مصرف محصولات فرهنگی و منابع همراه با بهبود عملکرد کل زنجیره‌ی تأمین است.

خلاق نمودن زنجیره تأمین، فرایند در نظر گرفتن معیارها یا ملاحظات اقتصادی و فرهنگی در سرتا سر زنجیره تأمین است. مدیریت زنجیره تأمین ارزش صنایع خلاق و فرهنگی، یکپارچه کننده مدیریت زنجیره‌ی تأمین با رعایت الزامات و استانداردهای درونی و بیرونی تولید، توزیع، مصرف و پشتیبانی کالا و خدمت فرهنگی و خلاق است. این ملاحظات فرهنگی در تمام مراحل

جدول ۶ مفاهیم و مقوله‌های پیامد تحقیق

مفهوم	زیر مقوله	مفهوم	زیر مقوله	مقوله
۱- ساماندهی نظام تولید، عرضه و توزیع محصولات صنایع خلاق و فرهنگی در سطح ملی		۱- اشتغال‌زایی بالا و ارزان		
۲- رشد اقتصادی بالا		۲- تضمین سودآوری صنایع خلاق و فرهنگی		
۳- انعطاف صنایع خلاق و فرهنگی در دوره رکود اقتصادی و تحریم		۳- کمک به مبارزه با فقر و بی‌عدالتی		
۴- رشد در کسب‌وکارهای جدید در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی		۴- تقویت تعاونی‌های فرهنگی و خلاق		
۵- اکوسیستم‌های تحقیق و توسعه		۵- ایجاد اشتغال برای معلولین		
۶- سبز بودن صنایع خلاق و فرهنگی		۶- پتانسیل سوددهی مشاغل خلاق و فرهنگی		
۷- همراهی اقتصاد خلاق با فاکتورهای اقتصادی دانش‌بنیان و اقتصاد مقاومتی		۷- کاهش هزینه جانبی و هزینه دولت		
۸- افزایش مشارکت زنان، جوانان و کودکان در بخش‌های خلاق و فرهنگی		۸- بازگشت سرمایه با راهکارهای صنایع خلاق و صنایع فرهنگی و شرکت در بورس		
۹- افزایش کارایی در شبکه‌ی شرکت‌های خلاق محلی و منطقه‌ای، روستایی		۹- قابلیت توسعه مشاغل خانگی فرهنگی و خلاق: ۱- هدایت به سمت فعالیت‌های خوشه‌ای، ۲- شبکه‌ای بودن، ۳- تکمیل شبکه ۴- زنجیره‌ی ارزش خلاق و فرهنگی		
۱۰- تنظیم بازار و کاهش قیمت‌های محصولات خلاق و فرهنگی		۱۰- مشارکت بخش خصوصی، بانک‌ها سرمایه‌گذاران خطرپذیر در تأمین مالی		

رویکرد اکوسیستمی خلاق و فرهنگی به منافع اقتصادی

منافع اقتصادی، توسعه فرهنگی و ایجاد اشتغال گسترده سودآوری اقتصادی - فرهنگی

در این تحقیق مقوله منافع اقتصادی، توسعه فرهنگی و ایجاد اشتغال گسترده با دو زیر مقوله سودآوری

مقوله‌های پیامدی

فناورانه، انرژی‌های تجدید پذیر، معماری‌های پایدار اشاره کرد. مشاغل خلاق و فرهنگی بایستی با رویکرد اقتصاد خلاق و دانش‌بنیان لحاظ ابعاد اقتصادی و فرهنگی در کنار یکدیگر ایجاد و توسعه یابند. سودآوری اقتصادی شغل خلاق در کنار رعایت ملاحظات فرهنگی، مشاهده تأثیر استفاده از ملاحظات فرهنگی در کاهش هزینه‌ها و بازگشت سرمایه، استفاده از پیوستار فرهنگی و نیز لحاظ ارزش‌گذاری‌های اقتصادی در فرایندهای تجاری منجر به موفقیت پایدار اقتصاد خلاق خواهد شد. این سنجش و ارزیابی را می‌توان از طریق ارزیابی تأثیرات فرهنگی-اجتماعی ارزش‌گذاری نمود.

اقتصادی- فرهنگی و رویکرد اکوسیستمی خلاق و فرهنگی به منافع اقتصادی (اقتصاد خلاق) به‌عنوان مقوله‌های پیامدی تشخیص و در **جدول (۶)** نمایش داده شد.

صاحب‌نظران این حوزه بر این باور بودند که مشخصه اقتصاد خلاق، افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در فعالیت‌های اقتصادی است که موجب ارتقای سرمایه‌های تجدید پذیر شده و سبب افزایش منابع زیست‌بوم‌های خلاق و فرهنگی و کاهش پیامدها چالش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و خطرات محیط زیستی می‌شود. از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در این زمینه می‌توان به توسعه صنایع سازگار با اقلیم و محیط‌زیست، ارزش‌مدار و

شکل ۲. پارادایم الگویی توسعه صنایع خلاق و فرهنگی



پارادایم (مدل الگویی) تحقیق

در کدگذاری محوری کشف روابط و ربط دادن مقولات به یکدیگر در راستای ارائه یک پارادایم (مدل الگویی) مدنظر قرار می‌گیرد. در این پژوهش الگوی تحقیق با توجه به موارد مندرج در کدگذاری محوری مطابق شکل (۲) ترسیم شده است.

در شکل (۲) مشخص است که برای رسیدن به منافع اقتصادی، توسعه فرهنگی و ایجاد اشتغال گسترده، می‌بایست طبقه‌بندی خلاق و ایجاد خوشه‌های خلاق صورت پذیرد که خود این مدیریت طبقه‌بندی خلاق تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و عوامل مداخله‌گر قرار می‌گیرد. همچنین، باید برای تحقق توسعه فرهنگی و ایجاد اشتغال باهدف داشتن منافع اقتصادی، پیش‌زمینه‌هایی همچون توسعه صنایع خلاق و تغییر پارادایم‌های جهانی و ظرفیت عظیم و صنایع فرهنگی و صنایع خلاق حائز اهمیت است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش با توجه به موارد مندرج در کدگذاری محوری و احصای مقوله‌ها به مقوله تغییر پارادایم‌های جهانی و ظرفیت عظیم صنایع فرهنگی و صنایع خلاق با سه زیر مقوله جریان سازی، آگاهی و آموزش صنایع خلاق و صنایع فرهنگی، شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با کمک صنایع فرهنگی و صنایع خلاق به‌عنوان شرایط علی تشخیص داده شد.

مفاهیم این مقوله و زیر مقوله‌های آن بر این موضوع تأکید دارد در سال‌های اخیر بروز نشانه‌هایی از یک تحول عظیم و رو به رشد مشهود است که می‌توان آن را نوعی تغییر پارادایم در جهان دانست. حرکتی پرشتاب از فناوری‌های سخت به سمت فناوری‌های نرم و فرهنگی و خلاق. توسعه روزافزون صنایع فرهنگی و خلاق در همه شاخه‌ها و همچنین

صنعت ورزش، ادبیات و گردشگری نموده‌های روشنی از این تغییر پارادایم هستند. با ماندن از این جریان چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی متعددی را در پی دارد. صنایع فرهنگی و صنایع خلاق با تکیه بر طبقه خلاق و سرمایه انسانی از طریق مدیریت منابع و بهبود زیرساخت‌ها به حل مشکلات اقتصادی و فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کمک می‌کنند.

صنایع خلاق و فرهنگی به‌عنوان موتور پیشرفت آینده و از مؤلفه‌های مهم اقتصادهای دانش‌بنیان شده‌اند و در موارد قابل اندازه‌گیری، در زمینه‌های رشد و ایجاد شغل، سهمی بالاتر از متوسط را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس نتایج این تحقیق، لازمه بهره‌مندی از مزایای صنایع خلاق و فرهنگی، در گام نخست تبیین مفاهیم صنایع خلاق و فرهنگی و تجاری‌سازی این مفاهیم از اولویت‌های محوری است (Åstebro & Bernhardt, 2003). در این تحقیق مقوله ایجاد و تقویت زیر ساخت‌های اقتصاد خلاق و اقتصاد فرهنگی با سه زیر مقوله پتانسیل‌ها و امکانات برای تحقق اقتصاد خلاق، نقش عاملین صنایع فرهنگی و خلاق (نهادها و مسئولیت‌ها) و محرک‌ها و مشوق‌های اقتصاد خلاق به‌عنوان وضعیت محیطی تأثیرگذار بر راهبردها تشخیص داده شد.

بر اساس نتایج، صنایع خلاق و فرهنگی نیازمند تغییر ساختار تولید، توزیع، مصرف و یافتن جایگزین‌های ابتکاری توسعه است. در این تحول مهم همکاری و مشارکت تمام گروه‌ها و نهادهای اجتماعی الزامی است. نهادها و سازمان‌های دولتی نقش بنیادی و اساسی در فرایند تسهیلگری و حمایت‌های قانونی برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق دارند.

در این تحقیق مقوله توانمندسازی صنایع خلاق با دو زیر مقوله آموزش صنایع خلاق و فرهنگی و فرهنگ‌سازی خلاق و فرهنگی به‌عنوان شرایط

مهم بوده که شنا سایی عوامل مؤثر بر خلاقیت و باز گذاردن مسیر برای آن باید در دستور کار قرار گرفته و در این مسیر به پارادایم‌های جهانی و ظرفیت عظیم در صنایع فرهنگی و صنایع خلاق توجه داشت.

در این راه لازم است زنجیره عرضه و تأمین را خلاق نمود، در این راستا، توجه به معیارها یا ملاحظات اقتصادی و فرهنگی در سرتاسر زنجیره تأمین ارزش ضروری است. برای مدیریت زنجیره تأمین در صنایع خلاق و صنایع فرهنگی لازم است در بحث زیرساخت‌ها سرمایه‌گذاری داشته و به تأمین مواد اولیه لازم و البته واردات فناوری اقدام نمود.

در این قسمت سعی گردید به ارائه راهکارهایی برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق اشاره شود:

- استفاده از اقتصاد دانش‌بنیان در بحث صنایع فرهنگی و صنایع خلاق و کاهش خام‌فروشی؛
- شکل دادن به سمن‌ها در حوزه‌ی صنایع فرهنگی و صنایع خلاق و تأکید بر فعالیت‌های ترویجی و گفتمان‌سازی؛
- تأکید بر تجاری‌سازی صنایع فرهنگی و صنایع خلاق و تأکید بر تعاملات بین‌المللی که این امر منجر به گرفتن مشاغل بین‌المللی خواهد شد؛
- حمایت با رویکرد تجاری‌سازی، بازار سازی و همچنین اعطای تسهیلات مالی به شرکت‌های صنایع فرهنگی و خلاق و درنهایت حمایت مالی گسترده از صنایع فرهنگی و صنایع خلاق باید در دستور کار دولت و بخش مالی آن قرار گیرد؛
- توجه به خرده فرهنگ‌ها در استان‌های مختلف کشور در جهت فعال‌سازی صنایع فرهنگی فعال

واسطه‌ای تأثیرگذار بر راهبردها تشخیص داده شد. یکی از ارکان مهم در هر جامعه، آگاهی‌سازی بر مبنای آموزش است؛ تا جایی که برخی صاحب‌نظران، آموزش را نوعی سرمایه‌گذاری به شمار آورده‌اند؛ بنابراین، آموزش در زمینه صنایع خلاق و فرهنگی نوعی سرمایه‌گذاری برای بهبود توانمندی‌های کنشگران به شمار می‌رود.

مهارت‌ها به‌تنهایی برای حل مشکلات کافی نمی‌باشند و ضروری است در سیاست‌گذاری‌ها به‌خصوص در بخش آموزش بر توسعه‌های محلی، اقتصاد غیررسمی، شرکت‌های کوچک و متوسط، تعاونی‌ها و گروه‌های محروم مانند جوانان بیکار بامهارت کم تأکید شود.

فرهنگ‌سازی در تغییر رفتار خرید کالا و خدمات فرهنگی و آموزش مزایای مشاغل خلاق و فرهنگی و تأثیر آن بر سلامت روان و آرامش محیط زندگی و سرزندگی بسیار ضروری است. آموزش و فرهنگ‌سازی در اولویت اول توسعه صنایع فرهنگی و خلاق بایستی قرار می‌گیرد؛ چراکه ضعف اطلاعاتی تأثیر به‌سزایی بر مشکلات و معضلات کشور دارد. آموزش‌ها را باید به‌صورت عملی ببینند و افراد بتوانند به کار ببندد و اجرایی شود.

صنایع فرهنگی با ظرفیت بالای اشتغال‌زایی و درآمدزایی، زمینه مناسبی برای کارآفرینی فراهم کرده است. طبق نتیجه به‌دست‌آمده از تحقیقات گسترده؛ بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی، با سرعت بیشتری رشد کرده و اشتغال بیشتری را ایجاد کرده است. به‌علاوه این صنایع موجب حرکت سایر بخش‌های اقتصادی از جمله ابتکار و فناوری ارتباطات نیز شده است (Farshbaf, Hokro et al., 2019).

در این پژوهش مشخص شد که منافع اقتصادی، در هر کشوری درگرو توسعه فرهنگی و ایجاد اشتغال گسترده بوده و به این منظور توجه به خلاقیت بسیار

سامه ابتهاج: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی و نرم‌افزار، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش، نگارش، بازبینی و ویرایش، مدیریت پروژه و تأمین مالی)

فاطمه عزیزآبادی فراهانی: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی، بررسی اطلاعات و پایش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)

سید رضا صالحی امیرآبادی: (بررسی اطلاعات و پایش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)

عباسعلی قیومی: (بررسی اطلاعات و پایش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)

قدردانی و تشکر

این پژوهش تحت کمک مالی هیچ سازمان و ارگانی نبوده است.

- ایجاد و تقویت تعاونی‌های فرهنگی و خلاق و همچنین تعاریف پرداخت اجرایی و غیر اجرایی در تعاونی‌های خلاق.

- حفظ بقای تعاونی‌های خلاق حداقل تا زمانی که سایر بنگاه‌ها کار می‌کنند و دارای اشتغال پایدار هستند.

- ایجاد فرصت‌های جدید برای تعاونی‌های خلاق و نوآور با تقویت خوشه‌های جغرافیایی تعاونی‌ها.

در پژوهش‌های آتی برای برنامه‌ریزی بهتر برای صنایع فرهنگی و صنایع خلاق لازم است با استفاده از روش‌های سلسله‌مراتبی عوامل مؤثر بر رشد و توسعه این صنایع از نگاه متخصصان و خبرگان این حوزه رتبه‌بندی گردد.

مشارکت نویسندگان

References

- Åstebro, T., & Bernhardt, I. (2003). Start-up financing, owner characteristics, and survival. *Journal of Economics and Business*, 55(4), 303-319.
- Farshbaf Hokro, E., Salehi Amiri, S. R., Rezaei, A., & Tabibi, S. J. (2019). Designing a model of entrepreneurship development in the field of native cultural industries of Iran. *Scientific Quarterly of Intercultural Studies*, 15(43), 35-60. (In Persian).
- Hosseinpour, A., Gharib, A., Akbari Motlaq, M., Najafi, M. (2011). *Creative city of sustainable economy*. first edition, Tehran: Tahan. In Persian.
- Maleki Far, A. Kiqbadi, M. (2013). *Historical opportunity of cultural industries (Creative industries)*. Tehran, Aindeh Pajoh.
- Nogare, C. D., & Murzyn-Kupisz, M. (2022). Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries? In *Arts, Entrepreneurship, and Innovation* (pp. 153-186). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Pryshchenko, S. V. (2019). Creative technologies in advertising design. *Creativity studies*, 12(1), 146-165.
- Sepehrniya, R., Delavar, A., & Salehie Amiri, S. R. (2012). Investigating the position of creative cultural industries and its relationship with the promotion of cultural capital in Iran. *Innovation and creativity in humanities*. 2(1). 139-161. (In Persian).
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- UNCTAD. (2010). *Creative economy report: A feasible development option*. New York, Ny, USA: United Nations, UNCTAD
- Yahyazadehfar, M., Shahabi, H., & Alizadehsani, M. (2016). The Role of Innovation Policy in Firms' Entry to Creative Industries: An Investigation for Middle East and its Comparison with the Selected Countries. *Journal of Science and Technology Policy*. 9(2), 17-31. (In Persian).