

گونه‌شناسی خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی در ایران

ابراهیم کتابی^۱ علی حمیدی‌زاده^۲ سیدمجتبی امامی^۳ مهدی ایزدخواه^۴

چکیده

عدم نگاه کارشناسی و علمی در خط‌مشی‌گذاری اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی کشور موجب شده در این عرصه شاهد بازدهی و خروجی قابل توجهی نبوده و همچنین فعالان این حوزه در فعالیت خود با موانع مختلفی روبه‌رو باشند. صنایع فرهنگی که مواردی همچون موزه، کتابخانه، تئاتر، نشر، نرم‌افزار، پویانمایی، اسباب‌بازی و... را شامل می‌شود، افزون بر انتقال فرهنگ، پتانسیل قابل توجهی در تولید درآمد و اشتغال دارند. پژوهش حاضر که خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی در ایران پس از انقلاب را بررسی و تحلیل کرده، بر اساس نوع هدف، بنیادی و به‌لحاظ روش، کیفی و دارای رویکردی استقرایی است. داده‌های آن، اسناد و مدارکی است که از «پایگاه ملی اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات کشور» جست‌وجو و مورد تحلیل مضمون قرار گرفته‌اند. در این تحقیق خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی به دو دسته کلی «کلان و چارچوب‌ساز» و «عینی و عملیاتی» تقسیم شده‌اند. پنج خط‌مشی «اصلاح قوانین، تدوین استانداردها و ضوابط»، «تسهیل‌گری»، «سیاست‌گذاری»، «کاهش تصدی دولت» و «نیروی انسانی» جزو خط‌مشی‌های کلان و چارچوب‌ساز و شش خط‌مشی «ایجاد و مرمت»، «پرداخت‌ها و تسهیلات»، «تبلیغ و ترویج»، «رونق تولید»، «زیرساخت‌ها، امکانات، تجهیزات و زمین» و «معافیت‌ها» جزو خط‌مشی‌های عینی و عملیاتی دسته‌بندی شده‌اند.

واژگان کلیدی

صنایع فرهنگی، اقتصاد فرهنگ، قانون و مقررات، خط‌مشی فرهنگی.

۱. دکتری خط‌مشی‌گذاری فرهنگی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ketabi@ut.ac.ir

۲. استادیار پردیس فارابی دانشگاه تهران، A.hamidizadeh@gmail.com

۳. استادیار دانشگاه امام صادق (ع)، s.m.emami@gmail.com

۴. مدرس دانشگاه علامه طباطبایی (ع)، izadkhah_mahdi@yahoo.com

۱. مقدمه

اگر معتقدیم فرهنگ همان هوایی است که تنفس می‌کنیم، پس خط‌مشی‌گذاران باید عنایت ویژه‌ای به این زمینه داشته باشند. یکی از حوزه‌های مرتبط با فرهنگ که نیازمند توجه بیشتری است «اقتصاد فرهنگ» و «صنایع فرهنگی» هستند. حوزه‌ای که واقعیت‌های موجود در کشور نشان می‌دهد در دوره‌های مختلف، همواره مورد بی‌مهری دولت‌ها واقع شده است.

به همین خاطر کشور ایران به لحاظ وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ، نه تنها در مقایسه با استانداردهای جهانی بلکه در مقایسه با کشورهای سند چشم‌انداز نیز از موقعیت مناسبی برخوردار نیست (ناظمی اردکانی و صیادی، ۱۳۹۳: ۱۹۱).

از این رو، باید خط‌مشی‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق ایران به طور عمیق بررسی گردد. تحلیل خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی، ما را با خلل، نواقص و یا اشتباه‌های احتمالی در این حوزه، آگاه و مقدمات تدوین خط‌مشی‌های جدید و یا اصلاح آنها را فراهم می‌کند. به عنوان مثال مقررات مربوط به حوزه صدور مجوز مؤسسه‌های فرهنگی مربوط به دهه ۷۰ بوده و نیازمند بازنگری اساسی است (ر.ک: محمدی، ۱۳۹۵).

بی‌شک پرداختن به پهنه صنایع فرهنگی که بنا بر گزارش کالچرال تایمز^۱ در سال ۲۰۱۷ بیش از ۲۹/۵ میلیون شغل و ۲/۲۵ بلیون دلار درآمد ایجاد کرده (تاو، ۲۰۱۷: ۳)، از اهمیت بسزایی برخوردار است. بنابر آخرین گزارش سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی^۲ ۳۱۱۹ مؤسسه فرهنگی هنری چندمنظوره در کشور به صورت رسمی ثبت شده‌اند و این مهم می‌تواند منجر به حل مشکلات بیش از سه هزار مؤسسه فرهنگی غیردولتی که در این زمینه مشغول به فعالیت‌اند نیز بشود. مؤسسه‌هایی که گاه در مسیر فعالیت خود، مورد بی‌مهری نهادهای گوناگون قرار گرفته و با شروع فعالیتشان با موانع مختلفی روبه‌رو می‌شوند، به طوری که فعالیت آنها با حداقل ظرفیت ادامه می‌یابد و در برخی موارد به تعطیلی کشیده می‌شود (ر.ک: زارعی، ۱۳۹۵).

1. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. EY 2015.
2. Tower.
3. <https://tmsh.farhang.gov.ir>.

با توجه به مطالب بالا، مسئله مد نظر پژوهش حاضر را می‌توان «عدم نگاه کارشناسی و علمی به حوزه اقتصاد فرهنگ» عنوان کرد. اگر فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی را به سه مرحله اصلی تدوین و تنظیم، اجرای و ارزیابی خط‌مشی تقسیم کنیم (قلی‌پور، ۱۳۹۳: ۱۲۱)، پژوهش حاضر در پی تحلیل و بررسی اقتصاد فرهنگ در گام اول است. به بیان دیگر قانون‌گذاری در حوزه اقتصاد فرهنگ که همان تدوین و تنظیم خط‌مشی در این حوزه است را با نگاه علمی و کارشناسانه مورد بررسی قرار می‌دهد. هدفی که تحقق آن در راستای تحقق اقتصاد فرهنگ بوده و در نهایت به موازات تدابیر دیگر، منجر به مرتفع گردیدن مشکلات بیان‌شده پیشین و نمایش ظرفیت فوق‌العاده فرهنگ در ایجاد اشتغال و درآمد خواهد شد.

۲. پیشینه و مبانی نظری

۲-۱. خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

در حالی که مطالعه سیاست‌ها تاریخچه‌ای طولانی دارد، اما مطالعه نظام‌مند خط‌مشی عمومی به عنوان یک رشته علمی جدید است. دانیل مک‌کول^۱ ادعا می‌کند که مطالعات مدرن خط‌مشی به سال ۱۹۲۲ برمی‌گردد (بیرکلند،^۲ ۲۰۱۵: ۷). مطلع منطقی برای پیشینه نظری، ارائه تعریفی از خط‌مشی عمومی است. کاری که البته ساده نیست. خط‌مشی عمومی مفهومی شهودی بوده که تعریف دقیق آن بسیار دشوار و برای آن تعاریف مختلفی بیان شده است (اسمیت، ۱۳۹۲: ۱۳). خط‌مشی عبارت است از خط سیری که انسان در پیش رو دارد و خط‌مشی عمومی شامل تصمیم‌هایی می‌شود که توسط مراجع مختلف بخش عمومی از قبیل مجلس، دولت و قوه قضاییه که حافظان منافع عمومی در جامعه‌اند، اتخاذ می‌گردد (خاشعی، ۱۳۹۰: ۷۰). به‌طور کلی می‌توان گفت در فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی، نخست مسائل را مفهوم‌سازی و سپس برای حل به دولت عرضه می‌شوند؛ نهادهای دولتی، بدیل‌های خط‌مشی را فرموله و گزینش می‌کنند و بدیل‌های منتخب را اجرا، ارزشیابی و بازنگری می‌کنند (ساباتی، ۱۳۹۳: ۱۷).

1. Daniel McCool.
2. Thomas Birkland.

اما به طور خاص در موضوع پژوهش، خط‌مشی فرهنگی را می‌توان اصول راهنمای کارگزاران فرهنگی و مجموعه علائم و نشانه‌هایی دانست که مسیر حرکت را نشان می‌دهد. در تعریف دیگری، سیاست فرهنگی با توجه به اهداف اصلی اش به کارکردهای عمده‌ای تجزیه شده است؛ حفظ میراث ملی، حمایت از هنرمندان و آفرینندگان آثار هنری، تربیت هنرمندان و نمایش‌گران، فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری همگانی از فعالیت‌های فرهنگی و توسعه مبادلات و تحقیقات بین‌المللی. همچنین در تعریف دیگری، مجموعه اقدامات و تصمیمات حکومت که به طور مستقیم از سوی خود حکومت یا به‌وسیله کارگزاران، سازمان‌ها یا نهادهای مرتبط با آن در حوزه فرهنگ صورت می‌گیرد، سیاست‌گذاری فرهنگی قلمداد شده است (باقری، توکلی و الوانی، ۱۳۹۵: ۱۰).

۲-۲. اقتصاد فرهنگ

اقتصاد فرهنگ،^۱ شاخه‌ای کاربردی از علم اقتصاد است که حیطة موضوعی آن کاربرد اصول، مفاهیم و نظریه‌های علم اقتصاد برای تبیین و تحلیل مسائل اقتصادی بخش فرهنگ و درنهایت ارائه خط‌مشی در جهت بهبود مدیریت اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی است (تشکر، ۱۳۸۳: ۵-۶).

اقتصاد فرهنگ که در دهه ۱۹۷۰ به‌عنوان یک حوزه علمی ظاهر شد، به‌طور سنتی بیشتر به‌عنوان یک حوزه هزینه‌ای دیده می‌شد (بونت و نگریر،^۲ ۲۰۱۸: ۴)، اما در حال حاضر نقش فرهنگ در اقتصادهای دانش‌بنیان به‌طور چشمگیری در حال افزایش است؛ هم از نظر چشم‌انداز مصرف و هم از حیث فعالیت‌های تولیدی (ماتوسو و فوریا،^۳ ۲۰۱۰: ۵۶۵). اکنون بازار فرهنگی، بی‌سابقه فعال بوده و خط‌مشی‌گذاری فرهنگی دولت‌ها بسیار بااهمیت‌تر از قبل شده است.

۲-۳. صنایع فرهنگی

یکی از موضوع‌هایی که همیشه در پی مبحث اقتصاد فرهنگ مطرح شده، موضوع

1. Cultural Economy.
2. Bonet & Négrier.
3. Mattoscio & Furia.

صنایع فرهنگی و خلاق است. اساس و جوهر صنایع فرهنگی^۱ این است که واسطه‌ها هسته محتوای فرهنگی را به صورت انبوه تولید می‌کنند و در میان طیف وسیعی از مخاطبان و اغلب در سطح جهانی توزیع می‌کنند. این صنایع شامل ضبط صدا، فیلم، رادیو و تلویزیون، مطبوعات و رسانه‌های چاپی هستند. پیشینه این مفهوم به دهه ۱۹۷۰ اروپا بازمی‌گردد. در پایان دهه ۱۹۹۰ با ادغام هنر و میراث و صنایع فرهنگی در یک بخش، پارادایم جدیدی با عنوان «صنایع خلاق»^۲ ظهور یافت (تاوژ، ۱۳۹۵: ۱۶-۱۷).

آنکتاد^۳ - مخفف کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد، یکی از نهادهای سازمان ملل متحد است که در سال ۱۹۶۴ تأسیس شده و با هدف پیوستن کشورهای در حال توسعه به اقتصاد جهانی فعالیت می‌کند - طبقه‌بندی زیر را از صنایع فرهنگی ارائه می‌دهد:

۱. نمایش فرهنگی شامل همه مهارت‌های هنری، جشنواره‌ها و اعیاد مختلف؛
۲. مکان‌های فرهنگی شامل آثار تاریخی، موزه‌ها، کتابخانه و...؛
۳. هنرهای تجسمی شامل نقاشی، مجسمه‌سازی، عتیقه و عکاسی؛
۴. هنرهای نمایشی شامل تئاتر، اجرای زنده موسیقی، رقص‌های محلی، تماشاخانه و خیمه‌شب‌بازی؛
۵. تکثیر و انتشار شامل کتاب، روزنامه، مطبوعات و نشریات؛
۶. رسانه‌های دیداری و شنیداری شامل تلویزیون، رادیو و صداوسیما؛
۷. رسانه‌های جدید شامل نرم‌افزار، محتواهای دیجیتالی، بازی‌های ویدئویی و انیمیشن؛
۸. طراحی داخلی شامل انواع گرافیک، مد و لباس، اسباب‌بازی و جواهرات؛
۹. خدمات خلاق شامل تبلیغات، معماری، تحقیق و توسعه خلاق، خدمات فرهنگی و خدمات دیجیتالی (کیقبادی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۰).

۱-۳-۲. خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی در کشورهای سرآمد این حوزه

امروزه صنایع فرهنگی تأثیر بسیار مهمی در تولید ناخالص داخلی بیشتر کشورهای صنعتی دارند. در این کشورها صادرات کالاهای فرهنگی و تولیدات فکری افراد به مراتب

1. Cultural industries.
2. Creative industries.
3. UNCTAD.

مهم تر از صادرات کالاهای صنعتی متعارف است. اما در کشورهای در حال توسعه، اقتصاد بیشتر بر صادرات مواد خام فاقد ارزش افزوده متکی است و این کشورها به راحتی از فرصت بالقوه صادرات محصولات فرهنگی و تولیدات فکری چشم می پوشند (خزائی، ۱۳۸۷: ۶۸).

امریکا

اقدام زدایی و مقررات زدایی، اصلی ترین خط مشی هایی است که دولت ایالات متحده به ویژه در سطح فدرال در حوزه صنایع فرهنگی دنبال کرده است. به رغم عدم وجود یک وزارت کاربردی فرهنگ در ایالات متحده، برخی سازمان های مهم و مستقل دولتی عملکرد غیرمستقیمی به نمایندگی از دولت فدرال در این بخش دارند. برجسته ترین آنها بدین شرح است: بنیاد ملی هنر و علوم انسانی^۱ که متشکل از بنیاد ملی برای هنر،^۲ موقوفه ملی برای علوم انسانی،^۳ شورای فدرال هنر و علوم انسانی^۴ و مؤسسه موزه و خدمات کتابخانه^۵ است (عزیزی، ۱۳۹۶: ۷۳-۸۲).

طبق آمار یونسکو ارزش کل صنایع فرهنگی ایالات متحده امریکا در سال ۲۰۱۷ بالغ بر ۲۷ میلیارد دلار بوده است. پیش از این اقتصاددانان در نشریه فیوچریست (ارگان انجمن آینده جهان، مستقر در ایالات متحده) پیش بینی کرده بودند که اقتصاد بزرگ آمریکا تا سال ۲۰۱۵ همگی در سیطره صنایع فرهنگی قرار می گیرد (ملکی فر، ۱۳۸۷: ۱۱).

چین

این کشور در اواخر دهه ۱۹۷۰ شروع به بازسازی اقتصادی و نوسازی کرد. کنترل فرهنگ کمی کمرنگ شد و در اوایل دهه ۱۹۹۰ یک انتقال قابل توجه اتفاق افتاد، در سال ۱۹۹۲، در ابتدا مفهوم «صنایع فرهنگی» ذکر شد و به عنوان بخشی از وزارت فرهنگ اضافه شد.

طبق آمار، از سال ۲۰۰۴ صنایع فرهنگی چین با افزایش سالانه بیش از ۱۵ درصد

1. NFAH.
2. NEA.
3. NEH.
4. FCAH.
5. IMLS.

(۶ درصد بالاتر از رشد تولید ناخالص داخلی) رشد کرده است. به نظر می‌رسد که صنایع فرهنگی، چشم‌انداز فرهنگ و اقتصاد چین را تغییر داده و به‌شدت در انتقال مدرن جامعهٔ چینی مشارکت داشته است (شان، ۲۰۱۴: ۱۱۵-۱۱۶).

انگلیس

به‌طور کلی موضوع قابل توجه دولت کارگری پس از ۱۹۹۷، اصلاح حکمرانی منطقه‌ای در انگلستان بود. دولت این کشور از سال ۲۰۰۰ فرایند تحول در اختیار و ایجاد نوعی حاکمیت منطقه‌ای را شروع کرد. بر این اساس «منطقه‌ای‌سازی» نیز به‌عنوان خط‌مشی صنایع فرهنگی در انگلیس اتخاذ شد. در سال ۱۹۹۹، هشت منطقه در انگلیس متولد شد که هر یک ملزم به تهیهٔ راهبردی با هدف کلی بهبود عملکرد اقتصادی شدند. اولین گام در این فرایند تدوین «سند کلان صنایع خلاق» بود (پرات، ۲۰۰۴^۱، ۲۰-۲۱).

آلمان

تنوع اقتصادی و فرهنگی یکی از بزرگ‌ترین نقاط قوت صنایع فرهنگی آلمان است. در سال ۲۰۰۵ صنایع خلاق در دستور کار دولت فدرال این کشور قرار گرفت. برخی ایالات فدرال آلمان کوشیدند تا ظرفیت اشتغال صنایع فرهنگ خود را توسعه دهند. دولت این کشور استفاده از تجهیزات و وسایل فنی مقرون‌به‌صرفه در بخش‌های فرهنگی را به‌عنوان یک سیاست تسهیل کرد (فسل و ساندرمن، ۲۰۰۷: ۷-۱۴).

ژاپن

آژانس امور فرهنگی دولت ژاپن در سال ۲۰۰۴ شبکهٔ شهرهای فرهنگی خلاق خود را افتتاح کرد و وزارت اقتصاد، تجارت و صنعت (METI)^۳ هم‌استراتژی ژاپن جذاب^۴ را برای تبلیغ محصولات خلاق فرهنگی از جمله مانگا^۵ که به‌معنای صنعت کمیک استریپ (پی‌نما)

1. Pratt.
2. Fesel & Söndermann.
3. The Ministry of Economy, Trade and Industry.
4. Cool Japan Strategy.
5. Manga.

یا نشریات کارتونی است و در ژاپن رونق فراوانی دارد و از دهه ۱۹۵۰ شروع به گسترش کرد - و انیمیشن ارائه کرد (کاکيوچي و تاکيوچي، ۲۰۱۴: ۱-۶).

بر اساس سرشماری تأسیس و کارآفرینی در سال ۲۰۰۶، صنایع فرهنگی ژاپن شامل ۲۵۰,۰۰۰ مؤسسه و ۲,۱۹ میلیون کارمند بود که به ترتیب ۴,۴ درصد و ۴ درصد از کل صنایع را تشکیل می‌داد (زهدي، ۲۰۱۴: ۱۹۸). طبق آمار UIS^۳ این کشور در سال ۲۰۱۷ حدود ۳,۵ میلیارد دلار صادرات کالای فرهنگی داشته است.

کره جنوبی

در کره جنوبی نهادهای دولتی و رسمی نقش پررنگی در گسترش سیاست موج کره‌ای^۴ موسوم به Hallyu داشتند. کره جنوبی به‌رغم هویت فرهنگی شرقی‌اش اولویت را به مکانیسم بازار در تولیدات صنعت فرهنگ خود داده و در وهله بعد هویت ملی مورد توجه است.

ظهور پدیده موج کره‌ای همزمان با تحولات اقتصادی و فرهنگی کشور کره جنوبی از دهه ۱۹۹۰ به بعد بوده است. هم‌اکنون این کشور با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موج کره‌ای در میان ۱۰ کشور برتر از نظر قدرت نرم قرار دارد (عزیزی، ۱۳۹۷: ۴-۱۷).

۲-۳-۲. صنایع فرهنگی در ایران

متأسفانه در کشور ما به صنایع فرهنگی که یکی از ارکان مهم هویت ملت‌هاست، چندان توجه نشده است و در برخی دوره‌ها و عرصه‌ها آنقدر که صنایع فرهنگی ما در

1. Kakiuchi & Takeuchi.
2. Zuhdi.
3. UNESCO Institute for Statistics.

۴. موج کره‌ای به گسترش جهانی فرهنگ کره جنوبی از دهه ۱۹۹۰ به بعد اشاره دارد. این موج در مراحل آغازین با گسترش سریال‌های درام و موسیقی پاپ کره‌ای در آسیای شرقی، جنوبی و جنوب شرقی وسعت گرفت و بعدها با رشد اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه قرار گرفتن نماهنگ‌های پاپ کره‌ای روی یوتیوب به مفهومی جهانی تبدیل گشت. اصطلاح هالیو نخستین بار در سال ۱۹۹۹ توسط وزارت فرهنگ و گردشگری کره جنوبی استفاده شد. این وزارتخانه در آن زمان یک لوح فشرده موسیقی به زبان چینی تحت عنوان «هالیو - ترانه‌ای از کره» تولید کرده بود که رسانه‌های چینی از نام آن برای توصیف موفقیت فرهنگ مردمی کره در چین استفاده کردند.

خدمت به گفتمان مدرن عمل می‌کنند، هم‌جهت با فرهنگ ملی و ریشه‌های هویتی ما نیستند (خزائی، ۱۳۸۷: ۶۸).

جدول ۳: آمار یونسکو^۱ از وضعیت صادرات و واردات کالاهای فرهنگی ایران (برحسب دلار)

سال	عنوان	۲۰۱۱	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۶	۲۰۱۷
صادرات کالای فرهنگی	۶۵۵۰۱۹۳۶۱	۸۰۸۸۰۶۸۹	۶۰۶۴۰۳۲۴	۱۳۴۶۲۶۰۲	۴۴۶۴۶۹۴۳	
واردات کالای فرهنگی	۱۲۲۴۸۷۲۲۱	۲۹۶۰۱۹۴۴	۳۰۶۹۶۹۶۷	۳۱۱۲۳۸۰۵	۳۵۰۷۰۳۱۲	
تراز تجاری	۵۳۲۵۳۲۱۴۰	۵۱۲۷۸۷۵۴	۲۹۹۴۳۳۵۷	۱۷۶۶۱۲۰۳	۹۵۶۷۶۳۱	

فقدان آمار یکپارچه و به‌روز در این زمینه، یکی از چالش‌های پیش رو برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق است. به‌طوری‌که اگر از آمار محدود منتشره مانند آمار بالا صرف‌نظر کنیم، آمار دقیقی از گردش مالی، میزان ایجاد درآمد، میزان ایجاد اشتغال و سایر اعداد و ارقام در این حوزه به‌طور منظم و به تفکیک سال وجود ندارد.

روشن است که تحقق اهداف و سیاست‌های کلان فرهنگی کشور مستلزم ارزیابی و سنجش فعالیت‌های فرهنگی و عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با آن است. این امر مهم بدون یک نظام منسجم و یکپارچه در آمارهای فرهنگی کشور جهت هماهنگی و هدایت فعالیت‌ها و برنامه‌های همه نهادهای مراکز دست‌اندرکار میسر نخواهد بود (مقتدائی و ازغندی، ۱۳۹۵: ۲۰).

۳. روش پژوهش

مهم‌ترین جنبه تحقیق علمی که اصالت و اعتبار تحقیق را نشان می‌دهد، روش‌شناسی^۲ تحقیق است. بر اساس روش‌شناسی تحقیق می‌توان قضاوت کرد که چه مقدار نتایج تحقیق، قابلیت اعتماد و تعمیم دادن به موارد مشابه را دارد.

بر اساس پیاز پژوهش‌سازان^۳ مبنای فلسفی تحقیق، تفسیری و جهت‌گیری آن از این

1. <http://data.uis.unesco.org>

آمار صادرات، واردات و تراز تجاری محصولات فرهنگی ایران در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۵ در این سایت ارائه نشده است.

2. Methodology.

3. Saunders.

حیث که قابل استفاده در حوزه‌های عملیاتی بوده، کاربردی است، همچنین پژوهش حاضر بر اساس نوع هدف، بنیادی و به لحاظ روش، کیفی و دارای رویکردی استقرایی است. داده‌های این تحقیق اسناد و مدارکی هستند که از پایگاه ملی اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات کشور^۱ مورد جست‌وجو و جمع‌آوری قرار گرفته است و بازه زمانی پس از انقلاب تا زمان انجام پژوهش را مدنظر داشته است.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز تحلیل مضمون^۲ است. یکی از روش‌های ساده و کارآمد تحلیل کیفی، تحلیل مضمون یا همان تحلیل تم است. تحلیل مضمون شامل جست‌وجو در جهت یافتن مضمونی که در سراسر داده‌های ما تکرار شده است (پونام و داورا،^۳ ۲۰۱۳: ۳۱).

این روش، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. تحلیل مضمون فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (براون و کلارک،^۴ ۲۰۰۶: ۶). در تحلیل مضمون محقق با دستکاری چندباره داده‌ها، باید به یک حس در مورد آنها دست پیدا کند (الهوگیلان،^۵ ۲۰۱۲: ۴۳).

۴. یافته‌های پژوهش

بر اساس دسته‌بندی صنایع فرهنگی آنکتاد که پیشتر توضیحی داده شد، داده‌های مدنظر در سامانه Dotic مورد کاوش قرار گرفت و بالغ بر ۸۶۶ قانون یا مقرر در حوزه اقتصاد فرهنگ از سامانه مزبور استخراج گردید و به هریک از نتایج این کاوش، کد خاصی اختصاص داده شد. در ادامه کدهایی که بیشترین قرابت معنایی و مفهومی را با هم داشتند در کنار هم قرار گرفت و به خلق معانی و واژه‌های جدید پرداخته شد. درواقع کدها در قالب مضامین پایه دسته‌بندی شدند که در جدول زیر به مثال‌هایی از آنها اشاره شده است:

1. <http://www.dotic.ir>.
2. Thematic analysis.
3. Ponnam & Dawra.
4. Braun & Clarke.
5. Alhojailan.

جدول ۳: برخی مضامین پایه و نمونه‌هایی از قوانین و مقررات ناظر به آنها

مضامین پایه	نمونه قانون یا مقرر
تعیین ضوابط، نرخ‌ها، منابع، تکالیف تدوین آیین‌نامه‌ها، الگوها و شیوه‌ها	هرگونه خرید و یا حمایت از بسته‌های نرم‌افزاری رسانه‌ای یا نسخه‌ها یا حامل‌های دیجیتال حاوی آنها توسط دستگاه‌های اجرایی، افزون بر رعایت سایر قوانین و مقررات موضوعه، منوط به احراز ثبت نرم‌افزار مورد حمایت یا خریداری، وفق قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ به نام فروشنده یا دریافت‌کننده حمایت است. ^۱
حمایت از صادرات	شناسایی تولیدکنندگان و فروشندگان موفق در زمینه تولید و عرضه لباس‌های مناسب اسلامی و اعطای تسهیلات به آنان و رفع مشکلات ایشان و تسهیل شرایط صادرات برای محصولات آنان ^۲
بیمه	وزارت رفاه و تأمین اجتماعی نسبت به بیمه بیکاری سینماگران و هنرمندان اقدام کند ^۳
معافیت مالیاتی	از تاریخ ابلاغ این قانون ناشران و فروشندگان کتاب و مطبوعات اعم از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که مجوز فعالیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارند و همچنین نویسندگان، مترجمان، ویراستاران، گرافیست‌ها و سایر پدیدآورندگان آثار فرهنگی مکتوب از پرداخت مالیات بر درآمد موضوع فعالیت‌های مطبوعاتی و انتشاراتی معاف هستند. ^۴
حمایت از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها	حمایت از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کارهای نوین در حوزه قرآن و فضای مجازی ^۵
دانش کارکنان	وزارت دادگستری مجاز است بدون گسترش تشکیلات سازمانی و با استفاده از امکانات و ظرفیت‌های موجود با همکاری سازمان جهانی مالکیت فکری، برنامه‌های آموزشی مهارتی کوتاه‌مدت مالکیت فکری را برای کارشناسان دستگاه‌های اجرایی، کاربران و ذی‌نفعان در دبیرخانه شورای سیاست‌گذاری ملی و هماهنگی مالکیت فکری اجرا کند. ^۶

۱۳۳

۱. آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال (ماده ۲۱) مصوب ۱۳۸۹ هیئت وزیران.
۲. آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، مصوب ۱۳۸۷ وزیران عضو کمیسیون فرهنگی.
۳. بخش‌نامه ریاست جمهوری در خصوص بیمه بیکاری سینماگران و هنرمندان و معادل‌سازی درجه هنری اعطا شده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به هنرمندان با مدارک دانشگاهی، مصوب ۱۳۸۹ هیئت وزیران.
۴. ماده واحده قانون معافیت مؤسسه‌های انتشاراتی و کتاب‌فروشان از پرداخت مالیات، مصوب ۱۳۸۰ مجلس شورای اسلامی.
۵. برنامه جامع فعالیت‌های قرآنی در فضای مجازی، مصوب ۱۳۹۷ شورای توسعه فرهنگ قرآنی.
۶. تصویب‌نامه در خصوص اجازه اجرای برنامه‌های آموزشی مهارتی کوتاه‌مدت مالکیت فکری توسط وزارت دادگستری، مصوب ۱۳۹۴ هیئت وزیران.

در مرحله بعد، از مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده (خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی) احصا گردید و در نهایت مضامین سازمان دهنده نیز مضامین فراگیر (گونه‌های خط‌مشی) را شکل دادند.

جدول ۴: انواع خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی و دسته‌بندی آنها

مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده (خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی)	مضامین فراگیر (دسته‌بندی خط‌مشی‌ها)
بازنگری و اصلاح قوانین، تدوین استانداردها، تعیین ضابطه‌ها، نرخ‌ها، منابع، تکالیف تدوین آیین‌نامه‌ها، الگوها، شیوه‌ها، مالکیت معنوی	اصلاح قوانین، تدوین استانداردها و ضوابط	خط‌مشی‌های کلان و چارچوب‌ساز
ایجاد صندوق و مؤسسه اعتباری، واسطه‌گری، ارائه مجوزهای لازم، سازماندهی و هدایت، نظارت	تسهیل‌گری	
امور پژوهشی و تحقیقاتی، درج در خط‌مشی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی	سیاست‌گذاری	
کاهش تصدی، تقویت نظام صنفی، حمایت از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها	کاهش تصدی دولت	
دانش کارکنان، معیشت دست‌اندرکاران، بیمه، درجه هنری، تأمین نیروی انسانی	نیروی انسانی	
آزادسازی حریم، ایجاد، توسعه، تولید، مرمت، احیا، بازسازی، شناسایی و اعلان اراضی جهت احداث	ایجاد و مرمت	خط‌مشی‌های عینی‌تر و عملیاتی‌تر
ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، تسهیلات بانکی، اختصاص بودجه، پرداخت و امهال در هزینه‌ها	پرداخت‌ها و تسهیلات	
برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها، افزایش مخاطبان، تبلیغ و ترویج	تبلیغ و ترویج	
صادرات، تأمین مواد اولیه، خرید، تشویق، کیفیت‌افزایی، محدودیت برای واردات، تسهیل سرمایه‌گذاری، ایجاد بازار فروش و رونق تولید، مدرن‌سازی، ایجاد رونق، برخورداری از تعرفه‌های بخش صنعت، پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز، توسعه فرهنگ بهره‌گیری، همکاری بین‌المللی	رونق تولید	
ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، اختصاص فضای فیزیکی و زمین، تجهیزات و امکانات، واگذاری خودرو، ارائه فضا و امکانات امنی	زیرساخت‌ها، امکانات، تجهیزات، زمین	
معافیت عوارض، معافیت مالیاتی، معافیت پیمان‌سپاری ارزی	معافیت‌ها	



با توجه به جدول مضامین و شکل صفحه قبل، خطمشی‌های صنایع فرهنگی در قالب مضامین سازمان‌دهنده و در دو نوع به همراه متون منتخب هریک در ادامه آورده شده است:

۴-۱. خطمشی‌های کلان و چارچوب‌ساز

این نوع خطمشی‌ها، نگاه راهبردی حاکمیت در حل مسائل عمومی را نشان می‌دهند و حاکی از عزم دولت در حل ریشه‌ای مشکلات دارند. در این خطمشی‌ها دولت و حاکمیت سعی در کمترین دخالت در امور و فعالیت‌های فعالان عرصه صنایع فرهنگی داشته و در واقع در پی ایجاد استقلال اقتصادی در بین فعالان صنایع مختلف فرهنگی و عدم وابستگی شان به بودجه نفت هستند. به همین خاطر در این خطمشی‌ها کمترین تصدی از سوی دولت مشاهده شده و تلاش خطمشی‌گذار در تسهیل امور برای فعالان این حوزه‌هاست تا حضور مستقیم.

۱. اصلاح قوانین، تدوین استانداردها و ضوابط: در مواردی قانون‌گذار جهت کمک و حمایت از صنایع فرهنگی، اصلاح قوانین و ضوابط و تدوین استانداردها را خطمشی خود قرار داده است. تعیین قوانین، ضوابط، دستورالعمل‌ها و مواردی از این دست، کمک شایانی به کاهش سردرگمی و بلا تکلیفی فعالان این حوزه و رفع خلأ قانون، مقرر و روال می‌کند. در ادامه مثالی از این نوع خطمشی‌ها اشاره شده است:

«تدوین استانداردهای لازم برای مواد اولیه و روش‌های تولید صنایع دستی و فرش دستباف برای پیشنهاد به سازمان ملی استاندارد ایران»^۱.

۲. سیاست گذاری: در مواردی قانون‌گذار و در رأس آنها دولت، توجه بلندمدت و بنیادی به حوزه صنایع فرهنگی دارد و می‌کوشد معضلات این پهنه را عمیق‌تر رصد و مرتفع کند. در این دسته از خطمشی‌ها، پرداختن به امور صنایع فرهنگی گاهی در ساحت نظری و گاهی در قالب سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها نشان داده می‌شوند.

«تکمیل مطالعه طرح جامع گردشگری استان»؛ اجرای طرح‌های گردشگری و صنایع دستی در استان قزوین.^۲

۳. کاهش تصدی دولت: از دیگر خطمشی‌های احصا شده از قوانین و مقررات اقتصاد

۱. قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی، تصویب ۱۳۹۶/۱۱/۱۸ مجلس شورای اسلامی.

۲. مصوب ۱۳۸۹/۸/۱۹ هیئت وزیران.

فرهنگ و صنایع فرهنگی، خط‌مشی‌هایی است که در پی کاهش تصدی دولت و حضور پررنگ‌تر بخش خصوصی در این زمینه است. در ادامه نمونه‌ای از این نوع قوانین آورده شده است:

«حمایت از بخش‌های مردمی فعال در زمینه توسعه فرهنگ قرآن و اهل‌بیت^ع در فضای مجازی»^۱

۴. **نیروی انسانی:** گاهی قانون‌گذاران حوزه صنایع فرهنگی، منابع انسانی فعال در این عرصه را مدنظر داشته‌اند و مصوبات آنان نشان از این دارد که خط‌مشی ایشان حمایت از فعالان این حوزه است. به‌عنوان مثال قوانین مرتبط با ارتقای سطح سواد نیروی انسانی، قوانین مربوط به بیمه و معیشت کارکنان این حوزه، اعطای درجه هنری و... مثال‌هایی از این خط‌مشی هستند که به نمونه‌ای از آن اشاره شده است:

«حمایت از ارتقای دانش و مهارت‌های تخصصی در زمینه رسانه‌ها، آثار و محصولات فرهنگی دیجیتال»^۲

۵. **تسهیل‌گری:** این خط‌مشی که به نوعی مکمل خط‌مشی‌های کاهش تصدی دولت محسوب می‌شود، در پی تسهیل ورود و فعالیت بخش غیردولتی و سپس پویایی بیشتر در حوزه صنایع فرهنگی است که به نمونه‌ای از آنها اشاره می‌شود:

«تسهیل و تسریع در فرایند صدور مجوز تأسیس مؤسسه‌های فرهنگی - هنری برای طراحان پارچه و لباس ایرانی - اسلامی»^۳

۲-۴. خط‌مشی‌های عینی و عملیاتی

این دسته از خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی نشان می‌دهند دولت بیشتر در پی رفع فوری مسائل این حوزه بوده تا اینکه به‌صورت ریشه‌ای و اصولی با آنها روبه‌رو شود. نمونه بارز این خط‌مشی‌ها، تزریق پول و نقدینگی به این حوزه یا تصدی‌گری دولت در ایجاد صنایع فرهنگی است. هرچند گاهی این خط‌مشی‌ها برخی مشکلات را مرتفع می‌کنند، اما به‌دلیل حضور مستقیم دولت، بخش غیردولتی به خودکفایی و استقلال نمی‌رسد و برای بقا در ادامه نیز نیاز به این حضور هست.

۱. برنامه جامع فعالیت‌های قرآنی در فضای مجازی، مصوب ۱۳۹۷/۳/۵ شورای توسعه فرهنگ قرآنی.
۲. آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال، مصوب ۱۳۸۹ هیئت وزیران.
۳. آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، ۱۳۸۷/۳/۱۲ وزیران عضو کمیسیون فرهنگی.

البته لازم به ذکر است در برخی موارد حضور مستقیم دولت جهت تدبیر امور اجتناب‌ناپذیر است و قضاوت در مورد درستی یا نادرستی این خط‌مشی‌ها نیازمند اطلاعات تکمیلی پیرامون شرایط و اقتضائات دوره مدنظر است. در ادامه به انواع این خط‌مشی‌ها اشاره شده است:

۱. **ایجاد و مرمت:** از جمله خط‌مشی‌های دولت در حمایت از صنایع فرهنگی، ایجاد و مرمت صنایع فرهنگی است. این خط‌مشی بیشتر در حوزه گردشگری، میراث فرهنگی، موزه و صنایع دستی انتخاب شده است.

«اجرای طرح احیای مسیر تاریخی شهرستان کرج»؛ موظف کردن سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نسبت به اجرای طرح‌های گردشگری، صنایع دستی و تجهیز موزه‌ها در استان تهران.^۱

«احداث پنج کتابخانه استاندارد ۲۲۰۰ متر مربع در پنج مرکز شهرستان در سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۱».^۲

۲. **پرداخت‌ها و تسهیلات:** این خط‌مشی از جمله مواردی است که در دوره‌های گوناگون توسط دولت‌های مختلف برای حمایت از صنایع فرهنگی اتخاذ شده است. در ذیل به نمونه‌ای از آن اشاره شده است:

«... مبلغ هزاروپانصد میلیارد ریال از محل منابع قانون بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور، افزون بر اعتبار برنامه حمایت و گسترش سینمای ملی برای حمایت از پیشرفت سینمای اسلامی - ایرانی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تخصیص یافت».^۳

۳. **تبلیغ و ترویج:** در برخی موارد این خط‌مشی در قامت برپایی نمایشگاه‌ها، معرفی نمادها، تهیه و پخش برنامه‌های تلویزیونی، معرفی مناطق نمونه گردشگری و... خود را نشان می‌دهند. در ادامه به دو نمونه از این قوانین اشاره شده است:

۱. مصوب ۱۳۸۸ هیئت وزیران.

۲. موظف کردن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تکمیل، تجهیز و احداث مجتمع‌های فرهنگی و کتابخانه‌ها در استان گیلان، مصوب ۱۳۸۹ هیئت وزیران.

۳. اتخاذ تصمیم‌هایی به منظور اجرای طرح‌های حمایت از پیشرفت سینمای اسلامی - ایرانی، مصوب ۱۳۹۰/۴/۷ شورای عالی سینما.

«دریاچه زریوار مریوان به عنوان قطب گردشگری و رودخانه‌های سقز، قشلاق و گریزه به‌عنوان محور گردشگری تعیین می‌گردند»^۱.

«انعکاس جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مد و لباس اسلامی - ملی و معرفی طرح‌های ارائه‌شده و طراحان موفق در برنامه‌های سیما»^۲.

۴. رونق تولید: در این خط‌مشی، دولت در پی حمایت از صنایع فرهنگی از طریق ایجاد رونق در تولید این صنایع است. در ادامه نمونه‌ای از این خط‌مشی آورده شده است: «پس از ابلاغ این تصویب‌نامه، ظرف پنج سال همه نرم‌افزارهای کاربردی در سامانه‌های عملیاتی را از نرم‌افزارهای مبتنی بر زیرساخت‌های انحصاری، وابسته و تحدید شده به نرم‌افزارهای مبتنی بر زیرساخت‌های بومی تغییر دهند»^۳.

۵. زیرساخت‌ها، امکانات، تجهیزات: در دوره‌هایی مشاهده شده که دولت برای حمایت از صنایع فرهنگی، خط‌مشی فراهم‌آوری زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات را در پیش گرفته است که در ادامه به نمونه‌ای از آن اشاره شده است.

«افزایش اعتبار ردیف ۳۰۲۰۴۰۰۱ به مبلغ دوازده میلیارد ریال در لایحه بودجه سال ۱۳۸۷ کل کشور برای تجهیز یک استودیوی تولید و پویانمایی در استان سمنان»^۴.

۶. معافیت‌ها: در مواردی هم دولت و مجلس با اعطای معافیت‌ها در کمک به صنایع فرهنگی برآمده‌اند.

«از تاریخ ابلاغ این قانون ناشران و فروشندگان کتاب و مطبوعات اعم از اشخاص حقیقی و یا حقوقی که مجوز فعالیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارند و همچنین نویسندگان، مترجمان، ویراستاران، گرافیست‌ها و سایر پدیدآورندگان آثار فرهنگی مکتوب از پرداخت مالیات بر درآمد موضوع فعالیت‌های مطبوعاتی و انتشاراتی معاف می‌باشند»^۵.

۱. موظف کردن سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به اقداماتی در خصوص توسعه گردشگری، بهسازی موزه‌ها، مرمت و بازسازی آثار تاریخی در استان کردستان.

۲. آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، مصوب ۱۳۸۷/۳/۱۲ وزیران عضو کمیسیون فرهنگی.

۳. اتخاذ تصمیم‌هایی به منظور توسعه تولید و کاربرد نرم‌افزارهای بومی در کشور، مصوب ۱۳۸۸ وزیران عضو کارگروه مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات و امنیت آن (فاوا).

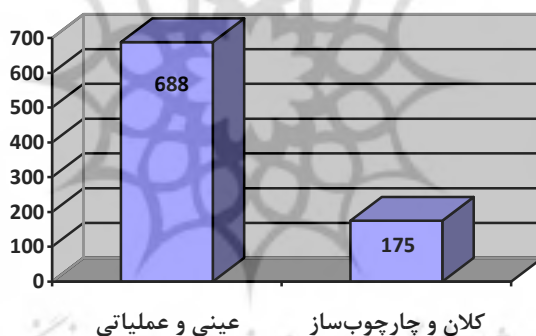
۴. موظف کردن سازمان صداوسیما به اجرای طرح‌های سیگنال‌رسانی ماهواره‌ای، پوشش شبکه قرآن و تجهیز استودیوی تولید و پویانمایی در استان سمنان، مصوب ۱۳۸۶/۳/۲۳ هیئت وزیران.

۵. قانون معافیت مؤسسه‌های انتشاراتی و کتاب‌فروشان از پرداخت مالیات، مصوب ۱۳۸۰/۲/۲۶ مجلس شورای اسلامی.

۵. جمع بندی و نتیجه گیری

در ایران یکی از ویژگی‌های خط‌مشی‌گذاری، ترجیح سیاست‌های عینی‌تر و عملیاتی‌تر بر برنامه‌های کلان است. در برخی بخش‌ها عمر کوتاه مدیریت از یک‌سو و چشم‌انداز گردش مرجعیت در آن بخش از سوی دیگر مدیر را ناگزیر به نگرش کوتاه‌مدت می‌کند. بنابراین از سویی سیاست‌های کمی قابل حصول در کوتاه‌مدت بر اقدامات کیفی بلندمدت بیشتر ترجیح داده می‌شوند و از سویی دیگر رادیکالیسم و تمایل به تغییر سریع بروز می‌دهد. از این‌رو، تفکر تغییرات تدریجی حاکم نیست (مقتدائی و ازغندی، ۱۳۹۵: ۱۸).

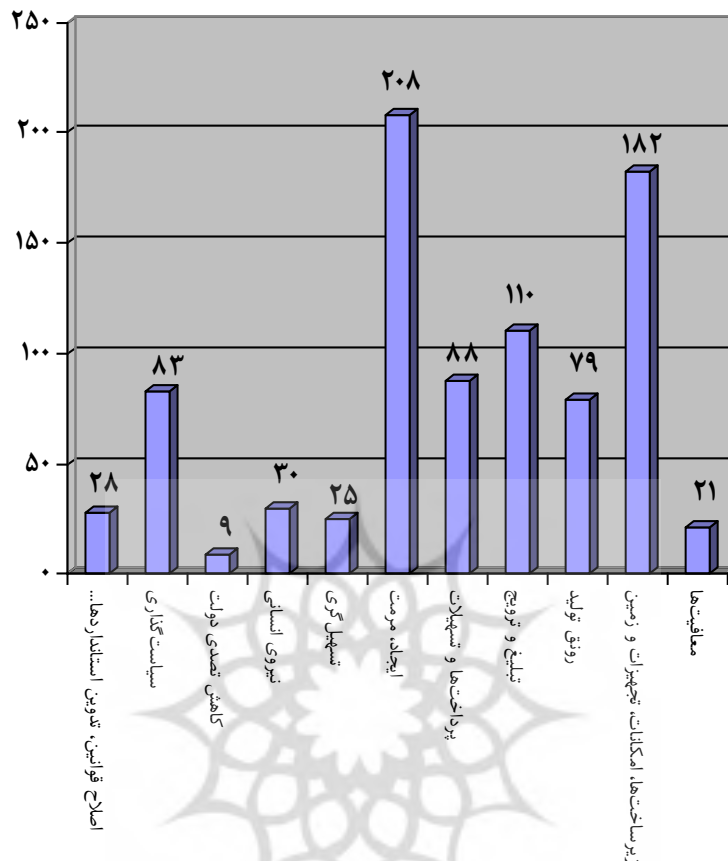
در حوزه صنایع فرهنگی نیز این معضل وجود دارد و بررسی فراوانی هریک از طبقه‌های خط‌مشی صنایع فرهنگی نشان دهنده آن است که خط‌مشی‌گذاران کمتر دید کلان به این حوزه داشته‌اند و بیشتر خط‌مشی‌ها حاکی از نگاهی کوتاه‌مدت (عینی و عملیاتی) به این حوزه هستند:^۱



نمودار ۱- فراوانی هر یک از گونه‌های خط‌مشی در صنایع فرهنگی

در ادامه نمودار تفکیکی و فراوانی هریک از خط‌مشی‌های حوزه صنایع فرهنگی آورده شده است:

۱. از تعداد ۸۶۶ قانون و مقرر شده تنها سه مصوبه وجود داشت که حمایت قانون‌گذار از فعالان صنایع فرهنگی را نشان نمی‌داد و در مقابل حتی برای ایشان هزینه نیز ایجاد نمی‌کرد. به‌عنوان مثال: به وزارت امور اقتصادی و دارایی اجازه داده می‌شود دو درصد از کل فروش بلیط سینماهای کشور را اخذ و به حساب درآمد عمومی منظور کند. ماده واحد، مصوب ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی.



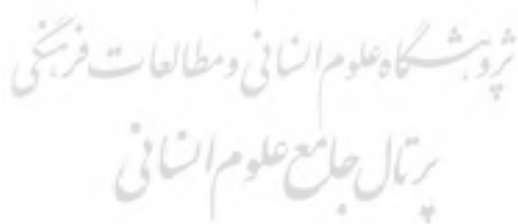
نمودار ۵: فراوانی هریک از خط‌مشی‌های صنایع فرهنگی

همان‌طور که از نمودار نوع حمایت‌ها پیداست، حاکمیت بیشتر با تصدی‌گری صنایع فرهنگی حمایت کرده تا تسهیل‌گری. به‌عنوان مثال در بسیاری از موارد، دولت به‌طور مستقیم اقدام به ایجاد، مرمت یا توسعه صنایع فرهنگی کرده است و تعداد مصوباتی که به صورت مستقیم کاهش تصدی دولت را نشانه گرفته‌اند، کمتر از انگشتان دو دست است که جز در مورد رادیو و تلویزیون، در تعارض با اصل ۴۴ قانون اساسی^۱ به نظر می‌رسد.

۱. نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است. بخش دولتی شامل همه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانک‌داری، بیمه، تأمین نیرو، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و تلویزیون، پست، تلگراف و تلفن، هواپیمایی، کشتیرانی، راه و

همچنین خطمشی کاهش تصدی دولت و تسهیل‌گری از جمله مواردی هستند که فراوانی ناچیزی دارند. در حالی که کاهش تصدی دولت در صنایع فرهنگی و افزایش حضور بخش خصوصی منجر به مرتفع شدن بخش قابل توجهی از مشکلات این حوزه خواهد شد. توجه به روح سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، مشارکت مردمی، کم شدن حجم دولت، واسپاری فعالیت‌ها به مردم، نظارت دولت بر مردم و مدیریت آن و تحرک بیشتر و بسترسازی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از خطمشی‌های قابل توجه در این زمینه است (نقیب‌السادات، ۱۳۸۷: ۱۷-۱۸).

اگر این تحقیق را تحلیل و بررسی تدوین خطمشی (گام اول خطمشی‌گذاری) بدانیم، برای انجام تحقیقات دیگر در این حوزه، بررسی و تحلیل گام دوم خطمشی (اجرای خطمشی‌ها) نتایج قابل توجهی را در پی خواهد داشت و پیشنهاد می‌گردد بررسی شود که چه میزان از این قوانین و مقررات اجرایی شده است. همچنین در مطالعات دیگر ارزیابی خطمشی‌های وضع شده نیز پیشنهاد می‌گردد.



راه آهن و مانند این‌هاست که به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است. بخش تعاونی نیز شامل شرکت‌ها و مؤسسه‌های تعاونی تولید و توزیع که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شوند. بخش خصوصی شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است. مالکیت در این سه بخش تا جایی که با اصول دیگر این فصل مطابق باشد و از محدوده قوانین اسلام خارج نشود و موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد و مایه زبان جامعه نشود، مورد حمایت قانونی جمهوری اسلامی است. تفصیل ضوابط، قلمرو و شرایط هر سه بخش را قانون معین می‌کند.

منابع

۱. اسمیت، کوین (۱۳۹۲)، درآمدی بر نظریه خط‌مشی عمومی (تقابل نظری عقلانیت‌گراها و فرااثبات‌گراها)، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران، صفار.
۲. باقری، محمدحسین، عبدالله توکلی و سیدمهدی الوانی (۱۳۹۵)، «سازوکارهای تأثیرگذاری دین در فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی (با تأکید بر مرحله تدوین)»، دین و ارتباطات، شماره ۵۰، ص ۳۷-۵۰.
۳. تاووز، روث (۱۳۹۵)، درآمدی پیشرفته بر اقتصاد فرهنگ، تهران، تیسرا.
۴. تشکر، زهرا (۱۳۸۳)، درآمدی بر اقتصاد فرهنگ، تهران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
۵. زارعی، مجید (۲۴ شهریور ۱۳۹۵)، «مؤسسات فرهنگی و هنری در آستانه تعطیلی»، دنیای اقتصاد، بخش ویژه‌نامه ۳۲۷۵۷۴۲/۶۳، <https://donya-e-eqtasad.com/>
۶. خاشعی، وحید (۱۳۹۰)، طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در آموزش عالی، تهران، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی.
۷. خزائی، حسین (۱۳۸۷)، «جهان معاصر: صنایع فرهنگی و هویت ملی»، زمانه، شماره ۶۷، ص ۶۷-۷۴.
۸. ساباتی، پل. ای (۱۳۹۵)، نظریه‌های فرایند خط‌مشی عمومی، ترجمه حسن دانایی‌فرد، تهران، صفار.
۹. عزیز، رضا (۱۳۹۶) «سیر تطور، مؤلفه‌ها، نهادها و فرایند سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی»، حکمتانه، شماره ۱۳، ص ۷۳-۸۸.
۱۰. _____ (۱۳۹۷)، «تحلیل مقایسه‌ای سیاست‌های صنایع فرهنگی ایالات متحده آمریکا و کره جنوبی»، حکمتانه، شماره ۱۸، ص ۴-۲۷.
۱۱. قلی‌پور، رحمت‌الله (۱۳۹۳)، تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی، تهران، سمت.
۱۲. کیقبادی، مرضیه، مرضیه فخرایی، سیده‌سارا علوی و سیدعبدالحمید زواری (۱۳۸۷)، شناخت صنعت فرهنگی، قم، اداره کل تبلیغات اسلامی قم.
۱۳. محمدی، مهدی (۲۸ اردیبهشت ۱۳۹۵)، «مؤسسات غیرفعال فرهنگی ساماندهی می‌شوند، فعالیت ۴ هزار مؤسسه فرهنگی در کشور. خبرگزاری تسنیم/ <https://www.tasnimnews.com/>
۱۴. مقتدائی، مرتضی و علیرضا ازغندی (۱۳۹۵)، «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره ۳۴، ص ۷-۲۶.
۱۵. ملکی‌فر، عقیل (۱۳۸۷)، از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق، تهران، اندیشکده صنعت و فناوری.
۱۶. ناظمی اردکانی، مهدی و محمد صیادی (۱۳۹۳)، «بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران؛ مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره ۱۳، ص ۱۹۱-۲۲۵.

۱۷. نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۸۷)، «تعریف، ادبیات و نقش صنایع فرهنگی در توسعه همه‌جانبه کشور»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۱۰، ص ۱۶-۱۸.
18. Alhojailan, M. I. (2012), thematic analysis: a critical review of its process and evaluation, **West East Journal of Social Sciences**, pp.39-47.
19. Birkland, T. A. (2015), **an introduction to the policy process**, newyork: Routledge.
20. Bonet, L. & E. Négrier (2018), The participative turn in cultural policy: Paradigms, models, contexts, **Poetics**, pp.64-73.
21. Braun, V. & V. Clarke (2006), Using thematic analysis in psychology, **Qualitative Research in Psychology**, 3(2), pp.77-101.
22. Fesel, B. & M. Söndermann (2007), **Culture and Creative Industries in Germany**, Bonn: Auswartiges amt.
23. Kakiuchi, E. & K. Takeuchi (2014), Creative industries: Reality and potential in Japan, **GRIPS**, pp.1-19.
24. MATTOSCIO, N. & D. Furia (2010), A multidimensional model analysis in cultural economics: the Italian case, **Tourism Economics**, pp.565-583.
25. Ponnam, A. & J. Dawra (2013), Discerning product benefits through visual thematic analysis, **Journal of Product & Brand Management**, 22 (1), pp.30-39.
26. Pratt, A. C. (2004), Mapping the cultural industries: regionalization; the example of south-east England. in: D. Power, & A. Scott, **The Cultural Industries and the Production of Culture**, pp. 19-36, London: Routledge.
27. shan, S. I. (2014), Chinese cultural policy and the cultural industries, **City, Culture and Society**, pp.115-121.
28. Tower, E. (2017), **Cultural Times: A global map for creative industries**, oxford: EY: building a better working world.
29. Zuhdi, U. (2014), Analyzing the Role of Creative Industries in National Economy of Japan: 1995-2005, **Scientific Research**, pp.197-211.