

مخلاق زیست بوم

فصلنامه ویژه نوروز ۹۷



➔ معرفی برنامه
توسعه زیست بوم
شرکت های خلاق

← آشنایی با
صنایع خلاق جهان

دَوَاؤُكَ فِيكَ وَمَا تَشْغُرُ
 وَدَاؤُكَ مِنْكَ وَمَا تَنْظُرُ
 وَتَحْسَبُ (تزعّم) أَتَّكَ جَرْمٌ صَغِيرٌ
 وَفِيكَ انْطَوَى الْعَالَمُ الْأَكْبَرُ
 وَأَنْتَ الْكِتَابُ الْمُيِّنُ الَّذِي
 بِأَحْرَفِهِ يَظْهَرُ الْمُضْمَرُ



نهارهز ۱۳۹۷
 مبارک باد!

ای انسان، داروی تو در درونت وجود دارد
 در حالی که تو نمی دانی و دردت هم از
 خودت می باشد اما نمی بینی. آیا گمان
 می کنی که تو موجود کوچکی هستی در
 حالی که دنیای بزرگی در تو نهفته است؟
 ای انسان، تو کتاب روشنی هستی که
 با حروفش هر پنهانی آشکار می شود.
 شعر منسوب به حضرت علی علیه السلام

بسم الله الرحمن الرحيم
 الحمد لله رب العالمين
 والصلاة والسلام على
 سيدنا محمد واله الطيبين
 الطاهرين



برنامه توسعه زیست بوم
 شرکت های خلاق



ریاست جمهوری
 معاونت علمی و فناوری

ویژه نامه نوروزی

برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

تهیه کننده:

دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

دبیر کارگروه:

سید محمد حسین سجادی نیری

همکاران این ویژه نامه:

سید مهدی سادات، شاپان نشاط، حامد کرمی
 عطیه صادقی پور



شهرت مطالب

۴ پیام ویژه معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری

۵ مصاحبه با مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری

۶ گفتگوی ویژه با دبیر ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز

۸ آشنایی با صنایع خلاق جهان

۱۰ معرفی برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

۱۴ گزارشی از وضعیت موجود صنایع خلاق

۱۶ معرفی رویدادها و نمایشگاه های صنایع خلاق

۲۰ اخبار صنایع خلاق

۲۲ در دنیای آی تی چه می گذرد

۲۴ گذری بر دنیای انیمیشنی

۲۶ ورود به دنیای خلاقیت با اسباب بازی ها

۲۸ صنایع دستی، تلفیق فرهنگ، هنر و خلاقیت

۳۰ گردشگری دریچه ای به سوی خلاقیت

۳۲ نمونه های موفقیت صنایع خلاق در جهان

نگاه استارت‌آپی و ضرورت ایجاد پیوست فرهنگی برای استارت‌آپ‌ها

قطعاً؛ اما معمولاً تغییرات در بستر جامعه اتفاق می‌افتد و بعد برای آن مناسبات، قانون می‌نویسند. برای موضوعاتی که در حوزه تغییر و نوآوری است، اگر قوانین متناسب با شرایط موجود، تصویب و یا قوانین موجود پالایش نشود، ممکن است برای نوپاها دست و پاگیر هم باشند بنابراین باید متناسب با رشد آن موضوع، لازم است قوانین به‌روز شوند.

← پیوست فرهنگی و اجتماعی استارت‌آپ‌ها چقدر ضرورت دارد؟

من بارها روی این موضوع تأکید کرده‌ام که پیوست فرهنگی و اجتماعی استارت‌آپ‌ها باید دیده شود. نمی‌توان موضوعی را در جامعه تغییر داد بدون اینکه به جوانب مثبت و منفی آن فکر نکرده باشیم.

مدیران استارت‌آپ‌های موفق باید کمک کنند ضوابط و قوانینی با نگاه به منافع جمعی، نوشته شود و پیشنهادهایشان را برای رفع مشکلات ارائه دهند. در نظر گرفتن پیوست فرهنگی و اجتماعی در سیاست‌گذاری کلان ضرورت دارد و برای اینکه نگاه دولت و نهادهای حاکمیتی هم به موضوع استارت‌آپ‌ها نزدیک باشد، ذی‌نفعان هم باید درباره اثرات فرهنگی و اجتماعی آن استارت‌آپ، پای کار بیایند و برای منافع جمعی جامعه تلاش کنند.

البته در کنار شرکت‌های دانش‌بنیان که خوشبختانه تعداد آنها در کشور هم اکنون به حدود ۳۵۰۰ شرکت بالغ گشته و حدود ۶۰۰۰ هزار شرکت نیز در نوبت تشخیص صلاحیت هستند، ما هزاران استارت‌آپ و شرکت نوپا داریم که در این زیست‌بوم کارآفرینی و فناوری فعالیت می‌کنند. درست است که عمده این شرکت‌ها در حوزه خدمات هستند اما باید بدانیم تا استارت‌آپ‌های ما در حوزه خدمات رشد نکنند استارت‌آپ‌های حوزه تکنولوژی و فنی و بیو و... رشد نخواهند کرد. خصوصاً استارت‌آپ‌های حوزه فناوری‌های فرهنگی که الان هم مورد نیاز کشور ماست و هم می‌تواند اشتغال فراوان ایجاد کند و هم فرهنگ و هنر در حال فراموشی ما را به بازار اقتصادی نزدیک کند و آن‌ها بیوود ایرانی در حال فراموشی را که پر از هنر، رنگ، نوآوری و خلاقیت بود را جانی تازه ببخشد.

← و سخن پایانی؟

ایران ما به بهار علم و فناوری نیاز دارد؛ همانطور که بهار طبیعتش دلخوش است. همانطور که بهار طبیعت ایران، شهره آفاق است. آرزومندم که نسیم زندگی و زمانه نوآوران ایرانی نیز، به زودی زود، در کوچه‌ها و کوی‌ها و شهرهای مان، پرتراوت و شکوفه بار، بوزد.

استارت‌آپ‌ها با کسب و کارهای نوین که در بستر فضای مجازی، ارائه خدمت می‌کنند طی یکی دو سال اخیر توسعه یافته‌اند که در گفت‌وگویی کوتاه با دکتر پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری به بررسی اهمیت این موضوع پرداختیم که مشروح آن را می‌خوانید.

سلام و عرض تبریک دارم به جامعه استارت‌آپی و زیست بوم کارآفرینی کشور به مناسبت سال جدید و بهار طبیعت.

← آیا امروز باید بی‌دریغیم که برای توسعه کشور در زمینه های مختلف وجود یک نگاه استارت‌آپی لازم است؟

نزدیک بهار هستیم و طبیعت با بهار زنده می‌شود. نوآوری خصیصه انسان است و شروع تازه رمز ماندگاری هر شروعی، رویدادی را به همراه دارد. اگر همراه با برنامه و هدف و همراهی و فناوری باشد، به جاهای خوب ختم می‌شود که خوشبختانه مدتی است در کشورمان رویدادهای کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها را جدی تر از گذشته شاهد هستیم.

زیست‌بوم کارآفرینی، برای امروز ما امری حیاتی است. اقتصاد ما، فناوری ما، تجارت ما، بازرگانی ما، تولید ما، صنعت ما، کسب و کار ما و اشتغال ما باید طعم بهار را بچشند. باید طعم نوشوندگی و نوآوری را در کام شان احساس کنند.

← چگونه می‌توان زمینه‌های ایجاد یک جامعه استارت‌آپی را فراهم نمود؟

جامعه ما جامعه‌ای جوان، تحصیل کرده و پرنشاط است؛ جامعه‌ای که از زیرساخت‌های خوبی در حوزه‌های مختلف زیست‌بوم فناوری و نوآوری برخوردار است. دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و صندوق‌های جسورانه باید توسعه یابند تا جامعه استارت‌آپی شود، جامعه ما از این‌ها برخوردار است اما اصل و شاه‌کلید این زیست‌بوم، نیروی انسانی خلاق، نوآور، متخصص و تحصیل کرده است جامعه و دولت باید بتواند تسهیل‌گری کند، یعنی در این زمینه آموزش، هدایت و راهنمایی بدهد، و زیرساخت‌ها را آماده کند. زیرا استارت‌آپ‌ها کسب و کارهای نوپایی هستند که حول یک نیاز در جامعه به وجود می‌آیند و سعی می‌کنند عناصر متعددی را برای از بین بردن آن نیاز یا رفع آن به‌وجود بیاورند. جامعه استارت‌آپی، جامعه‌ای نوآور، خلاق و رو به جلو است.

← نظر جنابعالی در مورد قانونگذاری برای استارت‌آپ‌ها چیست؟ آیا از موافقین این موضوع هستید؟



پرویز کرمی



ظرفیت صنایع خلاق و فرهنگی

کشورها هستیم، در حوزه هنر ریشه‌ای حجیم داریم. در بخش بازی‌های رایانه‌ای پیشرفت‌هایمان چشمگیر بوده است. البته در بخش اسباب‌بازی مشکلاتی داریم که خوشبختانه، در حال حاضر این درد شناسایی شده و مداوا پیش هم در دستور کار است. اینها بخش عمده از صنایع فرهنگی و هویت‌ساز ما را تشکیل می‌دهند. اما آنچه اینها را با اهمیت تر از گذشته می‌کند، ایجاد انسجام اجتماعی در آن است.

حوزه فرهنگ، هنر و علوم انسانی ماهیتاً حوزه‌های گسترده و کلان است که دارای ذی‌نفعان فراوان است. از سوی دیگر ضرورت تحقق اثربخش اقدامات حاکمیتی در فرهنگ، هنر و علوم انسانی، انسجام و یکپارچگی است.

از این رو و از منظر سازمانی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به منظور توسعه کارآفرینی نوین در حوزه‌های فرهنگی و خلاق، اقدام به ایجاد برنامه حمایت از شرکتهای خلاق و صنایع فرهنگی کرده است تا رسالت توسعه صنایع فرهنگی و تجاری‌سازی این صنایع را به عهده بگیرد تا در پی آن بتواند تولید ثروت، اشتغال و تعالی فرهنگ ایرانی-اسلامی را به ارمغان آورد.

امیدوارم با کمک ابزارهای موجود و با همت همه مردم، فناوران، سرآمدان و دغدغه‌مندان، شرایطی ایجاد شود که غول بدقواره اقتصاد نفتی، به چراغ جادوی اش باز گردد و رویاهای دودگرفته و به غبارنشسته را امان بازنمایی دهد. چنین باد.

نوروز تمام ایرانیان مبارک

بهار از راه رسید و شکوفایی طبیعت، امیدی است به رویش و پویای هر چه بیشتر در جهان. ظرفیت فرهنگی و خلاقیت در جامعه ما، ظرفیتی سرشار و شکوفا است.

دنیای پیشرفته امروز، صنایع نرم و خلاق خود را علاوه بر دستاویزی برای ایجاد همونی بر جهان، ابزاری برای آسودگی و آرامش نسبی شهروندان خود کرده است.

مایکروسافت، فیسبوک، گوگل، آمازون و از این دست نوظهوران دوران پساصنعتی و آغازگران موج چهارم، با کمترین دارایی نقدی و البته بدیع‌ترین دارایی و آست فکری، بیشترین درآمدزایی را داشته‌اند. علاوه بر اینها، مقوله سبز بودن و توجه به محیط زیست را نیز در نظر داشته‌اند که در جای خود، امری مهم و حیاتی است.

در اینجاست که باید بگوییم من به آینده کشورمان در کشاکش روزهای پیشرفت‌های نرم، خوش‌بین و امیدوار هستم. این خوش‌بینی البته براساس دلایل و امکانات امروز به دست آمده است. کشور عزیز ما، دارای تنوع فرهنگی و قدمت بالاست. کشوری جوان است. تحصیل کرده‌هایش، پرشمار و چشمگیرند. علاقه و اینرسی پیشرفت در بین آنان فوران می‌کند. بسیاری از آنان، حالا بعد از گذر از رنج‌های جنگ و تحریم و بی‌عدالتی، جهانی گسترده را پیش روی خود می‌بینند که می‌خواهند همراه با شناخت آن، شناسانده شوند. در حقیقت جوانان ما برند شدن را در پس ذهن شان آرزو دارند؛ آرزویی که نه تنها عیب نیست بلکه به دست آوردنی است.

ما در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی جزو بی‌ظلیلان



دکتر سورنا ستاری

اهمیت صنایع فرهنگی در کشورهای در حال توسعه



مهندس سجادی نیری

در این بخش مصاحبه ای داریم با مهندس سید محمدحسین سجادی نیری دبیر ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز و دبیر کارگروه توسعه زیست بوم شرکتهای خلاق معاونت علمی و فناوری.

جناب آقای مهندس نیری در این مصاحبه، گفتگویی با شما خواهیم داشت در خصوص صنایع فرهنگی.

سلام و عرض تبریک دارم به مناسبت سال جدید، و آرزوی سالی پررونق در اقتصاد و توفیق روزافزون برای فعالان اقتصادی به ویژه در حوزه بحث امروز یعنی صنایع فرهنگی و خلاق دارم.

در مقدمه سوال بنده این است که صنعت فرهنگی به چه صنعتی می گویند و فناوری فرهنگی چیست؟

صنعت فرهنگی را ما صنعتی می دانیم که خروجی ها و برون دادهای آن محصولاتی فرهنگی است، محصولاتی که بر روی روح و جسم انسانها تاثیر گذار است، این صنایع با استفاده از فناوری می توانند محصولاتی تولید کنند که اقتصادی و مخاطب محور باشند. این صنعت مانند هر صنعتی نیازمند فناوری است، فناوری هایی که در این صنعت استفاده می شوند و پیشران صنعت هستند به عنوان فناوری فرهنگی قلمداد می شوند.

جناب آقای نیری با توجه به اهمیت این صنعت، چرا در کشورهای در حال توسعه این صنعت جدی گرفته نشده؟

به نظر بنده ۵ دلیل عمده در این خصوص وجود دارد: معمولاً این صنعت به دلیل ماهیت نرم خود در پس زمینه اقتصاد صنعتی دیده میشود و این کشورها محور توسعه خود را بر روی صنایع سنگین و ظاهراً پیشرفته قرار می دهند.

معمولاً دید زنجیره وار و مرتبط به عناصر مختلف این صنعت وجود ندارد. وقتی با شخصیت و عروسکها مواجه هستیم، مخاطب گذشته آن را می شناسد؛ یعنی سالها قبل عرضه و شناسانده شده و سپس وارد صنعت سینما، بازی های ویدیویی، مد و لباس و غیره می شود. صنعت جانبی که از کنار یک شخصیت خلق می شود در برخی موارد تا ۱۱ برابر بزرگتر از صنعت اولیه ای است که در آن خلق شده است. شرکت هایی نیز که ایجاد می شوند کوچک و متوسط هستند و ما در این کشورها با پنگاه های بزرگ مواجه نیستیم.

بخش فرهنگ به عنوان مرکز هزینه برای این کشورها دیده

می شود و بودجه ای مراکز فرهنگی صرف امور ظاهراً کیفی و بدون معیار و سنج کمی می شود. اغلب گردانندگان صنایع فرهنگی در این کشورها با قابلیت های تجاری این صنایع آشنا نیستند و کار خود را اقتصادی نمی دانند و یا اصول اقتصادی کردن آن را نمی دانند.

جناب مهندس نیری چه نکات و مزیت هایی در این صنعت وجود دارد که نیاز به رونق این صنعت را تایید می کند؟

نکته اصلی و محوری این است که صنعت فرهنگی و خلاق با سرمایه گذاری کوچک، ارزش افزوده و اشتغال بالا ایجاد می کند. نکته دیگر در این خصوص این است که حرکت در حوزه صنعت فرهنگی یک حرکت و مقابله فعال در عرصه فرهنگی است به جای یک رویکرد انفعالی در برابر تهاجم فرهنگی، که توان صادرات نیز می تواند داشته باشد.

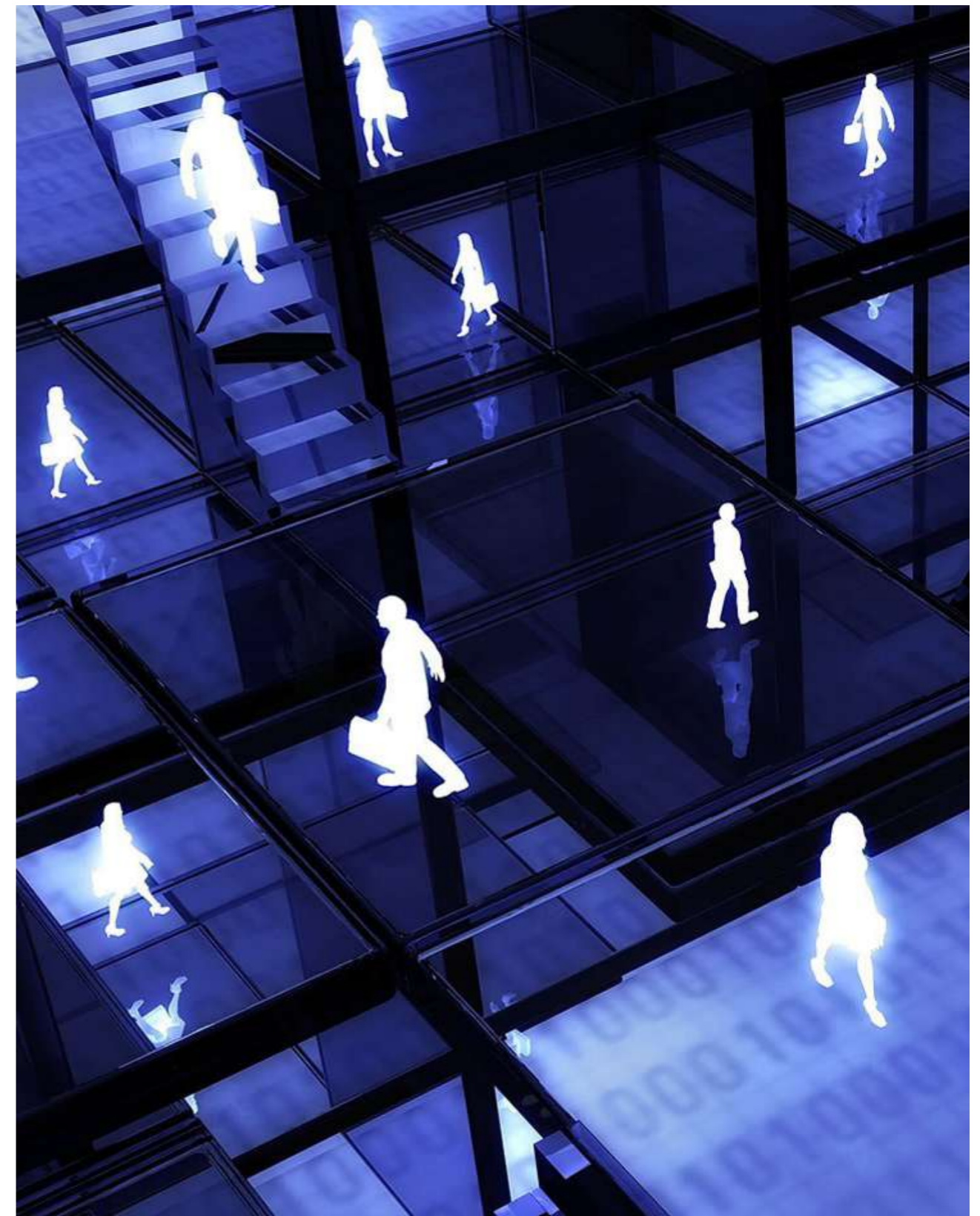
جناب نیری از دیدگاه شما محصول فرهنگی و خلاق موفق چه محصولی است؟

محصول فرهنگی موفق محصولی است در چارچوبهای فرهنگی ایرانی-اسلامی ما تولید شود و بتواند سهمی از بازار داشته باشد.

تلاش ما در معاونت علمی این است که در کنار دستگاه های فعال در این عرصه نگاه اقتصاد فرهنگ را در کشور توسعه دهیم. این نگاه می تواند موجب ایجاد اشتغال، توسعه تولید در کشور و جلوگیری از تهاجم فرهنگی شود.

سخن پایانی.

توجه ویژه به اهمیت، توانمندی و استعداد های حوزه فناوری های نرم و هویت ساز و صنایع خلاق یکی از موثرترین راهکارهایی است که می تواند کشور را از مشکلات موجود نجات داده و اقتصاد مقاومتی را محقق کند. اولویت ها، توانمندی ها و استعداد های زیادی در بخش فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق کشور وجود دارد. ما جامعه ای فرهنگی با سابقه تجاری در حوزه صنایع فرهنگی مانند صنایع دستی هستیم که متأسفانه در خلال روی آوردن به فناوری های سخت بسیاری از فناوری های نرم و تجربیات موفق گذشته در آن به فراموشی سپرده شده است. امیدواریم شاهد پیشرفت و توسعه زیست بوم صنایع و شرکتهای خلاق و اقتصاد خلاق در کشور عزیزمان باشیم.



است. کشور های دیگری مانند استرالیا، نیوزیلند، تایوان، سنگاپور و چین نیز در ردیف کشورهای موفق دنیا در حوزه صنایع خلاق قرار دارند. اهمیت صنایع خلاق را می‌توان از نظر اقتصادی و فرهنگی مورد بررسی قرار داد؛ از نظر اقتصادی این دسته از صنایع با ایجاد حجم بالایی از اشتغال می‌توانند در بهره‌گیری هر چه بیشتر از منابع انسانی نقش برجسته‌ای را ایفا کرده و میزان رشد ناخالص داخلی را افزایش دهند. در ایالات متحده آمریکا حدود ۷،۵ درصد از آمار کل اشتغال مربوط به صنایع خلاق است و این رقم در فیلیپین ۱۲ درصد است. صنایع خلاق در گسترش صادرات کشورها نیز نقش پررنگی دارند؛ پیوند فرهنگ و اقتصاد در صنایع خلاق سبب می‌شود تا محصولات تولید شده به راحتی در بازار خود را در کشورهای دیگر پیدا کنند؛ زیرا محصولاتی که بر مبنای ارزش‌های بومی یک جامعه تولید می‌شوند، برای انسان‌هایی که در دیگر جوامع زندگی می‌کنند نیز جالب توجه هستند. نمونه چنین مسئله‌ای را می‌توان در اهمیت صنایع دستی و تولیدات کارگاهی مناطق مختلف به وضوح مشاهده کرد. همچنین از آنجایی که در این دسته از صنایع مؤلفه «فرهنگ» نقش پررنگی دارد، سرمایه‌گذاری اولیه در هر کدام از صنایع ذکر شده به راحتی صورت گرفته و مستلزم صرف هزینه‌های کلان نخواهد بود. از نظر فرهنگی با افزایش اشتغال، بسترهایی برای شکوفایی استعدادها و همچنین استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی ایجاد خواهد شد که در میان مدت و بلندمدت بر سلامت روانی جامعه تأثیر خواهد داشت.



از آن که یک حوزه مستقل به شمار آوریم، به آن‌ها نگاهی جامع و فراگیر داشته باشیم و از تباطشان را با سایر صنایع پایین دستی و حتی حوزه‌های غیر صنعتی در نظر بگیریم. این دسته از صنایع از سطوح کارگاهی و خرد گرفته تا سطوح کلان یعنی اقتصاد ملی، منطقه‌ای و حتی جهانی را دربر می‌گیرند و به واسطه پیوندهایی که با مقوله فرهنگ و هویت دارند، با تمام مسائل این حوزه نیز ارتباط برقرار می‌کنند. واضح است که حوزه‌هایی مانند تبلیغات، فیلم و ویدئو، نرم افزارها را باید یک حوزه میانه به حساب آورد؛ به این معنا که گاه با کنار هم قرار دادن مجموعه‌ای از موضوعات می‌توان به یک صنعت خلاق و موفق دست پیدا کرد. شرکت مایکروسافت و سایر شرکت‌های نرم‌افزاری نظیر ادوب (Adobe) و کمپانی‌های بزرگ تبلیغاتی و فیلم‌سازی در آمریکا، هر ساله بخش مهمی از تولیدات حوزه صنایع خلاق جهان را عرضه می‌کنند؛ همچنین تجارت عظیمی که بر پایه ساخت بازی‌های رایانه‌ای در جهان انجام می‌گیرد، تأکید دیگری بر مقوله صنعت خلاق است؛ واژه صنعت هنر نیز که گاه از سوی اهل فن به کار گرفته می‌شود، ناظر به همین موضوع است.

خلاصه‌ای که چرخ اقتصاد را می‌گرداند

صنعت خلاق در کشورهای پیشرفته حدود ۵ تا ۱۵ درصد تولید ناخالص کشورها را تشکیل می‌دهد؛ کشورهای آمریکا، انگلستان، کره جنوبی و استرالیا از جمله کشورهای موفق هستند که در برنامه ریزی‌های کلان خود صنایع خلاق را مورد توجه قرار داده‌اند. انگلستان یکی از بزرگترین قطب‌های صنعت خلاق در جهان محسوب می‌شود که از سال ۱۹۹۷ به این سو توانسته است، هر سال میزان رشد ۴ درصدی را در توسعه صنایع خلاق رقم بزند؛ این در حالی است که میزان رشد اقتصادی این کشور در مدت زمان مشابه، ۳ درصد بوده است. کره جنوبی نیز با برندهای بزرگی که برای تمام مردم دنیا شناخته شده است، در طول چند دهه اخیر توانسته رشد سریعی را در صنایع خلاق داشته باشد؛ نگاهی به گسترش محصولات تولید شده مانند مانیتورهای پیشرفته، تلفن‌های همراه، قطعات الکترونیکی و تراشه‌ها موبایل این امر

در دنیای مدرن، صنعت، موتور محرکه اصلی کشورها محسوب می‌شود و می‌توان گفت که بستر اقتصادی کشورها در نسبت با صنعت شکل می‌گیرد. مقوله صنعت نه تنها از نظر اقتصادی بلکه از نظر اجتماعی و فرهنگی هم بر جوامع تأثیرگذار است؛ به گونه‌ای که گاه با ورود برخی صنایع به بعضی از جوامع، فرهنگ به کلی زیر و رو شده و ارزش‌های جدیدی در آن‌ها به وجود آمده است که در گذر زمان با نسل‌ها پیوندی مستحکم برقرار نموده است. امروزه بسیاری از صنایع بزرگ و شناخته شده جهان دامنه تولید محصولات خود را از یک محدوده جغرافیایی معین فراتر برده و در سراسر دنیا نفوذ کرده‌اند. اگرچه در ظاهر امر، همگی آن‌ها در حال تولید محصول و عرضه آن‌ها به بازار هستند، اما بدون شک نمی‌توان میزان ارزش آفرینی و تأثیرات فرهنگی آن‌ها را با یکدیگر برابر دانست؛ بنابراین پرسشی که در اینجا باید طرح شود آن است که چه عامل یا عواملی سبب تأثیرگذاری بیشتر یک صنعت و در نتیجه موفقیت آن می‌شوند؟ پاسخ این سؤال را باید در موضوعی تحت عنوان «صنعت خلاق» جستجو کرد.

صنعت خلاق به معنایی گفته می‌شود که بر اساس انتشار دانش و اطلاعات ایجاد شده‌اند. برای صنایع خلاق می‌توان یک تعریف عام و یک تعریف خاص در نظر گرفت. در تعریف عام می‌توان آن دسته از فعالیت‌های تولیدی را که به صورت دانش بنیان فعالیت می‌کنند، صنایع خلاق به حساب آورد. وجه مهم این گونه از فعالیت‌ها خلاقیت و یا به عبارتی نوآوری در تمام یا بخشی از محصول است که این نوآوری می‌تواند در قالب تولید، باز تولید و حتی ارتقای محصول صورت گیرد. در تعریف خاص می‌توان به طور دقیق‌تر محدوده صنعت خلاق را مشخص کرده و حوزه‌های آن‌ها را به طور مصداقی برشمرد. در این تعریف، از چند صنعت به عنوان صنایع خلاق نام برده می‌شود که همه آن‌ها به نوعی با ارزش آفرینی و فرهنگ پیوند دارند. این صنایع عبارتند از: معماری، هنر، مد، طراحی، تبلیغات، چاپ، صنایع دستی، رادیو و تلویزیون، فیلم و ویدئو، هنرهای نمایشی، موسیقی، عکاسی، نرم افزارهای سرگرمی و خدمات رایانه‌ای. این صنایع در بیشتر کشورهای دنیا مورد توجه قرار گرفته و بخش مهمی از مسیر رشد اقتصادی را تشکیل می‌دهند.



آشنایی با صنایع خلاق جهان



صنایع را در دستور کار خویش قرار دهد. این برنامه به منظور اقتصاد مقاومتی و تدابیر مقام معظم رهبری، راهکارهای سیاستی و حمایتی را در این حوزه ایجاد و تسهیل می‌کند. توسعه اقتصاد دانش بنیان در چارچوب سیاست‌های کلی

ضرورت اجرای برنامه

اقتصاد خلاق به عنوان رویکردی نوین در عرصه اقتصاد، صنعت و فرهنگ در تلاش است با ایجاد پیوند و تعامل میان این حوزه‌ها، ارزش اقتصادی و فرهنگی محصولات خلاق را به مثابه تولیدات ارزشمند در عصر حاضر نشان دهد. در کنار شکل‌گیری شرکت‌های دانش بنیان در مراکز علمی و دانشگاهی کشور، بخش دیگری از شرکت‌ها که عمدتاً در صنایع خلاق، فرهنگی و خدمات نوین و مبتنی بر فضای دیجیتال فعال هستند در زیست بوم نوآوری و کارآفرینی کشور ظهور کرده است. ماهیت رشد این مجموعه‌ها بر مبنای خلاقیت، نوآوری و ارائه مدل‌های نوین کسب و کار است که مراحل رشد خویش را با شتاب پشت سر می‌گذارند.

ظرفیت بالای شرکت‌های خلاق در ایجاد و رونق اشتغال کشور و فقدان یک برنامه‌ی منسجم و متمرکز به منظور حمایت از شرکت‌های فعال در حوزه صنایع خلاق، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را بر آن داشت، تا با برنامه‌ریزی، ارایه و تصویب برنامه‌ای با عنوان برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق، بیش از پیش توجه به این حوزه از

اهداف برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق

- توسعه زیست بوم نوآوری و کارآفرینی در کشور و ارتقاء سهم شرکت‌های خلاق در اقتصاد
- توسعه کیفی مشاغل با حمایت از شرکت‌های خلاق و اشتغال‌زایی برای نیروهای جوان و تحصیلکرده
- ایجاد و تقویت برندهای شرکت‌های خلاق در حوزه محصولات فرهنگی کشور و خدمات مبتنی بر فناوری و نوآوری
- حل معضلات اجتماعی و مشکلات کشور نظیر رفع مشکلات کم‌آبی و خشکسالی و پسماند، کنترل آلاینده‌های زیستی و ... با رویکردهای خلاق و نوآورانه
- تقویت همکاری‌های بین‌المللی در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و کسب و کارهای نوآورانه



بیشتر
بخوانید



بشنوید



معرفی برنامه توسعه
زیست بوم شرکت‌های خلاق

۷ برخی از عناوین پشتیبانی تأمین مالی و جذب سرمایه

- ◀ صدور ضمانت‌نامه برای طرح‌های خلاق
- ◀ حمایت از ورود شرکت‌ها به بورس
- ◀ جذب سرمایه برای طرح‌های خلاق
- ◀ لیزینگ محصولات خلاق

۸ استفاده از ظرفیت دستگاه‌های اجرایی کشور

بررسی نقش هریک از دستگاه‌های اجرایی کشور در مراحل ایجاد و توسعه شرکت‌های خلاق و هماهنگی برای استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها برای توسعه صنایع خلاق. در این رابطه مذاکره با سازمان‌ها و نهادها آغاز و توافقات اولیه انجام شده است.

- ◀ تفاهم با سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی، جهت استفاده و بهره‌برداری از ظرفیت‌های کشوری پارک‌ها، مراکز رشد جهاددانشگاهی، صندوق پژوهش و فناوری زیر مجموعه جهاد دانشگاهی و تسهیل برای استقرار و دسترسی آسان شرکت‌های خلاق به خدمات آن‌ها
- ◀ تفاهم با سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور در خصوص تسهیل فرایند تأسیس مؤسسات کارآموزی آزاد در حوزه فناوری‌های فرهنگی و صنایع خلاق.

۹ ایجاد شبکه‌ها و زیرساخت‌های مرتبط

شناسایی کمبودهای زیرساختی حوزه‌های خلاق و همکاری برای تأمین آن‌ها از طریق کمک‌های دولتی یا ترغیب بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری.

۱۰ شناسایی و پذیرش شرکت‌های خلاق

- ◀ پذیرش شرکت‌های خلاق به دو روش امکان‌پذیر است:
- ◀ پذیرش شرکت‌های معرفی شده از سوی میدادی پذیرفته شده (مجموعه‌های نخبه و متخصص در حوزه‌های مختلف)
- ◀ ارزیابی و پذیرش شرکت‌های متقاضی بدون میدادی
- ◀ شرکت‌هایی که مجموعه خود را در قالب شرکت خلاق می‌دانند، می‌توانند با مراجعه به سایت برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق به نشانی ircreative.isti.ir و دریافت کاربرگ مربوطه، اطلاعات خود را از طریق ایمیل ircreative@isti.ir به دبیرخانه برنامه ارسال کنند. همچنین مراکزی که ظرفیت شرکت‌های زیر مجموعه خود را تحت عنوان شرکت‌های خلاق دارند، می‌توانند با مراجعه به سایت فوق، اطلاعات خود را با پر کردن کاربرگ مربوطه، تکمیل و به دبیرخانه برنامه ارسال کنند. لازم به ذکر است که بستر شبکه نوآوری تهران جهت ارائه کامل خدمات ذکر شده به شرکت‌های خلاق در حال آماده‌سازی است و در سال ۱۳۹۷ آماده خدمت‌رسانی به مجموعه‌های متقاضی است.

۳ حوزه‌های تشکیل دهنده برنامه خلاق

- ◀ کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی
- ◀ صنایع دیداری و شنیداری
- ◀ صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی
- ◀ هنرهای تجسمی و هنرهای نمایشی
- ◀ بازی، اسباب بازی و سرگرمی
- ◀ طراحی و معماری
- ◀ چاپ و نشر
- ◀ گیاهان دارویی و طب سنتی
- ◀ سایر صنایع خلاق و فرهنگی (بسته به ماهیت و جایگاه آن) که به تصویب کارگروه خواهند رسید.

۴ خدمات قابل ارائه به شرکت‌های خلاق

- ◀ تسهیلات فضای کسب و کار
- ◀ توسعه بازار
- ◀ پشتیبانی، تأمین مالی و جذب سرمایه
- ◀ استفاده از ظرفیت دستگاه‌های اجرایی
- ◀ ایجاد شبکه‌ها و زیرساخت‌های مرتبط

۵ برخی از عناوین تسهیلات فضای کسب و کار

- ◀ تسهیلات نظام وظیفه تخصصی برای افراد شاغل در شرکت‌های خلاق
- ◀ ارائه مشاوره‌های کسب و کار و برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه‌های مالیاتی، حسابداری، گمرکی، قراردادهای تبادل فناوری، امور صادراتی و قوانین پایه‌ای کسب و کار
- ◀ ارائه خدمات طراحی صنعتی و بسته‌بندی صادراتی
- ◀ حمایت از ثبت پتنت، علامت تجاری و طرح صنعتی

۶ برخی از عناوین توسعه بازار

- ◀ حمایت از توسعه صادرات محصولات خلاق
- ◀ حمایت از حضور شرکت‌های خلاق در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
- ◀ ارزیابی آمادگی صادرات
- ◀ صادرات از طریق واسطه‌های تجاری
- ◀ تهیه گزارش‌های تحقیقاتی بازار داخلی، بین‌المللی یا طرح کسب و کار صادراتی



گزارشی از وضعیت موجود صنایع خلاق در کشور

شاخه‌های یک صنعت خلاق

علاوه بر وجود این ظرفیت‌ها، می‌توان گفت که هنوز بسیاری از حوزه‌های صنعت خلاق ایرانی به صورت بکر و دست نخورده باقی مانده است؛ برای مثال صنعت ساخت بازی‌های رایانه‌ای و انیمیشن جزو حوزه‌هایی هستند که کشور ما در آن‌ها فقط به صورت مصرف‌کننده ظاهر شده است. همچنین پای صنعت خلاق ایرانی به هیچ‌کدام از حوزه‌های رسانه‌ای مانند مجله، سینما، اینترنت و تلویزیون باز نشده است؛ این در حالی است که میزان درآمد کشورهای پیشرفته دنیا از این حوزه حدود ۹۰ میلیارد دلار است. در این زمینه می‌توان یکی از علل اصلی کم‌رنگ بودن این حوزه‌ها را فقدان زیرساخت‌های آموزشی مرتبط دانست. جامعه ایران در حال گذار از یک جامعه سنتی به مدرن بوده و هنوز بسیاری از جنبه‌های تکنولوژی و ارتباطات در آن مغفول مانده است. به همین خاطر تاکنون امکانی دولتی برای تقویت مهارت‌های مرتبط با این حوزه‌ها در علاقه‌مندان وجود نداشته است. در چند سال اخیر با توجه به ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به حوزه تولید و شکل گرفتن برخی از شرکت‌های خصوصی، فعالیت‌های پراکنده‌ای در این زمینه‌ها انجام گرفته که پیش‌بینی می‌شود در بلندمدت بتواند منجر به ایجاد بسترهای لازم برای توسعه صنعت خلاق در ایران شود. همچنین رشد تصاعدی کسب‌وکارهای استارت‌آپی زمینه را برای توسعه صنایع خلاق ایرانی هموار کرده است. ایجاد استارت‌آپ‌هایی در زمینه تولید و عرضه صنایع دستی و محصولات هنری یکی از دستاوردهایی است که در این حوزه انجام گرفته است که البته حجم فعالیت‌های انجام شده چندان چشمگیر نیست. البته این حوزه هم مشکلات خاص خودش را دارد؛ مهم‌ترین مشکل در این زمینه فقدان آشنایی عمومی با فضای استارت‌آپی و کارکردهای آن است. فرهنگ استفاده از استارت‌آپ‌ها به جز در چند شهر بزرگ کشور در سایر شهرها وجود ندارد و بسیاری از افراد به دلایل گوناگون، خرید سنتی را ترجیح می‌دهند. مشکل دیگر به عدم وجود سرمایه‌گذار مستقل برای استارت‌آپ‌های مرتبط با صنایع خلاق است. همین مشکلات گاه سبب می‌شود تا در صدد بادی از استارت‌آپ‌ها در مدت کوتاهی پس از آغاز فعالیت خود شکست بخورند.

با توجه به نکات گفته شده می‌توان دریافت که کشور ما هنوز راه زیادی تا توسعه صنایع خلاق ایرانی در پیش رو دارد. با در نظر گرفتن تحریم‌های اقتصادی تحمیل شده از سوی کشورهایمانند آمریکا و اتحادیه اروپا و همچنین وجود رقیبان بزرگ صنایع خلاق در جهان، احتمالاً تجاری‌سازی ایده‌های صنعت خلاق در ایران با هدف صادرات آن‌ها در میان‌مدت امری بعید به نظر برسد. با این حال این جهش از چند سال پیش آغاز شده و به تدریج راه خود را ادامه می‌دهد. اخیراً با فعال شدن نهاد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری عرصه جدیدی به روی صنعت خلاق در ایران باز شده که در صورت تداوم این حرکت در دولت‌های آینده، پس از مدتی شاهد دستاوردهای مطلوبی در این زمینه خواهیم بود.

خلاقیت یکی از ارکان پیشرفت است و مادامی که این رکن در هر زمینه‌ای مدنظر قرار گیرد، سبب پویایی آن خواهد بود. مقوله صنعت نیز از این قاعده مستثنی نیست و اصولاً صنعت فاقد خلاقیت را نمی‌توان صنعتی پایدار دانست. اکثر کشورهای دنیا با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و سطح دانش خود سرفصل‌های ویژه‌ای را برای تحقق صنعت خلاق در نظر گرفته‌اند. در کشور ما نیز اگرچه ظرفیت‌های بسیار زیادی برای رشد صنایع خلاق ایرانی وجود دارد، اما تاکنون به این مهم، آن‌چنان که باید و شاید، پرداخته نشده است. تنوع اقوام ایرانی و پیشینه فرهنگی و هنری ایرانیان دو موردی هستند که قبل از هر موضوع دیگری می‌توانند به رشد صنایع خلاق در ایران کمک کنند. از یک سو اقوام ایرانی نظیر ترکمن، کرد، لر، بلوچ و... هر کدام دارای فرهنگ خاص خود هستند که این فرهنگ می‌تواند به عنوان خاستگاه تولید محصولات صنعتی خلاق مورد مطالعه و تجاری‌سازی قرار گیرد. از سوی دیگر ایرانیان همواره طی قرون متمادی نزد مردم جهان به عنوان مردمانی اهل فرهنگ و هنر شناخته شده‌اند؛ نمونه‌هایی از این گزاره‌ها می‌تواند آثار تاریخی به جای مانده از دوره‌های پیشین در قالب‌های معماری، صنایع دستی، لوازم زینتی و... به وضوح مشاهده کرد. صنایع دستی یکی از ظرفیت‌های بسیار خوب صنعت خلاق در ایران است که متأسفانه سیاست‌گذاری کلان قابل توجهی درباره آن صورت نگرفته است؛ به جد می‌توان گفت آن دسته از صنایع دستی که می‌توان آن‌ها را در زمره صنایع خلاق ایرانی به حساب آورد، عمدتاً توسط کارگاه‌های سنتی و خانگی ساخته می‌شوند. این مسئله اگر چه باعث حفظ کیفیت صنعت خلاق ایرانی شده است، اما پایین بودن سطح تولیدات سبب شده تا عمده محصولات تولیدی در داخل کشور به مصرف برسد و فرصتی برای عرضه آن‌ها در بازارهای بین‌المللی وجود نداشته باشد. به نظر می‌رسد نقش دولت در توسعه صنایع خلاق ایرانی را می‌توان به طور کلی در دو بخش مورد توجه قرار داد: بخش اول آن دسته از رسالت‌ها است که به صورت ایجابی سبب توسعه صنعت خلاق در ایران می‌شود که تحقق این رسالت‌ها منجر به تقویت صنایع خلاق در ایران و شکوفایی استعداد‌های مرتبط خواهد شد. بخش دوم نیز ناظر به رسالت‌هایی است که به صورت سلبی بوده و از ورود صنایع خلاق کاذب به داخل جلوگیری می‌کند؛ منظور از صنایع خلاق کاذب آن دسته از صنایع خلاق است که توسط کشورهای دیگر تولید می‌شود و با وجود اینکه در داخل کشور توانمندی‌های لازم برای تولید و حتی صادرات آن‌ها وجود دارد، وارد می‌شوند. گذشته از صنایع دستی، معماری ایرانی نیز جایگاه بلند مرتبه‌ای در سطح جهان دارد که می‌تواند مورد توجه قرار گرفته و متناسب با استانداردهای روز در سطحی نوین کاربردی‌سازی گردد. بعد از این دو حوزه، تبلیغات را نیز می‌توان با فعالیت‌های نسبتاً قابل توجهی که توسط شرکت‌های خصوصی تبلیغاتی انجام گرفته، جزو صنایع خلاق ایرانی به حساب آورد؛ درآمدهای حاصل از شرکت‌های تبلیغاتی در مجموع سالانه حدود سه هزار میلیارد تومان است که این رقم اگر چه در مقایسه با کشورهای خارجی چندان چشمگیر نیست، اما حاکی از ظرفیت‌هایی است که در این حوزه وجود دارد.

- صنعت خلاق در کشورهای پیشرفته حدود ۵ تا ۱۵ درصد تولید ناخالص کشورهای تشکیل می‌دهد؛ کشورهای آمریکا، انگلستان، کره جنوبی و استرالیا از جمله کشورهای موفق هستند که در برنامه ریزی‌های کلان خود صنایع خلاق را مورد توجه قرار داده‌اند





بشنوید



بیشتر بخوانید

معرفی رویدادها و نمایشگاه‌های صنایع خلاق



نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال

پدیده‌های مبتنی بر فناوری نوین ارتباطات و اطلاعات در بسیاری از امور باعث ارتقای سهم بهره‌وری و افزایش سرعت در دسترسی به خدمات شده است. هر چند که در بسیاری از امور، بسیاری از قراردادها و مرزهای روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است و بستری برای بروز ناهنجاری‌ها شده است. برپایی نمایشگاه‌های رسانه‌های دیجیتال، بستری را فراهم کرده است که فرصت‌ها و تهدیدهای این رسانه مورد کنکاش قرار گیرد. آشنایی هر چه بیشتر فعالان حوزه دیجیتال و شرکت‌های فعال با آخرین تحولات صورت گرفته در حوزه رسانه‌های دیجیتال از اهداف این نمایشگاه است. در سال ۱۳۹۶ یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی رسانه‌های دیجیتال از ۲۰ تا ۲۷ آبان ماه در مصلى امام خمینی (ره) با اهداف زیر برگزار شد.

- ایجاد جایگاهی برای عرضه و ارزیابی رسانه‌های دیجیتال در کشور
- فراهم کردن فضای همدلی و هم افزایی میان پدید آورندگان آثار در حوزه‌ی رسانه‌های دیجیتال
- بستر سازی و فراهم نمودن زمینه‌ی لازم جهت تحقق جنبش نرم‌افزاری در حوزه محتوای دیجیتال
- فراهم نمودن بستر لازم برای توسعه صادرات نرم افزارهای رایانه‌ای
- و ...

جشنواره وب و موبایل ایران

جشنواره وب و موبایل ایران، هر سال با استقبال بسیار علاقه‌مندان حوزه وب و موبایل برگزار می‌شود. این رویداد بزرگترین بستر رقابت میان شرکت‌کنندگان این حوزه است که هر ساله در شاخه‌های مختلف، بهترین‌های این عرصه معرفی می‌شوند. تندیس برترین وب‌سایت و برترین نرم‌افزار موبایل به عنوان بزرگترین افتخار در حوزه وب و موبایل ایران به برگزیدگان اهدا می‌شود. این رویداد شامل سخنرانی‌های چهره‌های برجسته، کارگاه‌های آموزشی، معرفی برترین استارت‌آپ‌های سال و میزگردهای مباحثه پیرامون موضوعات داغ روز برگزار می‌شود که در رشد و ارتقای کیفیت این حوزه‌ها نقش بسزایی داشته است. دهمین دوره این جشنواره در ۲۶ بهمن ماه ۱۳۹۶ با معرفی برگزیدگان برگزار شد.

نمایشگاه بین‌المللی گردشگری و صنایع وابسته

نمایشگاه بین‌المللی گردشگری و صنایع وابسته بزرگترین رویداد تخصصی کشور در حوزه صنعت گردشگری است که هر ساله با حضور شرکت‌ها، سازمان‌ها، اتحادیه‌ها و افرادی که به نوعی در ارتباط با این صنعت هستند، برگزار می‌شود و فرصت مناسبی برای معرفی امکانات و توانمندی‌های افراد فعال در این حوزه است. این رویداد بزرگ با حمایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هر ساله در شهرهای بزرگ و تاریخی به صورت اختصاصی برگزار می‌شود. در هر بخش نماینده هر استان امکانات و ظرفیت‌های گردشگری منطقه خود را معرفی می‌کند. برپایی چنین رویدادی فرصت مناسبی است تا ظرفیت‌های موجود گردشگری در کشور شناسایی و در جهت رشد و توسعه آن برنامه‌ریزی‌های لازم صورت گیرد. یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی گردشگری و صنایع وابسته سوم تا ششم بهمن ماه ۱۳۹۶ در محل دائمی برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

نمایشگاه فناوری‌های نو و پیشرفته ربع رشیدی

ربع رشیدی در حافظه تاریخ علم و دانش ایران زمین به عنوان یک مجموعه دانشگاهی ثبت شده است و امروزه الهام بخش ایجاد مرکزی با همین نام و تحت عنوان منطقه ویژه علم و فناوری ربع رشیدی در مرکز استان آذربایجان شرقی شده است. این رویداد فرصت مناسبی است تا فعالان هر عرصه به معرفی ایده‌ها و نوآوری‌های خود بپردازد و در این میان، توانمندی‌ها، استعدادها و هر حوزه شناسایی و بستر مناسب برای رشد و بالندگی نوآوری‌ها فراهم شود. این نمایشگاه با اهداف زیر برگزار می‌شود:

- شناسایی توانمندی‌های پژوهشی و فناوری و بستر سازی برای کاربردی کردن آن
 - شناسایی و معرفی نوآوری‌ها و اختراعات فناورانه و طرح‌ها و ایده‌های دانش محور
 - بستر سازی برای ارتباط بین دانشگاهیان و فناوران با بخش‌های مختلف اقتصادی و اجرایی
 - بستر سازی برای شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان
 - گسترش همکاری‌های فناورانه منطقه‌ای ملی و بین‌المللی
 - ایجاد فضای کسب و کار برای نخبگان علمی و فناوری
- پنجمین نمایشگاه و جشنواره نوآوری و فناوری ربع رشیدی با همکاری دبیرخانه شورای عالی ۲۰ تا ۲۴ آبان ماه ۱۳۹۶ در محل نمایشگاه بین‌المللی تبریز برپا شد.

نمایشگاه بازی و اسباب بازی

بازی و اسباب بازی یکی از مقوله‌های دوران کودکی است که نقش آن در رشد جسمی و ذهنی کودک انکارناپذیر است. امروزه با پیشرفت جوامع و دگرگونی‌هایی که در حوزه فرهنگ و سبک زندگی صورت گرفته است، دنیای بازی و اسباب بازی هم از این تغییرات بی‌نصیب نمانده است.

نمایشگاه بازی و اسباب بازی با معرفی اسباب بازی‌های مؤثر در رشد جسمی و ذهنی کودکان، همچنین آشنایی والدین با آسیب‌های این حوزه، گام مؤثری در فرهنگ‌سازی استفاده صحیح از ابزار بازی برداشته است. آشنایی تولیدکنندگان اسباب بازی با نیازهای این قشر، ارائه و معرفی آخرین دستاوردهای تولیدکنندگان داخلی، یکپارچه‌سازی فعالیت‌های حوزه اسباب بازی و ایجاد فرهنگ انتخاب درست اسباب بازی و فضای فرهنگی در توسعه سرگرمی و اسباب بازی از دیگر اهداف برپایی این نمایشگاه است.

هفتمین نمایشگاه بازی و اسباب بازی ۱۶ تا ۲۰ بهمن ماه ۱۳۹۶ در مرکز آفرینش‌های فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار شد.



جشنواره ملی اسباب بازی

جشنواره ملی اسباب بازی با حضور تولیدکنندگان، انتشارات کودک و نوجوان و دیگر فعالان این حوزه برگزار می‌شود. سومین دوره این جشنواره ۲۴ تا ۲۸ مرداد ماه سال ۱۳۹۶ برگزار شد. در این جشنواره علاوه بر معرفی انواع لوازم فکری در گروه‌های مختلف، خدمات مشاوره برای والدین و مربیان صورت می‌گیرد.

برگزارکنندگان این جشنواره هدف از برپایی این رویداد فرهنگی را رشد آگاهی عمومی به ویژه والدین از نیازهای فرزندان خود در حوزه‌های اسباب بازی و سرگرمی، شناسایی و تقدیر از صاحبان اندیشه و تلاش‌گران در زمینه‌های طراحی، نرم‌افزار و توسعه دانش عمومی در این حوزه، شناسایی و تقدیر از تولیدکنندگان و معرفی تولیدات آن‌ها به خانواده‌ها و اطلاع‌رسانی از وضعیت کل توانایی و ظرفیت موجود در زمینه اسباب بازی و سرگرمی عنوان کرده‌اند.



نمایشگاه صنایع دستی

با توجه به تنوع اقوام و وسعت کشور ایران، صنایع دستی ایران نیز از تنوع بالایی برخوردار است. این تنوع و حجم بالا تأثیر بسیاری بر گردش مالی و اقتصاد ملی دارد. برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع دستی، علاوه بر افزایش آگاهی عموم مردم از این محصولات، مشوق افراد به خصوص جوانان در ایجاد طرح‌های جدید در این حوزه است. این حمایت باعث شده است که صنایع دستی رونق مضاعفی پیدا کند. بیست‌وهشتمین نمایشگاه صنایع دستی تهران یکم تا هفتم مردادماه ۱۳۹۶ در تهران برگزار شد.



جشنواره مد و لباس فجر

مقوله مد، خوش‌پوشی و لباس از دیرباز مورد توجه انسان‌ها بوده است و امروزه مخاطبان خاصی هم پیدا کرده است. مد مقوله‌ای است که با سنت‌ها و ارزش‌های هر جامعه‌گرده خورده است و نوع لباس و پوشش، رابطه تنگاتنگی با جایگاه اجتماعی افراد پیدا کرده است. جشنواره مد و لباس فجر بستری شده است تا هنرمندان این حوزه تولیدات و نوآوری‌های خود را به نمایش بگذارند. علاوه بر آشنایی با برترین‌های این عرصه، ارائه الگوهای جدید و تبیین مد ایرانی و اسلامی، بازتعریف هویتی لباس، ترسیم ضرورت‌ها و اهمیت چندوجهی مد و لباس، انسجام بخشی فعالیت‌ها و شناسایی ظرفیت‌های گسترده از نتایج این فعالیت ارزشمند است. این رویداد در دو بخش رقابتی و غیررقابتی برگزار می‌شود و تاکنون توانسته است گام مهمی در ارتقای کیفیت پوشش و صنعت مد بردارد.

هفتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر ۱۳ تا ۱۶ اسفندماه ۱۳۹۶ هم‌زمان در تهران و چندین استان کشور برگزار شد.



جایزه فیروزه

جایزه فیروزه که سال ۱۳۹۶، سومین دوره آن برگزار شد، به منظور حمایت از تولید ملی و افزایش کیفیت محصولات در راستای اهداف اقتصاد مقاومتی برگزار می‌شود. جایزه فیروزه به نمایش تولیدات و توانمندی‌های داخلی در حوزه اسباب بازی، کتاب، اسباب بازی، نوشت افزار و هدایای فرهنگی اختصاص دارد. طراحان و تولیدکنندگان حوزه‌های ذکر شده ضمن آشنایی با دستاوردها و توانایی‌های دیگر فعالان، توانمندی‌های خود را محک می‌زنند. در این رویداد رتبه‌های برگزیدگان هر شاخه به عنوان شرکت‌های خلاق در نظر گرفته شده و مورد حمایت قرار می‌گیرند.

نخستین جشنواره ملی پویانمایی تلویزیونی

نخستین جشنواره ملی پویانمایی تلویزیونی ایران اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ به میزبانی همدان برگزار خواهد شد. این جشنواره با هدف ایجاد فضای رقابتی با نشاط و سالم و بررسی فرصت‌ها و کاستی‌های این رشته هنری برگزار خواهد شد. طبق اعلام دبیرخانه نخستین جشنواره ملی پویانمایی تلویزیونی ایران، آثار تولید شده پس از سال ۱۳۹۲ که تا مهرماه ۱۳۹۶ از رسانه ملی پخش شده اند، امکان حضور در بخش اصلی مسابقه جشنواره را خواهند داشت و آثاری که متناسب با رویکرد رسانه‌ای جشنواره بوده ولی از تلویزیون پخش نشده‌اند در بخش‌های دیگر شرکت داده می‌شوند. اسامی آثار پذیرفته شده در جشنواره ۱۶ دی ۱۳۹۶ از طریق سایت جشنواره اعلام شد.



۱ حوزه گردشگری توریسم محرک چرخ اقتصاد ایران

دبیر انجمن علمی اقتصاد شهری ایران در پژوهشگاه میراث فرهنگی گفت: «تولید ناخالص داخلی کشور از محل توریسم حدود ۱۰ میلیارد دلار بوده و ۲.۲ درصد اشتغال کشور در این بخش است؛ این در حالیست که قرار است بر مبنای چشم انداز ۱۴۰۴ به ۲۰ میلیون گردشگر بین المللی برسیم و درآمد ۲۵ میلیارد دلاری از این بخش داشته باشیم.» به گزارش ایسنا، سید محسن طباطبایی مزادآبادی نائب رئیس انجمن علمی اقتصاد شهری ایران در نشست که در پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری برگزار شد، بیان کرد: «گردشگری برای ششمین سال متوالی، سریعترین رشد را در بین بخش های مختلف اقتصاد جهانی داشته و رونق بخش زندگی میلیون ها نفر از طریق ایجاد شغل و کاهش فقر و ترویج توسعه بوده است.» وی با اشاره به نرخ بیکاری ۱۲ درصدی و بحران بخش کشاورزی کشور در اثر تغییرات اقلیم و خشکسالی، موضوع گردشگری را بسیار پر اهمیت دانست و تأکید کرد: «متأسفانه در زمینه اولویت بخشی به بخش گردشگری، ایران در رتبه نازل ۱۱۷ قرار دارد و این نشان می دهد باور و عزم جدی برای تقویت توریسم علیرغم واقف بودن به اهمیت آن در بین سیاستگذاران و برنامه ریزان کمتر وجود دارد.»

۲ حوزه گردشگری، رکن سوم اقتصاد جهانی

در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگر در سطح دنیا از مرز یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفر گذشت. این عدد بی سابقه در صنعت گردشگری دنیا گویای آن است که این بازار جایگاه خود را به عنوان رکن سوم در اقتصاد جهانی تثبیت کرده است. علی اصغر مونسان معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در مراسم روز جهانی گردشگری امسال، اهمیت صنعت گردشگری را اینطور عنوان کرد که هیچ بخشی در اقتصاد جهانی به این سرعت رشد نکرده است و به گفته تمام کارشناسان اقتصادی روند رو به رشد این صنعت در سال های آتی با شیب بیشتری ادامه خواهد یافت. به گفته مونسان سهم مستقیم گردشگری در GDP دنیا در سال ۲۰۱۵، ۲۲۰۰ میلیارد دلار بوده است که اشتغال ۱۰۸ میلیون نفری را در پی داشته است. تاثیر مستقیم و غیر مستقیم صنعت گردشگری در GDP جهانی معادل ۷۲۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است.

در ادامه مونسان افزود: به گزارش سازمان جهانی گردشگری، ما جزو ۱۵ کشور برتر دنیا از لحاظ جاذبه های گردشگری هستیم، اما به لحاظ درآمدزایی از این صنعت در رتبه ۷۰ قرار داریم که اصلاح جایگاه مناسبی برای کشور تلقی نمی شود. در سال ۲۰۱۶ میلادی سهم مستقیم گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی ۲.۹ درصد بوده است که با متوسط جهانی فاصله بسیار زیادی دارد. او همچنین ادامه داد: پیش بینی می شود در افق ۱۰ ساله این عدد به ۷.۵ درصد از کل تولید ناخالص ملی برسد.

۱ حوزه آی تی بازار ۹۰ هزار میلیارد تومانی فناوری اطلاعات در ۱۴۰۰

در سال های اخیر همزمان با رشد روزافزون بازار دیجیتال و فناوری اطلاعات در جهان، ایران نیز شاهد پیشرفت های چشم گیری در این عرصه بوده است. گزارش های چهار سال گذشته سامانه مدیریت ضریب نفوذ اینترنت، حاکی از آن است که سرانه دسترسی کاربران ایرانی به اینترنت، ۳۵ درصد رشد داشته است. وزیر ارتباطات دولت دوازدهم، در حال حاضر ارزش بازار فناوری اطلاعات در کشور را معادل ۲۶ هزار میلیارد تومان برآورد کرد. همچنین محمد جواد آذری جهرمی اظهار امیدواری کرد که طی سه سال آینده ارزش این صنعت به بیش از ۹۰ هزار میلیارد تومان برسد که خود گویای اهمیت این بازار در اقتصاد کشور، در سال های آتی است. جهرمی در ادامه بیانات خود در حوزه ارتباطات موبایلی افزود تا پایان سال گذشته، بیش از ۸۰ میلیون و ۵۰۰ هزار سیم کارت فعال در کشور وجود داشته و دسترسی به خدمات پرسرعت پهن باند بر بستر تلفن های ثابت و سیار به ۲۲.۸ میلیون مشترک رسیده است.

۲ حوزه آی تی رتبه ۶۷ ایران در سرعت دانلود

ایران در فهرست رتبه بندی شاخص سرعت دانلود موبایل جهان به رتبه ۶۷ دست یافت. این شاخص در ایران ۱۶.۷۴ مگابایت بر ثانیه محاسبه شده که از متوسط جهانی ۲۰.۲۸ مگابایت بر ثانیه کمتر است. Speedtest.net یک خدمت مبتنی بر وب است که تحلیلی رایگان از پارامترهای دسترسی به اینترنت در سراسر جهان فراهم می کند. این وبسایت که به شرکت Ookla تعلق دارد آگوست گذشته ابزار شاخص جهانی Speedtest را رونمایی کرد.. طبق سنجش های Speedtest سرعت دانلود موبایل جهان طی ۱۲ ماه گذشته ۳۰.۱ درصد و سرعت آپلود موبایل نیز ۳۸.۹ درصد افزوده شده است. این ابزار همچنین نشان داد سرعت دانلود پهنای باند ثابت نیز ۳۱.۶ درصد بهبود یافته است. این در حالی است که متوسط سرعت دانلود موبایل ۲۰.۲۸ و دانلود پهنای باند ثابت ۴۰.۱۱ مگابایت بر ثانیه اعلام شده است. طبق این شاخص، سرعت دانلود موبایل در ایران ۱۶.۷۴ مگابایت بر ثانیه و سرعت آپلود موبایل ۸.۳۷ Mbps است. در همین راستا رتبه ایران در این بخش ۶۷ است. مادر حوزه سرعت دانلود پهنای باند ثابت ایران با سرعت دانلود ۱۰.۲۸ مگابایت بر ثانیه و آپلود ۴.۹۲ Mbps در رتبه ۱۰۵ قرار دارد.

۱ بازی و اسباب بازی اسباب بازی ایرانی از کودکان نابغه می سازد

به گزارش گروه علمی -پزشکی باشگاه خبرنگاران جوان یکی از استارت آپ های کشور موفق به تولید اسباب بازی برای کودکان شده است که به کمک آن می توان مبنای رباتیک را به کودکان آموزش داد. مدیر استارت آپ این دانش بنیان در گفت و گو با خبرنگار بیان کرد: «در این بازی شما به عنوان یک اسکیمو ظاهر می شوید و به شکار می پردازید. این بازی فکری، رقابتی و استراتژیک است که می تواند هم اوقات فراغت خانواده ها را پر کند و هم سبب افزایش قدرت تفکر کودکان آن ها شود.» وی با اشاره به اینکه بازی کردن به کودکان کمک می کند تا احساس بهتری داشته باشند اظهار کرد: «انجام بازی های گروهی سبب افزایش اعتماد به نفس و تقویت قدرت تعامل کودکان می شود و به کمک این بازی به کودکان کمک می کنیم تا قدرت تفکر خود را بالا ببرند و در موقعیت هایی قرار گیرند که نیاز به تعامل و تفکر دارد.»

۱ انیمیشن سازی «آقای گوزن» بهانه ای برای ساخت دستگاه موشن گرافیک

سید مجتبی موسوی کارگردان انیمیشن «آقای گوزن» که در جشنواره برلین مورد استقبال قرار گرفت گفت: «این انیمیشن به سبک استاپ موشن ساخته شده است. در بحث تولید عروسک ها برای اینکه انیمیشن باور پذیرتر باشد، از نوع ویژه ای از متریا ل برای پوست سر عروسک ها استفاده کردیم که نرم و قابل انعطاف است. این امر موجب شد تا مخاطب در مواجهه با فیلم حس کند عروسک ها زنده هستند.» به گزارش پایگاه خبری حوزه هنری، وی با اشاره با ساخت دستگاه موشن گرافیک برای اولین بار در ایران بیان کرد: «خرید دستگاه موشن کنترل حداقل ۱۰۰ میلیون تومان هزینه لازم دارد، ضمن اینکه تولید کننده آن نیز آمریکاست و مسائل خود را دارد. بنابراین تصمیم به تولید آن گرفته شد که نهایتاً با قیمت یک سوم نمونه خارجی موفق به تولید شدیم. پس از ساخت دستگاه، دانشگاه صنعتی شریف از این اتفاق استقبال کرد و پیشنهاد ثبت و تولید صنعتی آن را به ما داد.» سید مجتبی موسوی، بیش از ۱۰ سال در حوزه های مختلف سینما فعال بوده و حدود پنج سال است که مشغول تولید و تدریس در زمینه استاپ موشن است. وی اثر قبلی خود را که با همین تکنیک ساخته شده بود با نام «ضبط صوت» در سال ۹۲ تولید کرد که در همان زمان مورد استقبال جشنواره های مختلف نیز قرار گرفت.

۲ انیمیشن سازی حمایت، دلیل اصلی رونق انیمیشن

به گزارش افکار نیوز، عبدالله علیمراد، انیمیشن ساز با سابقه و برنده نخل طلای کن گفت: «به نظرم حمایت هایی که از انیمیشن حتی به واسطه پول نفت شده، به این هنر ضرری وارد نکرده و چه بسا به نفع انیمیشن هم بوده است البته تغییر ذائقه مخاطبان هم در این زمینه بی تاثیر نیست. سی سال پیش می گفتند اگر بهترین تولید شرکت دیزنی را هم در ایران اکران کنید، شاید فقط سه درصد مخاطبان سینما آن را ببینند، مخاطبان روشنفکر و سینمادوست که این هنر را تنها نمی گذارند. ولی امروز این رقم تغییر کرده، چون نسل سینما رها عوض شده است. نسل جدیدی وارد این عرصه شدند، مخاطبینی که انیمیشن را دوست دارند و در سالن های سینما به تماشای آن می نشینند، حالا برای این مخاطب اگر انیمیشن خوب تولید شود اکران موفق هم خواهد داشت.» وی در ادامه برای هنرمندان فعال در این حوزه یادآور شد: «حمایت دولتی طوری نباشد که یک فیلمنامه تحمیلی به دست سازنده بدهند، من به هیچ وجه فیلمنامه تحمیلی و کار سفارشی را قبول ندارم و معتقدم این آثار مریخ نخواهند بود. اینکه یک اثر برای تبلیغ گروه سیاسی خاصی باشد در نتیجه خوب نمی شود. یک انیمیشن در صورتی در اکران موفق خواهد بود که فیلمساز آن بدون فیلمنامه تحمیلی کار کند و خودش نیز توانایی های کافی و سابقه کار خوب داشته باشد، تا یک انیمیشن جذاب را به اکران در بیاورد.»

۲ بازی و اسباب بازی اینترنتی ها تهدیدی برای کودکان

اسباب بازی های مجزبه به اینترنت می توانند اطلاعات مربوط به موقعیت مکانی کودکان را جاسوسی و رصد کنند. به گزارش ایسنا، به نقل از وب سایت اسپوتنیک نیوز، با اینکه شبکه آژانس فدرال استفاده و فروش این دسته از اسباب بازی های مجزبه به اینترنت را در سراسر جهان ممنوع و متوقف اعلام کرده است، اما هنوز هم این اسباب بازی ها کمابیش در بسیاری از کشورها طرفدار داشته و به فروش می رسند. کارشناسان بر این باورند که اسباب بازی های مجزبه به اینترنت قادر هستند اطلاعات متعددی از کودکان نظیر موقعیت مکانی و صداهای اطراف آن ها را شنود و جاسوسی کنند و به عبارتی دیگر، شرکت های سازنده این اسباب بازی ها با مجزبه کردن آن ها به اینترنت، اسباب بازی کودکان را حک می کنند تا بتوانند اطلاعات ارزشمندی از آن ها را به سرقت ببرند. گزارش های جدیدی در ماه دسامبر سال جاری منتشر شده است که حاکی از آن است که هکرها با نفوذ و دسترسی به اسباب بازی های کودکان از طریق اینترنت، توانسته اند میکروفون آن را فعال کرده و با کودک مکالمه کنند و همچنین صداهای محیط اطراف را ضبط و ثبت کرده اند. بر این اساس به والدین تذکر داده شده که باید دقت و توجه بیشتری در خریداری اسباب بازی و استفاده از تکنولوژی های روز جهان برای فرزندان خود کنند.

۱ بازی و اسباب بازی اولین رویداد توسعه محصول در حوزه هنر با محوریت کمیک

دیازتون، اولین رویداد توسعه محصول در حوزه هنر با محوریت کمیک به پیشنهاد خانه یی نمای ایران و با همکاری انجمن های علمی دانشگاه های هنر، تهران و الزهرا در دوازدهم ماه ۱۳۹۷ برگزار خواهد شد. هم اکنون پیش رویدادهای دیازتون، بطور پیوسته در حال برگزاری است. کتاب Iranian comics publication and artists نیز با همکاری خانه یی نمای ایران، ستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز و ستاد توسعه فرهنگ، علم و اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و فن آوری ریاست جمهوری در خصوص فعالیت های حوزه کمیک در ایران منتشر شده است.

در دنیای آتی چه می‌گذرد

ltcreative industries

صنایع خلاق به زیر شاخه‌های متعددی تقسیم می‌شود که هر کدام از آن‌ها یک حوزه خاص از این صنایع را در بر می‌گیرد. حوزه آی تی یکی از زیر شاخه‌های مهم صنایع خلاق است که در سال‌های اخیر به اقتصاد جهانی، رونق فراوانی بخشیده است. این حوزه هم از نظر کارکردی که برای جوامع دارد و هم از نظر افزایش رشد اقتصادی کشورها به عنوان یک حوزه راهبردی محسوب شده و هیچ کشوری را نمی‌توان یافت که به اهمیت آن پی نبرده باشد. البته میزان رشد کشورها در حوزه صنایع خلاق آی تی یکسان نیست؛ کشورهای پیشرفته‌تر از چند دهه پیش به فکر توسعه این حوزه افتاده و زیرساخت‌های مناسب را فراهم کرده‌اند؛ این در حالی است که کشورهای کمتر توسعه یافته در سال‌های اخیر به ضرورت فعالیت در این حوزه پی برده‌اند و به فکر فراهم کردن زیرساخت‌ها افتاده‌اند. در این مقاله قصد داریم به وضعیت صنایع خلاق آی تی در جهان بپردازیم و ظرفیت‌های آن را بررسی کنیم.

حوزه فناوری اطلاعات که اصطلاحاً آی تی نامیده می‌شود، یکی از حوزه‌های بسیار گسترده است که به سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه اشاره دارد. از دهه ۱۹۵۰ با گسترش استفاده از رایانه‌ها در مراکز دولتی و سازمان‌ها به تدریج دسترسی به اطلاعات و پردازش آن‌ها مفهوم تازه‌ای به خود گرفت. کامپیوترهای اولیه در اندازه‌های بزرگ ساخته شدند که در مقایسه با کامپیوترهای امروزی کاربردهای بسیار محدودی داشتند. با این همه، همین فناوری‌های اولیه به تدریج طی فرآیندهای تحقیق و توسعه محور تمرکز قرار گرفته و در گذر زمان کامل‌تر شدند. بعضی از افراد تصور می‌کنند که منظور از آی تی همان تکنولوژی‌های مرتبط با کامپیوتر و سیستم‌های هوشمند است؛ اگر چه بخشی از این تصور درست است، اما محدود کردن آی تی به سخت‌افزارهای رایانه‌ای درک ناقصی از این موضوع است. در واقع بهتر آن است که فناوری اطلاعات را یک رویکرد کلی در نظر گرفت که از مؤلفه‌های اطلاعات و رایانه یا به طور کلی سیستم‌های هوشمند برای توسعه زمینه‌های مرتبط بهره می‌گیرد.

بدون شک در دنیای امروز هیچ حوزه‌ای را نمی‌توان پیدا کرد که فناوری اطلاعات آن را دستخوش تغییر و تحول قرار نداده باشد؛ از کوچک‌ترین امکانات و وسایل زندگی مانند کنترل‌های هوشمند گرفته تا عظیم‌ترین صنایع هوشمند تجاری همگی بر مبنای فناوری اطلاعات شکل گرفته‌اند. در همین راستا می‌توان دنیای تجارت الکترونیک را به عنوان مهم‌ترین مصداق این گزاره قلمداد کرد. بر اساس آمارها میزان درآمد کل جهان از حوزه تجارت الکترونیک در سال ۲۰۱۰ رقمی بالغ بر ۵۷۳ میلیارد دلار بوده که این رقم تا سال ۲۰۱۵ با افزایش سالانه روبه‌رو بوده است؛ به گونه‌ای که در

سال ۲۰۱۵ و ۱۴۰۰ میلیارد دلار رسیده و این سیر صعودی تا سال ۲۰۱۷ نیز ادامه داشته است. با شکل‌گیری پیمان فناوری اطلاعات در سال ۱۹۹۶ در سنگاپور و اجرایی شدن آن، یک سال پس از انعقاد این پیمان، تغییرات مهمی در روند افزایش صادرات فناوری اطلاعات در جهان ایجاد شد؛ به گونه‌ای که از سال ۱۹۹۷ به این سو میزان صادرات فناوری اطلاعات در جهان سه برابر گردیده و رقمی بالغ بر ۴٫۵ میلیارد دلار را تشکیل می‌دهد که این رقم حدود ۶ درصد کل تجارت مبتنی بر کالا در سطح جهان است. در حال حاضر تعداد اعضای پیمان فناوری اطلاعات به ۷۴ کشور رسیده که در مجموع ۹۷ درصد از کل تجارت فناوری اطلاعات دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به این مسئله به نظر می‌رسد کشورهایی که قصد ورود به حوزه فناوری اطلاعات به عنوان یکی از منابع مهم درآمدی را دارند، باید قبل از هر چیز عضویت در این توافقنامه را بپذیرند.

نقش فناوری اطلاعات در جهان

حجم عمده‌ای از این درآمدها متعلق به غول‌های فناوری اطلاعات در جهان است؛ شرکت‌هایی مانند سونی، آی بی ام، مایکروسافت، آمازون، سامسونگ، پاناسونیک، دل، توشیبا، ال جی، فاکس کان، هیولت پاکارد و اینتل فهرستی از بزرگ‌ترین شرکت‌هایی هستند که در زمینه فناوری اطلاعات درآمدهای هنگفتی را به دست آورده‌اند. شرکت کره‌ای سامسونگ با حدود ۲۱۲ میلیارد دلار و ۳۲۶ هزار کارمند رتبه اول تجارت الکترونیک در سطح جهان را به خود اختصاص داده است. پس از آن شرکت‌های فاکس کان

با ۱ میلیون و ۳۰۰ هزار کارمند در زمینه تولید قطعات و هیولت پاکارد با ۳۱۸ هزار کارمند در زمینه رایانه‌های شخصی به ترتیب با درآمدهای ۱۳۲ و ۱۱۱ میلیارد دلار در رده‌های دوم و سوم تجارت الکترونیک جهان قرار دارند. در حال حاضر ۳۰ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌های حوزه تجارت الکترونیک در جهان توسط چهار کشور کره جنوبی، فرانسه، ژاپن و انگلستان انجام می‌گیرد. صنایع خلاق آی تی همچنین ظرفیت چشمگیری را در حوزه ایجاد اشتغال در سطح دنیا ایجاد کرده‌اند. شغل‌های ایجاد شده با از نوع تغییر حالت مشاغل سنتی به مشاغل جدید بوده و یا



مستقلاً به وجود آمده‌اند. برنامه‌نویسی، هوش مصنوعی، مدیریت کلان داده، خدمات وب، ابزارهای موبایلی، انیمیشن و ساخت بازی‌های رایانه‌ای از جمله مهم‌ترین شاخه‌های اشتغال در حوزه آی تی هستند. در آمریکا بیل گیتس، رئیس شرکت مایکروسافت با ۷۹ میلیارد دلار درآمد از حوزه آی تی جزو ثروتمندترین افراد جهان محسوب می‌شود. در کنار شرکت‌های بزرگی که در حوزه آی تی و یا بر مبنای آن مشغول به کار هستند، کسب‌وکارهای میانه و منطقه‌ای نیز به سهم خود توانسته‌اند نقش مؤثری را در این زمینه ایفا کنند. گسترش استفاده از تلفن



همراه‌های هوشمند سبب شده تا ضریب نفوذ استفاده از دستاوردهای آی تی در جوامع رشد زیادی داشته باشد. بر این اساس فعالیت‌های کارآفرینانه نیز به بهره‌گیری از این دستاوردها سعی در ارائه محصولات جدیدی بر اساس نیازهای جامعه مدرن کرده‌اند که این مسئله از نظر فرهنگی نیز بسیاری از جوامع را دستخوش تغییر قرار داده است. تکنولوژی‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات توانسته‌اند سبک زندگی جوامع سنتی را به حاشیه رانده و آن‌ها را به سمت نوع جدیدی از زندگی سوق دهند. در کارآفرینی جدید استارت‌آپ‌ها در رأس مهم‌ترین انواع کارآفرینی قرار گرفته‌اند و با بهره‌گیری از اینترنت به عنوان مؤلفه پیش برنده صنایع خلاق آی تی، تحولات زیادی را در جوامع به وجود آورده‌اند.

توسعه زیرساختی صنایع خلاق آی تی در کشورهای پیشرفته عمدتاً از سوی سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی صورت می‌گیرد؛ اما در کشورهای کمتر توسعه یافته یا اصطلاحاً جهان سومی که نقش دولت در اقتصاد پررنگ است، این نهاد باید از طریق سیاست‌گذاری‌های چند جانبه در حوزه آموزش و پرورش و اقتصاد در مسیر فراهم کردن این بسترها گام بردارد. همچنین محرومیت زدایی و توسعه هم‌زمان سیاسی و اقتصادی به عنوان یک ضرورت باید در دستور کار دولت‌ها قرار گیرد؛ تأکید بر این مسئله از آن جهت است که در برخی کشورهای جهان سوم، گسترش استفاده از فناوری آی تی بدون توسعه زیرساختی گاه منجر به بروز بحران‌های سیاسی و اجتماعی گردیده است. اگر تا سال‌های گذشته داشتن ذخایر و منابع طبیعی برای کشورها به عنوان یک عامل استراتژیک محسوب می‌شد، امروزه بهره‌گیری از صنایع خلاق در حوزه آی تی به خوبی جایگزین این منابع شده است؛ در یک دسته‌بندی از کشورهای بر اساس میزان پیشرفت، کشورهایی با اقتصاد متکی به منابع طبیعی عمدتاً جزو کشورهای توسعه نیافته محسوب می‌شوند؛ این در حالی است که کشورهایی که فعالیت‌های اقتصادی‌شان را بر حوزه آی تی متمرکز کرده‌اند، همواره به عنوان کشورهای پیشرفته محسوب شده و به درجه بالایی از خلاقیت و اقتصاد درون‌زا دست پیدا کرده‌اند.



دانست که به هیچ وجه اشباع نخواهد شد؛ زیرا یک بعد این صنعت خلاق مانند تمام صنایع خلاق دیگر، فرهنگ است و فرهنگ، موضوعی نیست که بتوان آن را به زمان یا مکانی خاص محدود کرد. تنوع فرهنگ‌ها در سطح جهان مقدمه‌ای برای تنوع ایده‌ها بوده که این مسئله خود بر رونق انیمیشن تأثیر زیادی گذاشته است. خاصیت زبانی فرهنگ به نوعی سبب تنوع در ساخت انیمیشن نیز گردیده و آن را تبدیل به یکی از جذابیت‌های زندگی انسان امروزی کرده است.



توسعه صنعت انیمیشن و تولد نسل‌های جدیدتر، انیمیشن سه بعدی و چهار بعدی، نشان از استقبال گسترده عموم مردم جهان دارد. اگر تا دیروز عمده مخاطبان کارتون‌ها و پویانمایی‌ها رده‌های سنی کودکان و نوجوانان بودند، امروزه بزرگسالان نیز در ردیف مخاطبان اصلی این محصولات قرار دارند و گراف نیست اگر بگوییم که بخش زیادی از انیمیشن‌های تولیدی اصولاً برای مخاطب بزرگسال ساخته می‌شوند. مجموعه این عوامل دست به دست هم داده تا صنعت انیمیشن با صنعت فیلم‌سازی به صورت پایاپای رقابت کرده و جایگاه مهمی را در صنعت هنر از آن خود کند. با توجه به مسائلی که در بالا توضیح داده شد، می‌توان دریافت که صنعت خلاق انیمیشن از ظرفیت بسیار خوبی برای درآمدزایی برخوردار است. این مسئله به ویژه با نظر گرفتن رشد تک بعدی این صنعت در تعداد اندکی از کشورهای جهان اهمیت ویژه می‌یابد؛ البته وجود غول‌های انیمیشن سازی در دنیا رقابت را کمی سخت کرده است، اما بالا بودن آمار تقاضا و تنوع ایده‌های قابل پردازش، از عواملی هستند که می‌توانند ورود سایر کشورها را به این حوزه تسهیل کنند.

هیولاها، ماداگاسکار، مجموعه شرک و شیرشاه از جمله پر فروش ترین انیمیشن‌های جهان محسوب می‌شوند که توانسته‌اند فروش‌های میلیاردی را به خود اختصاص دهند. در بازه زمانی بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۳ پنجاه فیلم انیمیشن پر فروش تولید شده که در مجموع رقمی بالغ بر ۳۰ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده‌اند. در حال حاضر نیز علاوه بر برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی اختصاصی انیمیشن، هر ساله چندین اثر انیمیشن نیز در بین آثار برگزیده جشنواره‌های بزرگ سینمایی به چشم می‌خورند که به آثار منتخب جوایز جهانی سینمایی تعلق می‌گیرد.

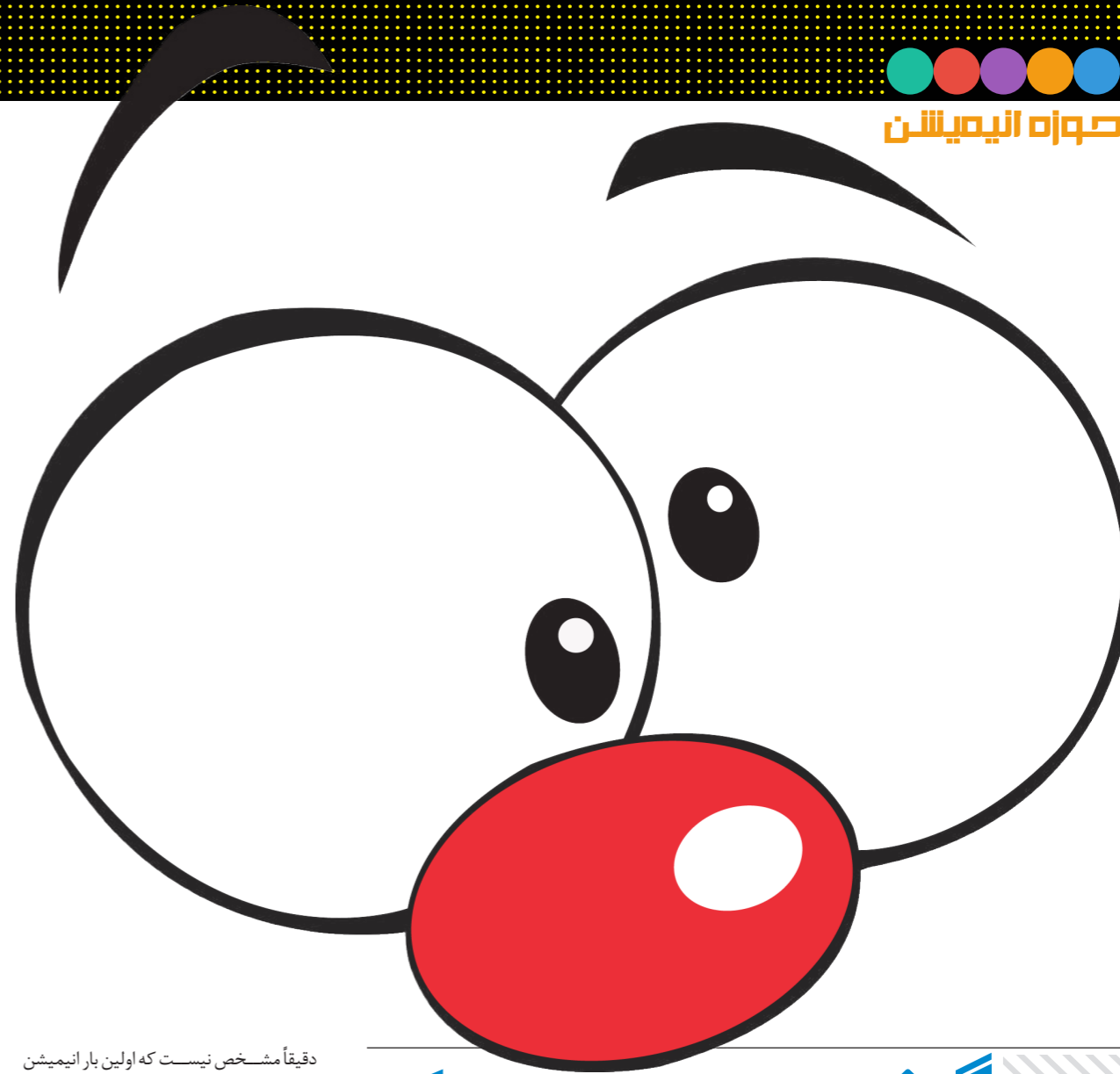
در حال حاضر کمپانی‌های بزرگی در حوزه ساخت انیمیشن در سطح دنیا فعالیت می‌کنند که از جمله موفق‌ترین آن‌ها می‌توان به پیکسار، والت دیزنی پیکچرز، دریم ورکس، آی ال ام، و تا دیجیتال و سونی پیکچرز اشاره کرد. پیکسار به عنوان موفق‌ترین کمپانی انیمیشن‌سازی در جهان در طول ۲۰ سال سابقه خود حدود ۱۰ میلیارد دلار از طریق ساخت انیمیشن درآمد کسب کرده است که در مقایسه با سایر صنایع خلاق رقم قابل توجهی به شمار می‌رود. والت دیزنی پیکچرز نیز یکی از زیرمجموعه‌های کمپانی والت دیزنی است که در حیطه ساخت انیمیشن فعالیت می‌کند و سالانه حدود ۴ میلیارد دلار درآمد دارد.

صنعت انیمیشن را می‌توان یکی از صنایع خلاق

دهنده آن است که این رشته می‌تواند یکی از منابع مهم درآمدی برای کشورهای سازنده به حساب بیاید. در حال حاضر انیمیشن در کشورهای اروپایی و همچنین کشورهای امریکای شمالی رونق فراوانی دارد و یکی از مهم‌ترین راه‌های افزایش درآمد این کشورها محسوب می‌شود؛ به طوری که می‌توان گفت بیش از ۹۰ درصد از سرمایه گذاری صنعت انیمیشن جهان توسط این کشورها صورت می‌پذیرد. از چند دهه پیش کشورهای غربی با هدف کاهش هزینه نیروی انسانی استودیوهای بزرگ انیمیشن‌سازی را در برخی کشورهای آسیایی مانند ژاپن، کره جنوبی، تایوان، چین، فیلیپین، مالزی، سنگاپور و هند راه اندازی کرده‌اند. کشورهای اروپایی و آمریکا به دلیل کمتر بودن هزینه ساخت انیمیشن در آسیا، برنامهریزی اولیه پروژه‌های خود را در شرکت‌های غربی انجام داده و به اصطلاح مراحل پیش تولید را در آنجا اجرا می‌کنند. پس از آن این پروژه‌ها برای ساخت به استودیوهای آسیایی ارسال می‌شوند تا در آنجا به هزینه کمتر به سرانجام برسند.

انیمیشن و پویایی اقتصاد جهان

در حال حاضر گردش سرمایه مربوط به حوزه صنعت خلاق انیمیشن حدود ۲۵۰ میلیارد دلار در جهان است که به فعالیت‌های کشورهای ژاپن، آمریکا، کانادا، چین، کره جنوبی، هند و چند کشور دیگر اختصاص دارد. کشور ژاپن با داشتن ۵۰ درصد از حجم گردش سرمایه در رتبه اول انیمیشن‌سازی دنیا قرار دارد و پس از آن آمریکا با ۴۰ درصد جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است. انیمیشن‌های معروفی همانند مجموعه عصر یخبندان، دانشگاه



گذری بر دنیای انیمیشن

Animation

همه ما از کودکی با انیمیشن‌ها و کارتون‌ها مانوس بوده‌ایم و تعدادی از آن‌ها را همیشه به یاد داریم. انیمیشن‌ها همواره برای ما خاطره انگیز بوده‌اند و حتی بر رفتار و افکار ما تأثیر گذار بوده‌اند. انیمیشن یکی از زیرمجموعه‌های صنایع خلاق است که طرفداران زیادی در سراسر دنیا دارد. امروزه بسیاری از کشورها بر روی پروژه‌های بزرگ انیمیشن سرمایه‌گذاری کرده و حتی برای ساخت بعضی از پروژه‌ها سال‌ها زمان صرف می‌کنند. این صنعت هم به لحاظ سودآوری و هم از نظر پتانسیل‌هایی که در حوزه فرهنگ دارد، توانسته است جای خود را به خوبی در بین صنایع خلاق باز کند. از آنجایی که سرمایه‌گذاری در صنعت انیمیشن بر خلاف بسیاری از صنایع دیگر نیاز به سرمایه‌گذاری هنگفت اولیه ندارد، یکی از بهترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای کشورهای جهان محسوب می‌شود. در این مقاله قصد داریم به جایگاه انیمیشن به عنوان یک صنعت خلاق در دنیا بپردازیم و از جنبه‌های گوناگون آن را بررسی کنیم.

دقیقاً مشخص نیست که اولین بار انیمیشن توسط چه کسی اختراع شد، زیرا اولین پروژه‌های انیمیشن در چند مکان متفاوت و توسط اشخاص متفاوت به صورت هم‌زمان ساخته شده‌اند. به طور واضح می‌توان گفت که حیات تکنولوژی انیمیشن از دهه ۱۸۳۰ آغاز شد و رفته رفته در گذر زمان تکامل پیدا کرد. صنعت انیمیشن که در فارسی به آن پویانمایی هم گفته می‌شود، در گذشته بیشتر با روش‌های سنتی مانند رتوسکوپ، استاپ موشن، انیمیشن‌های عروسکی تولید می‌شد؛ اما امروزه با توسعه نرم افزارهای قدرتمند رایانه‌ای، معمولاً پروژه‌ها توسط رایانه طراحی و ساخته می‌شوند. در روش رایانه‌ای، دیگر از ددرسهای روش‌های سنتی خبری نیست و همه چیز در کامپیوتر شروع و تمام می‌شود.

اگرچه انیمیشن‌ها غالباً به عنوان نوعی از آثار هنری شناخته می‌شوند که قابلیت‌های تأثیرگذاری فرهنگی نیز دارند، اما همه چیز به بعد فرهنگی آن‌ها محدود نمی‌شود؛ استفاده از کلمه «صنعت» در کنار کلمه «انیمیشن» نشان



کننده نیستند؛ بلکه به عنوان یکی از ابزارهای تأثیرگذار فرهنگی نیز به شمار می‌روند. اسباب بازی‌های مختلف بر اساس یک سری ارزش‌های معین ساخته می‌شوند که این ارزش‌ها توسط سازندگان آن‌ها از قبل مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. به همین خاطر واردات و صادرات بازی‌ها و اسباب بازی‌ها یکی از عوامل تعیین‌کننده فرهنگ جوامع به حساب می‌آید، به ویژه آن که مخاطبان این محصولات را در صد قابل توجهی از کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند و میزان تأثیرپذیری در این رده سنی بسیار بالاتر است. این مسئله به ویژه در رابطه با بازی‌های رایانه‌ای و موبایلی ضرورت بیشتری پیدا می‌کند؛ اهمیت این موضوع را می‌توان از واکنش شدید برخی کشورها نسبت به بازی‌های «هنگ آبی» و پوکمون گو به خوبی دریافت. با توجه به این موضوع می‌توان گفت که دولت‌ها نقش مهمی در کنترل بازی‌ها و اسباب بازی‌ها دارند و باید سیاست‌های فرهنگی و کنترلی لازم در این زمینه را اتخاذ کنند.

ریشل گودریچ،
خوشبخت
ترینافراد
کسانی
هستند که که
هرگز اسباب
بازی‌های
قدیمی را دفن
نکرده‌اند
دوستان
خیالی را رها
نکرده‌اند.

۱۹۹۰ با تولید انبوه عروسک‌های باری شکل گرفت و تا این تاریخ چند ده میلیون از این عروسک در کشورهای مختلف جهان به فروش رسید. در حالی که نسل‌های اولیه اسباب بازی‌ها و وسایل سرگرمی مانند مکعب روبیک و خمیر بازی عمدتاً بر پایه هوش طبیعی و حرکات فیزیکی طراحی می‌شدند، با گذر زمان استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی و ساخت وسایل بازی الکترونیکی مانند آتاری و نینتندو در دستور کار شرکت‌های اسباب بازی سازی قرار گرفت. ادامه این روند در دهه‌های بعد به تولید محصولات پیشرفته بازی مانند کنسول‌های بازی، بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های سه بعدی و ... انجامید.

صنعتی که ارزشی بیشتر از نفت دارد

در حال حاضر ایالات متحده آمریکا بزرگ‌ترین مرکز تولید اسباب بازی در جهان است که سالانه حدود ۳۶۰ میلیارد دلار از صنایع خلاق بازی و اسباب بازی درآمد دارد و در صد زیادی از بازارهای بین‌المللی را به خود اختصاص داده است. پس از آمریکا کشور چین با داشتن بیش از شش هزار کارخانه اسباب بازی سازی در جایگاه دوم تولید اسباب بازی جهان قرار دارد. کشورهای ژاپن، انگلستان و فرانسه نیز جزو کشورهای فعال در حوزه صنایع خلاق بازی و اسباب بازی به شمار می‌روند. در آلمانی کشور چین از صنایع بازی و اسباب بازی به حدی است که با درآمد‌های نفتی ایران رقابت می‌کند و بنا به برخی آمارهای غیر رسمی حدود دو برابر درآمد نفتی ایران است.

شرکت‌های «لگو» و «متل» را می‌توان غول‌های اسباب بازی سازی در جهان دانست؛ شرکت متل که به خاطر تولید عروسک‌هایی مانند شیرشاه، بتمن، تازان و ... از شهرت جهانی برخوردار است، سالانه درآمدی معادل ۵.۷ میلیارد دلار از صنعت اسباب بازی دارد. آشنایی ما با شرکت لگو هم احتمالاً به خاطر بازی لگو است که از کودکی با آن بزرگ شده‌ایم. می‌توان گفت در کنار بازی‌های رایانه‌ای هنوز هم بعضی اسباب بازی‌های قدیمی مانند لگو طرفداران زیادی دارند. شرکت دانمارکی لگو در حال حاضر دومین شرکت اسباب بازی جهان به شمار می‌رود که ارزش برند آن ۷.۱ میلیارد دلار تخمین زده شده است. این شرکت با داشتن حدود ۱۳ هزار کارمند درآمد سالانه‌ای معادل ۵.۳

ورود به دنیای خلاقیت با اسباب بازی‌ها

Games and Toys

وقتی از صنعت صحبت می‌کنیم، معمولاً در ذهن بسیاری از ما صنایعی مانند خودروسازی، نفت و گاز، نساجی، تولید مواد غذایی و مواردی از این دست پر رنگ می‌شوند؛ اما برخی دیگر از صنایع، اگر چه در ظاهر کوچک به نظر می‌رسند اما حجم عظیمی از گردش سرمایه در جهان را به خود اختصاص می‌دهند. صنایع مربوط به بازی و اسباب بازی نمونه‌ای از این دست صنایع هستند که شاید کمتر کسی میزان سودآوری آن‌ها را برای کشورهای سازنده باور کند. صنعت بازی و اسباب بازی به عنوان یک صنعت خلاق در بعضی از کشورها گاه حتی با درآمدهای نفتی رقابت کرده و از آن‌ها جلو می‌زند. آگاهی از ظرفیت‌های صنعت اسباب بازی و اهمیت به زیرساخت‌های تولیدی و بسترهای فرهنگی این بخش می‌تواند گام مهمی در مسیر درآمدزایی و شکوفایی اقتصادی کشورها به شمار رود. در این مقاله صنایع خلاق بازی و اسباب بازی را از جنبه‌های گوناگون بررسی کرده و به کمک برخی اطلاعات با جایگاه آن‌ها در جهان بیشتر آشنا خواهیم شد.

بازی کردن یکی از نیازهای روح بشر در تمام قرون و اعصار بوده است. انسان‌های عصر باستان با ساختن وسایلی مانند مجسمه‌ها و عروسک‌های گلی خود را سرگرم می‌کردند و برای فرزندانشان تنوع می‌آفریدند. از دوران مصر باستان عروسک‌های زیادی بر جای مانده که از جنس چوب، گل، فلز، عاج و موم ساخته شده‌اند. همین تاریخچه دور و دراز از عروسک سازی و تداوم نیاز بشر به وسایل سرگرمی به عنوان یک منبع الهام در عروسک سازی جدید مورد استفاده قرار گرفت و در قالب‌های جدیدتر و کاربردی‌تر پای به عرصه زندگی انسان امروزی گذاشت. قرن هفدهم را می‌توان آغاز عصر جدید عروسک سازی در جهان به حساب آورد. در این زمان عروسک‌هایی از جنس چوب در اروپا ساخته می‌شدند و مورد استقبال مردم قرار می‌گرفتند. در قرن‌های هفدهم و هجدهم عروسک‌های چوبی، سفالی و مومی رواج داشتند و در این زمان انگلستان یکی از مراکز اصلی تولیدکننده عروسک در جهان به شمار می‌رفت.

می‌توان گفت که سیر تحول و تأثیرگذاری بازی‌ها و اسباب بازی‌ها از دهه ۱۹۵۰ به این سو آغاز شده است. در دهه ۱۹۵۰ وسایلی مانند اسکیت‌ها و خمیرهای بازی توانستند توجه مردم را به خود جلب کنند. روند تولید تجاری عروسک‌های انسان‌نما نیز تا دهه





صنایع دستی، تلفیق فرهنگ، هنر و خلاقیت

Handicrafts

همه ما تا به حال در موزه آثار برجای مانده از گذشتگان را از نزدیک مشاهده کرده ایم و بعضی از صنایع دستی نیز از آنان بر جای مانده است. یعنی ساخته های دست انسان که با هدف پاسخگویی به نیازهای مختلف طراحی شده اند. با این مقدمه می توان گفت که صنایع دستی قدمتی به اندازه تاریخ بشری دارند؛ انواع ظروف مسی، کوزه های سفالی، مجسمه های سنگی و آثاری از این دست که از فراسوی قرن ها برجای مانده اند و به دست ما رسیده اند همگی گویای اهمیت صنایع دستی و قدرت تأثیر گذاری آن ها هستند. اگر در گذشته صنایع دستی عمدتاً برای پاسخی به نیازهای زندگی ساخته می شدند، در دنیای امروز این صنایع بیشتر جلوه فرهنگی به خود گرفته و دارای بار ارزشی خاصی هستند؛ به گونه ای که یکی از راه های انتقال فرهنگی بین ملت ها محسوب می شوند. این مسئله از سویی دیگر دارای پیامدهای اقتصادی نیز بوده و به عنوان یک صنعت خلاق، منبع مهمی برای درآمدزایی محسوب می شود. در این مقاله قصد داریم به ظرفیت های صنایع دستی و جایگاه آن در بین صنایع خلاق جهان بپردازیم.

پس از رخ دادن انقلاب صنعتی و تحول در مفهوم صنعت، بسیاری از وسایل مورد نیاز زندگی که تا قبل از آن توسط دست انسان ساخته می شدند، به صورت ماشینی تولید شدند و نقش انسان برای مدتی کوتاه در امر تولید کمرنگ شد. در این دوره رکود شدیدی

کار گرفته می شوند، از گذشتگان به ما به ارث رسیده اند و به همین خاطر جزیی از میراث تاریخی محسوب می شوند. این امر به آن ها ارزش ویژه ای بخشیده که می توان از آن به عنوان هنر انسانی نام برد. در واقع یکی از وجوه با ارزش بودن صنایع دستی، هنر و ظرافت های انسانی به کار رفته در آن ها است؛ چیزی که در صنایع ماشینی وجود ندارد. صنایع دستی به عنوان یک صنعت خلاق شاخه های متفاوتی دارد که از جمله آن ها می توان به نقره کاری، ساخت ظروف، معرق، صنایع چوب و منبت، نقاشی و دوخت اشاره کرد. با تشکیل شورای جهانی صنایع دستی در سال ۱۹۶۴ اهمیت این دسته از صنایع بیش از پیش برای کشورهای جهان شناخته شد. در آغاز تعداد کمی از کشورها عضو این شورا بودند اما در حال حاضر ۹۰ کشور جهان در آن عضو هستند. تشکیل این شورا نقش مؤثری در ارتقای صنایع دستی به عنوان یک صنعت درآمدزا ایفا کرد.

دستانی که اقتصاد را حرکت می دهد
حجم گردش مالی مربوط به صنایع دستی در کل جهان رقمی بالغ بر ۳۵

میلیارد دلار است که بخش عمده ای از این درآمدها به دو کشور چین و هند تعلق دارد. کشور چین بیش از ۲۰ میلیارد دلار از حجم گردش سرمایه حوزه صنایع دستی در جهان را به خود اختصاص داده و در این زمینه مقام اول را کسب کرده است. کشور هند نیز با دارا بودن میراث فرهنگی و تمدنی غنی، درآمدی در حدود ۵ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده و مقام دوم را دارد. کشورهای ایران، مصر، ترکیه نیز در رده های بعدی صنایع دستی قرار دارند. اگر چه کشور ایران از نظر تنوع صنایع دستی با داشتن ۳۰۰ رشته از ۴۰۰ رشته در رتبه اول جهان قرار دارد، اما با صادرات حدود ۵۰۰ میلیون دلار درصدا ناچیزی از گردش مالی در این حوزه را به خود اختصاص داده است. نقش دولت و رسالت هایی که در حوزه رشد صنایع دستی برعهده دارد، بیشتر از آن که مستقیماً با خود این صنایع در ارتباط باشد، مربوط به فراهم کردن بسترها و زیرساخت ها است. صنایع دستی نمونه کاملی از یک صنعت خلاق مردمی هستند که توسط بدنه اجتماعی جامعه صورت می گیرند؛ بنابراین به میزانی که دولت ها در راستای ارتقای مهارت های منابع انسانی بکوشند، به رشد این صنایع کمک کرده اند. از آنجایی که اکثر افراد فعال در زمینه

صنایع دستی، افراد عادی هستند، توانایی دانشی و مالی لازم برای راه اندازی کارگاه های محلی را ندارند. به همین خاطر یکی دیگر از وظایف دولت در سطح داخلی، ایجاد بنگاه ها و کارگاه های کوچک کسب و کار و یا پرداخت تسهیلات مربوطه است تا از این طریق به رونق این دسته از صنایع کمک کنند. علاوه بر سیاست گذاری داخلی بخش دیگری از رسالت های دولت ها مربوط به جذب بازارهای خارجی است. در این زمینه توان دیپلماتیک دولت ها در انعقاد قراردادهای صادراتی می تواند نقش مؤثری را ایفا کند. کنترل سیاست های واردات و صادرات ضرورت دیگری است که نیاز است مورد توجه دولت ها قرار گیرد. این مسئله به ویژه برای کشورهایی مانند ایران که خود ظرفیت بسیار عظیمی برای تصاحب بازارهای بین المللی در زمینه صنایع دستی دارد، ضرورت دوچندان دارد. در این راستا قراردادهای تجاری با سایر کشورها باید به گونه ای منعقد شوند که واردات تا حد ممکن کاهش یافته و بر صادرات تأکید گردد. حمایت از صنایع دستی از آن جهت برای کشورها حائز اهمیت است که باعث ایجاد اشتغال مولد شده و برای اقشار مختلف مردم

در شهر و روستا درآمدزایی می کند. همچنین این امر در توسعه روستاها و حفظ فرهنگ روستایی نقش بسزایی دارد؛ زیرا با رونق بخشیدن به کسب و کار روستایی از مهاجرت آن ها به شهرها جلوگیری می کند. از نظر فرهنگی صنایع دستی می توانند به عنوان عاملی برای حفظ انسجام فرهنگی و هویت اجتماعی یک ملت محسوب شوند. صنایع دستی خلاق در سطح کلان می تواند سبب تبادل حجم بالای ارز در بین کشورها شده و به توزیع ثروت در بین جوامع به ویژه در جوامع کمتر توسعه یافته کمک کند. در حقیقت می توان صنایع دستی را یک عامل مهم در گذار جوامع کمتر توسعه یافته به توسعه یافته قلمداد کرد؛ زیرا در این کشورها مسئله تولید و صنعت رونق چندانی ندارد؛ اما وجود نیروی کار فراوان و فرهنگ و تمدن غنی می تواند نقش مؤثری را در شکل گیری صنایع دستی ایفا کند. تحقق این مهم در درجه اول نیاز به ترویج فرهنگ تولید و کارآفرینی در جوامع دارد تا از این طریق نوعی خودآگاهی جمعی و اراده فعال ایجاد شود. بدون شک دولت ها می توانند در این زمینه نیز نقشی فعال ایفا کرده و با سیاست گذاری های کوتاه مدت و بلندمدت، اهداف مربوطه را تحقق بخشند.





گردشگری در پیچه‌ای به سوی خلاقیت

T o u r i s m

در اهمیت صنعت گردشگری و توریسم همین بس که سال ۲۰۱۷ از سوی مجمع عمومی سازمان ملل متحد در قالب قطعنامه‌ای به عنوان «سال جهانی گردشگری پایدار؛ ابزار توسعه» نامگذاری شد. این قطعنامه که در راستای آشنایی ملت‌ها با میراث تمدنی یکدیگر و تقویت ارزش‌های فرهنگی ملل مختلف تصویب شده بود، در واقع مهر تأییدی بر اهمیت صنایع خلاق گردشگری به عنوان یک ابزار توسعه پایدار در جامعه جهانی محسوب می‌شود. امروزه با توسعه راه‌ها و وسایل حمل و نقل و همچنین افزایش ارتباطات بین کشورها گردشگری بیش از پیش رونق یافته است. اگر چه کمتر کسی هست که با گردشگری و اثرات مثبت آن آشنایی نداشته باشد، اما هنوز بسیاری از کشورها بر روی گردشگری به عنوان یک صنعت خلاق حساب نمی‌کنند. این در حالی است که در برخی از کشورهای توسعه یافته این صنعت یکی از راه‌های اصلی افزایش ثروت ملی به شمار می‌رود. در این مقاله سعی داریم به گردشگری از دریچه یک صنعت خلاق نگر بسته و ابعاد مختلف آن را بررسی کنیم.



هستند که به عنوان قطب گردشگری خلاق شناخته شده‌اند. صنایع خلاق گردشگری از چند جهت حائز اهمیت هستند؛ از جنبه اقتصادی سبب جابه‌جایی اعتبار بین کشورها شده و به توزیع ثروت در میان جوامع کمک می‌کنند؛ در همین راستا گردشگرانی که از کشورهای توسعه یافته به کشورهای کمتر توسعه یافته سفر می‌کنند، در واقع بخشی از ثروت کشورشان را به کشور مقصد انتقال داده و از این راه گامی در جهت توسعه اقتصاد ملی کشورهای مقصد برمی‌دارند. از جنبه اجتماعی، این صنایع سبب آشنایی اقوام و ملل مختلف با فرهنگ یکدیگر شده و گامی در جهت تحکیم روابط دوستانه ملت‌ها محسوب می‌شوند. از نظر زیست محیطی نیز می‌توان گفت که با ورود گردشگران به مناطق مختلف یک کشور در یک روند طبیعی، مراکز رفاهی گسترش یافته و امکانات خدماتی نیز افزایش پیدا می‌کنند که همین مسائل سبب توسعه مناطق توریستی می‌شود. البته توریسم از نظر زیست محیطی تهدیدهای بالقوه‌ای نیز دارد که باید تحت کنترل قرار گیرند.

از سال ۱۹۷۲ که کنوانسیون حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی در یونسکو ایجاد شد، حدود هزار اثر از نقاط مختلف جهان به عنوان میراث جهانی شناخته شده و به ثبت رسیدند. در همین راستا یکی از پروژه‌های این کنوانسیون ایجاد شبکه‌ای از شهرهای خلاق جهان بود تا از طریق ایجاد نوعی همکاری بین‌المللی در بین این شهرها، یک منظومه منسجم جهانی از گردشگری خلاق شکل گیرد. در این شبکه شهرهای مختلفی که دارای پتانسیل‌های گردشگری خلاق هستند، بر اساس توانایی‌هایشان در رشته‌های مختلف مشخص گردیده‌اند. این رشته‌ها عبارتند از: ادبیات، فیلم، موسیقی، صنایع دستی، طراحی، رسانه و خوراکی‌ها. فهرستی از شهرهای مختلف در زیرمجموعه این رشته‌ها قرار دارند که راهنمای بسیار خوبی برای سرمایه‌گذاران و توریست‌ها در سراسر جهان محسوب می‌شوند. برای مثال در رشته ادبیات شهرهای دوبلین و ادینبورگ، در رشته موسیقی شهرهای سوئل و بولونیا و در رشته فیلم برادفورد و سیدنی جزو شهرهایی

گردشی که گردش مالی به همراه دارد

گردشگری در سال ۱۹۵۰ حدود ۲۵ میلیون مسافر داشته است که این رقم در سال ۲۰۱۶ به ۱ میلیارد و ۲۳۵ میلیون نفر افزایش یافته است. همچنین در سال ۱۹۵۰ میزان درآمدهای مربوطه از صنعت گردشگری ۲ میلیارد دلار در سال بوده که این رقم در سال ۲۰۱۶ به ۱۲۲۰ میلیارد دلار رسیده است. آمار تعداد گردشگران در سطح جهان در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال قبل از آن نیز حدود ۳٫۹ درصد یعنی ۴۶ میلیون نفر افزایش داشته است. آمارهای بین‌المللی گردشگری از هفت سال گذشته روند کاملاً صعودی داشته و همواره رشد چشمگیری را به خود دیده است.

در حال حاضر صنعت گردشگری خلاق بعد از صنایع نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا در جهان به شمار می‌رود. با استناد به آمار اعلام شده از سوی سازمان جهانی گردشگری از هر ۱۲ تا ۱۵ شغلی که در دنیا وجود دارد، یکی از آن‌ها متعلق به گردشگران است. در حال حاضر صنعت گردشگری برای حدود ۲۶۵ میلیون نفر در جهان شغل ایجاد کرده است که مجموع فعالیت‌های آن‌ها حدود ۱۰ تا ۱۲ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را رقم می‌زند. کشورهای فرانسه، آمریکا، اسپانیا، ایتالیا، چین، ترکیه و آلمان در رأس کشورهای هستند که بیشترین گردشگران را به خود جذب کرده‌اند. در خاورمیانه نیز کشورهای عربستان سعودی، امارات متحده عربی، مصر و ایران چهار کشوری هستند که بیشترین میزان ورود گردشگر را به خود اختصاص داده‌اند. در بررسی جایگاه دولت و نقش آن در صنعت گردشگری می‌توان حوزه وظایف مربوطه را به چهار دسته قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و توسعه تقسیم کرد. در حیطه قانون‌گذاری دولت باید کلیه آسیب‌های بالقوه صنعت گردشگری را شناسایی کرده و در راستای پیشگیری از آن‌ها قوانینی را اعمال کند. امنیت سیاسی، امنیت اقتصادی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های زیست محیطی از جمله مهم‌ترین مواردی هستند که باید قوانین لازم در حیطه

گردشگری برای آن‌ها به تصویب برسد. حوزه سیاست‌گذاری با حوزه برنامه‌ریزی پیوند تنگاتنگی دارد؛ زیرا سیاست‌گذاری یک گام قبل از برنامه‌ریزی بوده و بر اساس شناخت قبلی و مطالعه تجربیات انجام می‌گیرد؛ در این حوزه جایگاه فعلی ارزیابی شده و برای رسیدن به چشم‌اندازهای کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت برنامه‌ریزی می‌شود. توسعه نیز ناظر به ارتقای ابعاد مختلف زیرساختی مربوط به صنعت گردشگری است.

از آنجایی که گردشگری به عنوان یک صنعت خلاق بیشتر از نوع ارتباط بین ملت‌ها است تا ارتباط بین دولت‌ها، بهتر است دولت تنها در بخش‌های کلان و زیرساختی این صنعت وارد شود و عمده بخش اجرایی را به قشر اجتماعی جامعه محول کند. در کشورهایی که هنوز گردشگری به طور پررنگ وجود ندارد، بهتر است دولت‌ها با سرمایه‌گذاری بر روی منابع انسانی از ظرفیت آن‌ها استفاده کنند. این مسئله با شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید

اهمیت بیشتری پیدا کرده است و در این میان کارآفرینان اجتماعی نیز توجه ویژه‌ای به مباحث گردشگری خلاق نشان داده‌اند. اپلیکیشن‌های متنوع با پوشش ابعاد مختلف گردشگری از جمله امکانات رفاهی، امکانات خدماتی و اطلاع‌رسانی استفاده از این صنعت خلاق را بیش از پیش تسهیل نموده است. با توجه به موارد ذکر شده احتمالاً در سال‌های آینده شاهد رشد هر چه بیشتر صنایع خلاق گردشگری در سطح جهان خواهیم بود.

تبدیل به سریع ترین نرم افزار کسب و کار در حال رشد تاریخ تبدیل شده است و اکنون میلیون ها نفر در جهان از این نرم افزار استفاده می کنند. Slack با ایجاد فضایی برای چت های داخلی و دادن امکان به کارمندان یک مجموعه برای کار کردن با کامپیوتر خود و ایجاد دسترسی به فایل های داخلی آن در شرایطی که به هر دلیل پشت میز خود نیستند، در حذف بروکراسی های پیچیده اداری و کاغذبازی مؤثر عمل کرده است. این استارت آپ توانسته است ساعات مفید کاری در شرکت ها استفاده کننده را بالا ببرد و در عمل نشان دهد که وقت ارباب رجوع تا چه اندازه ارزشمند است. هزاران شرکت در جهان با بررسی آنچه توانایی های Slack در بالا بردن راندمان کاری و در نهایت کسب سود بیشتر ایجاد می کند، حاضر به خرید، نصب و راه اندازی آن شده اند و همین موضوع است که این استارت آپ را تبدیل به یک استارت آپ موفق و پول ساز کرده است.



شده است که آن ها بدانند در هر ثانیه میلیون ها مخاطب را می توانند پای پادکست خود بنشانند و همین رویکرد است که باعث می شود هر لحظه به فکر بهبود وضعیت و امکانات کانال خود باشند. در حقیقت این طرز فکر است که آن ها را وادار می کند راه های جدیدی برای اتصال و حفظ مخاطبانی که در ابتدا آن ها را به سختی به دست آورده اند، پیدا کنند.

اما دلیل اصلی موفقیت این استارت آپ این است که طراحان آن، این موضوع را در نظر گرفته اند که بخش اعظمی از زندگی مردم امروز به صورت آنلاین اتفاق می افتد و افراد زمان زیادی را برای گشت و گذار در فضای اینترنت صرف می کنند. مؤسس Cast Box می گوید: «مهم ترین کاری که ما کرده ایم این است که همیشه فکر می کنیم چه محتوایی ما را از سایر پادکست ها متمایز می کند. سپس بدون نادیده گرفتن دیدگاه های مخاطب برای حفظ وفاداری او، علاقه ی شخصی خود را نیز ارائه کرده و تلاش کرده ایم مخاطب را نیز به آن مشتاق کنیم. اما در این میان به موضوعاتی مثل نیازهای مخاطب، سیستم عاملی که از آن استفاده می کند، محتوایی که او را جذب می کند، برنامه های دیگری که مورد توجه اوست و البته پادکست های مشابه و عملکرد آن ها نیز دقت کرده ایم.» آقای Xiaoyu Wang، مؤسس Cast Box معتقد است هر استارت آپ مشابهی که رویکرد آن ها را داشته باشد می تواند به سرعت مخاطبان کانال خود را از مرز میلیون ها مشتری مصرف کننده ی ثابت بگذراند.

Slack یک پلتفرم برای پیام های داخلی است. بنیان گذار این استارت آپ، آقای Stewart Butterfield این شرکت را در سال ۲۰۱۳ میلادی بنیان نهاده است و اخیراً کارشناسان ارزش آن را چیزی در حدود ۵ میلیارد دلار برآورد کرده اند.

Slack چه استارت آپی است و چرا تا این حد موفق است؟

Slack به کارکنان یک شرکت یا اداره اجازه می دهد در حالی که پشت میز خود نبوده و برای کاری در سالن های دیگر هستند، از کامپیوتر شخصی خود استفاده کنند. در Slack پلتفرم می ایجاد شده است که گروه های کاری را باهم و به برنامه ها، سرویس ها و منابع مورد نیازشان متصل می کند. این نرم افزار به طور رسمی کار خود را از سال ۲۰۱۴ میلادی آغاز کرده اما خیلی زود



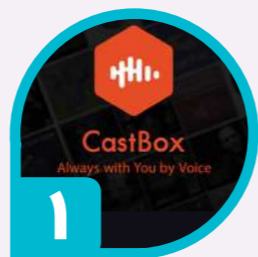
Slack با بیش از ۶ میلیون کاربر در سطح جهان



۳ استارت آپ موفق و ثروت آفرین سال ۲۰۱۷ را بشناسید



به نظر می رسد که در تمام دنیا بنگاه های تجاری تبدیل به مکان هایی برای نوآوری های بی پایان و جذاب شده اند. مجلاتی که روی موضوع کسب و کار در جهان تمرکز کرده و اخبار مربوط به آن را منعکس می کنند پر از رویدادهای تازه از به راه اندازی استارت آپ های جدید و البته پول ساز است. وقتی خوب به این اخبار دقت می کنیم یک نکته بسیار روشن و پررنگ در آن می بینیم و آن این است که افراد یا تیم هایی که استارت آپ های تازه، خلاقانه و ثروت آفرین را ایجاد کرده اند، اغلب جوانانی هستند که تجربه های چندانی زیاد یا حتی سابقه ی کار طولانی مدت در حوزه ی کاری استارت آپ خود را ندارند. در حقیقت خلاقیت در تفکر ب یک استارت آپ و راه اندازی و کسب درآمدهای آن بیشتر در کسانی دیده می شود که به یک حرفه عادت نداشته و همین موضوع عدم عادت و آلوده نبودن به یک کار باعث می شود ذهن های آزاد و فکرهای تازه تری برای نوآوری در آن داشته باشند. در این مقاله تلاش شده است که با یک نگاه کلی به چند استارت آپ موفق غیر ایرانی، رویکرد و روند نگرش بنیان گذاران آن ها به یک موضوع خاص و در نهایت آفرینش این استارت آپ ها بررسی شود. مطالعه ی این موضوع می تواند ایده های جالبی از سبک اندیشیدن به یک کار جدید را در شما ایجاد کند.



استارت آپ Cast Box موفق ترین و پول سازترین پادکست سال ۲۰۱۷ میلادی

کسانی که این استارت آپ را می شناسند به آن صفت یوتیوب صدا را داده اند. اپلیکیشن هایی که هم به صورت مستقل به تولید و پخش موزیک و صداها ی پر طرفدار مثل سخنرانی های مشهور "TED" می پردازد و هم در معرفی پادکست های موضوعی دیگر به طرفداران آن ها کمک می کند.

مؤسس Cast Box می گوید هدف اصلی او پیدا کردن بخش های اصلی از یک صوت در وب بر اساس کلیدواژه های مربوط به آن است. هر چند این استارت آپ تاکنون ۱۶ میلیارد دلار برای راه اندازی، معرفی و گسترش توانایی های آن سرمایه گذاری کرده است و صاحبان آن هیچ عدد مشخصی از میزان سود کسب شده از آن اعلام نکرده اند اما صاحب نظران معتقدند میزان برداشت مالی آن ها از این سرمایه گذاری چیزی بیش از ۳ برابر ۱۶ میلیارد است که با توجه به نوپا بودن این استارت آپ مبلغ بسیار قابل توجهی است.

چرا Cast Box یک استارت آپ موفق است؟

چگونه می توانم مخاطبانم را رشد دهم؟ این سؤالی است که طراحان پادکست Cast Box از خود پرسیده اند. آن ها فکر کرده اند که من چیزی دارم که بدون شک کسی نیاز به شنیدن آن دارد. همین موضوع باعث

چرا Shyp جزو ۱۰ استارت آپ موفق دنیا است؟

از اصلی ترین دلایل این موفقیت و کسب درآمدهای میلیاردی توسط این استارت آپ سرعت عمل در کار است. به جز این مشتریان با حجم دغدغه و مشغله ای که دارند خوشحال می شوند که کالای مورد نظر خود را فقط تحویل مسئول پست بدهند و دیگر هیچ نگرانی بابت بسته بندی ایمن و طی کردن مراحل ارسال آن نداشته باشند. ضمن آن که قیمت ها نشان می دهد مدیران Shyp همواره بر عهد خود نسبت به ارزان ترین بودن، می مانند و در نهایت چون مشتری می تواند تمامی روند کار خود را از تحویل گرفتن کالا، بسته بندی، تحویل به مجاری ارسال و در نهایت به سلامت رسیدن آن به مقصد، پیگیری کند، بنابراین به این استارت آپ اطمینان کرده و انجام کار خود را به آن می سپارد.

Shyp استارت آپی است که توسط سه بنیانگذار در سال ۲۰۱۳ میلادی تأسیس شد. کاری که این استارت آپ می کند این است که اقلام پستی مشتریان را از هر جایی که باشند تحویل گرفته، آن ها را به شیوه ای که بهترین روش اما ارزان ترین آن باشد بسته بندی می کند و در نهایت باز هم به پایین ترین قیمت در مقایسه با سایر شرکت های همکار، آن ها را به هر مقصدی در دنیا ارسال می کند. محل اسقرار این شرکت در سانفرانسیسکو است و مؤسسان آن ادعا می کنند مدل کسب و کار خود را قبل از گسترش دادن آن به اثبات رسانده اند.



استارت آپ Shyp و اثبات مدل کسب و کارش



حلقه زیستیم

