



معرفی کتاب

راهنمای کسب‌وکار در صنایع خلاق

مدیر پروژه : دکتر محمدرضا زارع برشی

همکاران : روسای گروه و کارشناسان دفتر تخصصی صنایع خلاق و ورزشی وزارت صمت

سال انتشار : ۱۴۰۲

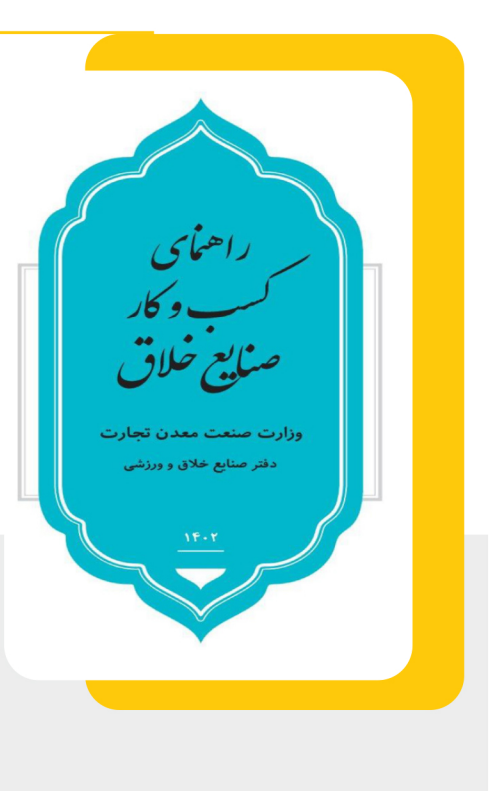
تعداد صفحات : ۲۰۴ صفحه

ناشر : وزارت صنعت ، معدن و تجارت

کتاب «راهنمای کسب‌وکار صنایع خلاق» که در سال ۱۴۰۲ از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت منتشر شده، می‌کوشد تصویری کاربردی از فرصت‌های این حوزه و مسیر تبدیل ایده‌های خلاقانه به کسب‌وکار ارائه دهد. این کتاب در کنار معرفی صنایع خلاق، به موضوعاتی چون سرمایه‌گذاری، تولید و بازار می‌پردازد و گزارشی از عملکردهای مرتبط با این حوزه را نیز در بر دارد.

از ظرفیت‌های فرهنگی تا فرصت‌های شغلی

مقدمه کتاب بر ظرفیت‌های صنایع خلاق برای رشد اقتصادی و کارآفرینی تأکید می‌کند. در این بخش، ویژگی‌هایی مانند نیاز کمتر به سرمایه‌گذاری و منابع طبیعی، امکان بهره‌گیری از فناوری‌های نو و فضای دیجیتال، سرعت بالای تبدیل ایده به کسب‌وکار و توان ایجاد اشتغال مورد توجه قرار گرفته است. صنایع خلاق همچنین می‌توانند زمینه فعالیت اقتصادی را برای نیروهای متخصص و خلاق، به‌ویژه در حوزه‌های هنر و علوم انسانی، گسترش دهند. در مقدمه، ظرفیت‌های ایران برای توسعه این صنایع نیز برشمرده



صنایع خلاق، عرصه پیوند فرهنگ، هنر، دانش و نوآوری با فعالیت اقتصادی‌اند؛ حوزه‌ای که از صنایع‌دستی، طراحی و معماری تا نشر، رسانه‌های دیجیتال، فیلم و انیمیشن، بازی، گردشگری و فناوری‌های نوین آموزش را شامل می‌شود. در این صنایع، خلاقیت و استعداد انسانی از مهم‌ترین منابع تولید ارزش به شمار می‌روند و ایده می‌تواند در زمانی کوتاه به محصول یا خدمت و سپس به کسب‌وکاری درآمدا تبدیل شود.

کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق، اثری پژوهشی است که به بررسی جایگاه صنایع خلاق در بستر تحولات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می‌پردازد. فیل گراهام، نویسنده‌ی کتاب، باتکیه‌بر تجربه و پژوهش دانشگاهی، صنایع خلاق را نه‌تنها به‌عنوان فعالیت‌هایی هنری یا اقتصادی، بلکه به‌عنوان نیروهایی تأثیرگذار بر ساختارهای اجتماعی و سیاسی معرفی کرده است. ساختار کتاب بر پایه‌ی تحلیل انتقادی و نظریه‌های فرهنگی بنا شده و در هفت فصل، موضوعاتی چون سقوط فرهنگی، آموزش، کار خلاق، نقش مخاطب، هوش مصنوعی، بازیابی و هنجارمندی را در ارتباط با صنایع خلاق بررسی می‌کند. این کتاب بخشی از مجموعه پژوهش‌های راتلج در صنایع خلاق و فرهنگی است و تلاش دارد تصویری جامع از اهمیت و چالش‌های این حوزه در جهان معاصر ارائه دهد. قالب کتاب تحلیلی و دانشگاهی است و با زبانی دقیق، مفاهیم کلیدی را برای پژوهشگران، سیاست‌گذاران و علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر باز می‌کند.

خلاصه کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق

کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق با رویکردی انتقادی، به بررسی ماهیت صنایع خلاق و نقش آن‌ها در تحولات فرهنگی و سیاسی می‌پردازد. نویسنده، کار خلاقانه را فراتر از تولید هنری صرف می‌داند و آن را به‌عنوان شکلی از اشتغال و کنش اجتماعی معرفی می‌کند که اغلب خارج از چارچوب‌های صنعتی سنتی عمل می‌کند. در این کتاب، صنایع خلاق به‌عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها تعریف شده‌اند که به‌شدت با قدرت‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در ارتباط هستند و می‌توانند واقعیت‌های اجتماعی را بازآفرینی یا دگرگون کنند. گراهام تأکید کرده است که کار خلاقانه بدون مشارکت و توجه مخاطب، ارزشی ندارد و نقش مخاطبان در عصر دیجیتال از مصرف‌کننده‌ی منفعل به تولیدکننده و تحلیلگر محتوا تغییر یافته است. این تغییر، مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده را کم‌رنگ کرده و داده‌های مخاطبان به کالایی تجاری بدل شده‌اند.

کتاب به چالش‌های نیروی کار خلاق، از جمله دستمزد پایین، ناامنی شغلی و استثمار در پلتفرم‌های دیجیتال نیز پرداخته است. در بخش‌هایی از کتاب، به تأثیر فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی بر صنایع خلاق اشاره شده و این پرسش مطرح شده است که چگونه این فناوری‌ها می‌توانند بنیان‌های آموزش، مهارت و سواد را دگرگون کنند. نویسنده همچنین به نقش روایت‌ها و داستان‌سرایی در شکل‌دهی به هنجارهای فرهنگی و سیاسی می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه روایت‌های رسانه‌ای و بازاریابی می‌توانند بر افکار عمومی و سیاست تأثیر بگذارند. در نهایت، کتاب بر ضرورت بازتعریف اصول و قوانین فرهنگی تأکید دارد و پیشنهاد می‌دهد که برای حل بحران‌های معاصر، باید ارزش و مسئولیت نیروی کار خلاق به رسمیت شناخته شود و

شده است؛ از پیشینه فرهنگی و تمدنی و تنوع قومی و جغرافیایی گرفته تا نیروی انسانی تحصیل‌کرده و توانمند. نویسنده مقدمه بر این نکته تأکید دارد که بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها نیازمند توجه بیشتر سیاست‌گذاران و ایجاد زمینه مناسب برای رشد شرکت‌ها و کسب‌وکارهای خلاق است.

راهنمایی در مسیر راه‌اندازی کسب‌وکار

چیدمان کتاب، موضوع را از معرفی کلی صنایع خلاق فراتر می‌برد و به جنبه‌های عملی کسب‌وکار نزدیک می‌شود. فصل‌های مربوط به سرمایه‌گذاری، تولید و بازار می‌توانند برای افرادی که در پی راه‌اندازی یا توسعه فعالیتی خلاقانه هستند، چارچوبی اولیه فراهم کنند: از شناخت فرصت‌های سرمایه‌گذاری و الزامات تولید تا آشنایی با بازار و مسیر عرضه محصول یا خدمت. وجود فصل گزارش عملکرد نیز بُعد دیگری به کتاب می‌افزاید و آن را به گزارشی درباره اقدامات و تجربه‌های مرتبط با توسعه صنایع خلاق پیوند می‌دهد. به این ترتیب، کتاب هم به معرفی ظرفیت‌های این حوزه می‌پردازد و هم خواننده را با بخشی از کوشش‌های انجام‌شده برای حمایت از کسب‌وکارهای خلاق آشنا می‌کند.

اثری برای علاقه‌مندان به اقتصاد خلاق

«راهنمای کسب‌وکار صنایع خلاق» می‌تواند برای کارآفرینان، صاحبان کسب‌وکارهای فرهنگی و هنری، دانشجویان و علاقه‌مندان به اقتصاد خلاق و نیز افرادی که در پی شناخت فرصت‌های شغلی این حوزه‌اند، منبعی مقدماتی و کاربردی باشد. اهمیت کتاب در توجه هم‌زمان به ظرفیت‌های فرهنگی و هنری و الزامات اقتصادی کسب‌وکار است؛ پیوندی که می‌تواند به ایجاد ارزش اقتصادی، گسترش بازار و شکل‌گیری فرصت‌های شغلی تازه کمک کند. نسخه پی‌دی‌اف کتاب نیز از طریق آدرس اینترنتی B2n.ir/tj9۳۱۲ قابل دسترسی است.



معرفی کتاب

سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق

نویسنده : فیل گراهام

مترجمان: احمد میرزایی ، فرزانه شریقی ، سید صادق پژمان

انتشارات: موسسه فرهنگی رسانه آفتاب

سال انتشار : ۱۴۰۴

تعداد صفحات : ۳۱۶ صفحه

سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق

نویسنده: فیل گراهام



مترجمان:
احمدرضا میرزایی
فرزانه شریقی، سید صادق پژمان

کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق نوشته فیل گراهام و ترجمه احمدرضا میرزایی، فرزانه شریفی و سید صادق پژمان، اثری پژوهشی در حوزه‌ی اقتصاد خلاق، فرهنگ و هنر است. مؤسسه‌ی فرهنگی رسانه آفتاب این کتاب را منتشر کرده است. اثر حاضر به بررسی پیوندهای عمیق میان صنایع خلاق و نیروهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی پرداخته و تلاش کرده با نگاهی انتقادی، نقش کار خلاقانه را در شکل‌دهی واقعیت‌های فرهنگی و سیاسی معاصر روشن کند.

دارد، می‌تواند از مطالعه‌ی این اثر بهره‌مند شود.

بخشی از کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق

اما این تصور که حرفه‌های خلاقانه «فقیرانه» هستند، واقعیت مهمی را نادیده می‌گیرد: صنایع خلاق سالانه حدود ۲ تریلیون دلار درآمد دارند که تقریباً برابر با کل درآمد صنعت معدن در جهان است. این حوزه، طبق گزارش بانک جهانی، بیش از ۵۰ میلیون نفر را در سراسر دنیا به کار گرفته است. بااین‌حال، شهرت بد این حرفه بی‌دلیل نیست. نیروی کار خلاق در سطح جهانی معمولاً دستمزدهای پایینی دریافت می‌کند، درحالی‌که سود اصلی به جیب مدیران و ستارگان مشهور می‌رود. شرایط کاری اغلب نامطمئن و ناپایدار است و بسیاری از افراد خلاق از پروژه‌ای به پروژه‌ی دیگر می‌روند، بدون امنیت شغلی. اما یک حقیقت انکارناپذیر وجود دارد: کار خلاقانه بدون (کار مخاطب) ارزشی ندارد. آنچه یک اثر خلاقانه را ارزشمند می‌کند، میزان درگیر شدن مخاطبان با آن است. در گذشته، مدل پخش سنتی، مخاطبان را مصرف‌کنندگانی منفعل در نظر می‌گرفت. آن‌ها در زمان‌های مشخصی برنامه‌های مدل، رسانه‌ها، مخاطبان را به تبلیغ‌کنندگان می‌فروختند و عملاً، مخاطب به یک «کالا» تبدیل شده بود. اما در دنیای پلتفرم‌های دیجیتال، نقش مخاطب تغییر کرده است. امروزه مخاطبان، نه‌تنها مصرف‌کننده‌ی محتوا هستند بلکه خود نیز تولیدکننده‌ی محتوا، تحلیلگر و حتی منبع داده محسوب می‌شوند.

سیاست‌های فرهنگی به‌گونه‌ای طراحی شوند که به تولید روایت‌های مثبت و سازنده منجر شوند.

چرا باید کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق را بخوانیم؟

کتاب سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق با رویکردی تحلیلی و انتقادی، به یکی از مهم‌ترین موضوعات عصر حاضر یعنی پیوند صنایع خلاق با سیاست، اقتصاد و فرهنگ می‌پردازد. مطالعه‌ی آن فرصتی فراهم می‌کند تا خواننده با چالش‌ها و فرصت‌های نیروی کار خلاق، نقش مخاطب در عصر دیجیتال و تأثیر فناوری‌های نوین بر فرهنگ و هنر آشنا شود؛ همچنین کتاب دیدگاه‌هایی تازه درباره‌ی روایت‌سازی، بازیابی و سیاست‌گذاری فرهنگی ارائه می‌دهد که می‌تواند برای پژوهشگران، سیاست‌گذاران و فعالان حوزه‌ی فرهنگ و هنر الهام‌بخش باشد. پرداختن به موضوعاتی مانند هوش مصنوعی و روایت‌های رسانه‌ای، این اثر را به منبعی ارزشمند برای فهم تحولات فرهنگی و اجتماعی معاصر تبدیل کرده است.

خواندن این کتاب را به چه کسانی پیشنهاد می‌کنیم؟

این کتاب برای پژوهشگران و دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی، ارتباطات، مطالعات فرهنگی، هنر و اقتصاد خلاق مناسب است؛ همچنین سیاست‌گذاران فرهنگی، مدیران صنایع خلاق، فعالان حوزه‌ی رسانه و هنر و هر کسی که دغدغه‌ی فهم تحولات فرهنگی و نقش فناوری در جامعه را

صاحب امتیاز:

جهاد دانشگاهی

مدیرمسئول :امیرعلی بینام

سردبیر: زیر نظر شورای سردبیری

تحریریه: لیلا قرنفلی | وحید امینی نژاد |

ابوالفضل صمدی لباف

همکاران این شماره: سحر اصغریان |

رضا طاهرخانی



۱۴۶۱

دوشنبه ۲۷ مهر ۱۴۰۵

۷ جمادی الاولی ۱۴۴۸

۱۹ اکتبر ۲۰۲۶

سال بیست و ششم

بازار کار

B A Z A R E K A R
W E E K L Y M A G A Z I N E

بنیانگذار اطلاع رسانی نوین کارآفرینی و اشتغال در ایران

کدپستی: ۱۴۱۶۸۵۳۳۵۳

آدرس چاپ ایران کهن:

تهران، خیابان مطهری، نرسیده

به چهارراه سهروردی

کوچه سندنچ، پلاک ۶،

مجمع چاپ کهن

۰۲۱-۵۴۸۸۹۰۰۰

گرافیک: شهره سلطان محمدی

عکاس: محمد امین دیزجی

زمینه انتشار:

اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی

آدرس هفته‌نامه: تهران،

خیابان انقلاب اسلامی

خیابان وصال شیرازی، کوچه بلخ، پلاک ۴

تلفن: ۶۶۹۷۱۸۲۵ نمایر: ۰۸-۶۶۹۵۳۰۰۸