کد خبر: ۲۸۴۰۳۲
دوشنبه ۱۸ مهر ۱۴۰۱ ۱۲:۴۵

مطالعات راهبردی (۱۳)

بررسی اجمالی موانع برآورد سهم بخش فرهنگ در اقتصاد

حمیدرضا ششجوانی در این کتاب به‌صورت اجمالی سهم بخش فرهنگ را در اقتصاد مورد بررسی قرار داده است. این نوشته در دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد تهیه شده است.

مقدمه

تا سال‌های پایانی دهۀ ۱۹۸۰ پژوهشگران عرصۀ فرهنگ هرگز به صنایع فرهنگی را به‌مثابۀ پدیده‌ای اقتصادی نگاه نکرده بودند، از دهه ۱۹۹۰ بدین‌سو برخی از پژوهش‌ها در کشورهای توسعه‌یافته نشان داد که صنایع فرهنگی و خلاق رشد قابل‌توجهی در تولید ناخالص داخلی (GDP) و ارزش افزوده ناخالص (GVA) به دست آوردهاند. ازهمین‌رو به‌صورت بالقوه می‌توانستند به بخشی تبدیل شوند که بر رشد کلیِ اقتصاد تأثیر بگذارند. برخی از اجزای این بخش (مثل طراحی) میتوانستند اثر سرریز (spillover effect) داشته باشند و نیروی کار باکیفیت و سرمایه‌گذار جذب کند و نوآوری و خلاقیت را در سراسر بخشهای مرتبط اقتصادی گسترش دهند.

این نتایج در زمان خودش جدل‌های داغِ دانشگاهی، سیاسی و اقتصادی را برانگیخت، پرسش اصلی این جدل‌ها اندازۀ مشارکت فرهنگ در توسعۀ اقتصادی بود و سبب شد تا «نقش فرهنگ در توسعۀ ساخت‌مند و تغییر اقتصاد» مجدداً بازبینی و اندازه‌گیری شود. نتایج پیش گفته، صنایع فرهنگی را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلیِ صورتبندیِ سیاست‌گذاریِ اقتصادی و برنامه‌ریزی توسعه تثبیت کرد (UNESCO-UIS ۲۰۱۲, ۷) و در شاخص‌های «ظرفیت تولیدی فرهنگ»، «اندازۀ طبقۀ خلاق» و «امکانات رفاهی» را به شاخص‌های عمومی افزود.

به هر روی صنایع فرهنگی به‌خاطر تأثیرش در تقویت توسعۀ بیشازپیش در اقتصاد مدرن و دانشبنیان امروزی اهمیت یافته است. البته نقش صنایع فرهنگی منحصر به اقتصاد نمی‌شود بلکه تأثیرات دیگری هم دارد که آن را تأثیرات غیراقتصادی می‌نامند که عبارتند از: تقویت همبستگی اجتماعی و داخل گروه‎های حاشیه‌ای (Council of Europe, ۱۹۹۸; Matarasso, ۱۹۹۷) ؛ ایجاد نظام ارزشی جدید (Ingelhart, ۲۰۰۰)؛ میدان‌دادن به خلاقیت، استعداد و برتریهای ذاتی(Throsby,۲۰۰۱; UN,۲۰۱۰b)؛ توسعۀ تنوع فرهنگی؛ تقویت هویت ملی، هویتسازی برای گروه‌های متفاوت اجتماعی (UNESCO,۲۰۰۵b; Herrera,۲۰۰۲; Throsby, ۲۰۰۱).

امروزه دیگر فهم بیشتر و آزمودهشده‌تری از اهمیت اقتصادی صنایع فرهنگی وجود دارد. مسلم شده که صنایع فرهنگی در رشد تولید ناخالص داخلی و ارزش‌افزودۀ ناخالص و اشتغال مؤثرند و میتوانند جایگاه تجارت خارجی و قدرت رقابتِ کشورها را ارتقا دهند. صنایع فرهنگی قادرند در باززایی و برندسازی شهرها و نیز در جذب سرمایه و تجارت سهیم باشند. برخی از پژوهشگران بر این باورند که صنایع فرهنگی بدین‌سبب اهمیت دارد که توانسته راهی تازه برای توسعۀ اقتصادی نشان دهد و خود یکی از بخش‌های کوچکی است که نیروی محرکۀ توسعه در آینده است. (Lash and Urry, ۱۹۹۴; Jensen, ۱۹۹۹; Pine and Gilmore,۱۹۹۹). این روندها را گاهی فرهنگی‌کردن اقتصاد (culturalisation of the economy) یا خلاق‌سازی اقتصاد (creativisiation of the economy) نامیده‌اند (Ellmeier, ۲۰۰۳).

این مباحث در کشور ما تقریباً تازه‌اند، اولین کوشش‌های ناکام دراین‌باره به برنامهٔ سوم توسعه و سال‌های دولت دوم خاتمی برمی‌گردد که بدون نتیجه‌ای علمی مطرح شده‌اند، فریبرز رئیس‌دانا (۱۳۷۹) و علی اعظم محمدبیگی (۱۳۷۹) در پژوهش‌ها و نوشته‌های ضرورت این مبحث را مطرح کرده‌اند. بعدها عطاالله رفیعی آتانی (۱۳۸۳) به این موضوع پرداخت و بعد از آن تا جایی که محقق می‌داند، هنوز متنی ویژهٔ این مباحث به چاپ نرسیده است.