



## صنایع فرهنگی؛ مفاهیم و پیشنهادها

مهندس مرتضی کاظمی

مرجع: ماهنامه‌ی "صنعت و فرهنگ"، شماره‌ی هشتم، خرداد ۱۳۸۶، صص ۵۴ و ۵۵.

هنر، صنعت، فن، صنایع مستظرفه و صنعت فرهنگ کلمات و تعابیری هستند که هر کدام در یک دوره‌ی تاریخی، به فعالیتی اشاره داشته‌اند که امروزه بدان صنایع فرهنگی اطلاق می‌شود. به همین سبب برای نیل درک و دریافتی درست از صنایع فرهنگی و ارایه‌ی تعریفی جامع و فراگیر از آن، ناگزیر باید در یک روند تاریخی و از دو منظر ملی و جهانی به کنکاش در آن پرداخت.

صنایع فرهنگی از منظر ملی و در گستره‌ی فرهنگ و تمدن ایران زمین، دارای جریان‌ی مداوم و بدون انقطاع است، اگر چه به دلیل شکل و چه‌گونگی تولید، می‌توان روند آن را در دو مقطع زمانی شامل دوران تاریخی (تولید دستی) و دوران جدید (تولید و تکثیر انبوه) تفکیک کرد.

برای مثال دهخدا در لغتنامه‌ی بزرگ خود و به نقل از "غیاث‌اللغات" صنعت را معادل پیشه و هنر ذکر کرده و در تعیین برخی از مصادیق آن از صنعت سخن یا شعر، صنعت نقاشی، صنعت سفال‌سازی، صنعت معماری، صنعت گچ‌بری صنعت مینیاتورسازی و صنعت مجسمه‌سازی نام برده است که امروزه در زمره‌ی صنایع فرهنگی قرار می‌گیرند و در برابر صنعت‌گر و صنعت‌گری نیز هنرمند و هنر نمودن را آورده است که امروزه با دو مفهوم متفاوت و کاملاً متمایز به‌کار می‌روند. این تعریف و برداشت از صنعت بیانگر آن است که در سیر تاریخی فرهنگ و تمدن ایران، صنعت و هنر را یکی دانسته و بر فعالیتی اطلاق می‌کرده‌اند که محصول نبوغ، خلاقیت و مهارت توامان بوده است.

این کاربرد مشترک مفهومی بین صنعت و هنر، تا اولین دهه‌های قرن حاضر شمسی نیز ادامه می‌یابد آن‌چنان که برای اداره‌ی امور هنرهای زیبا تشکیلاتی با عنوان "صنایع مستظرفه" در وزارت معارف ایجاد شده و در دهه‌های بعدی به وزارت فرهنگ و هنر منتقل می‌شود. اما به‌زودی و پس از ورود صنعت و فناوری جدید به کشور و گسترش مبادلات بین‌المللی در کلیه‌ی



شئون و عرصه‌های اجتماعی، صنایع فرهنگی در ایران جنبه‌ها و ابعاد جدیدی پیدا می‌کند که در جای خود بررسی و تحلیل خواهد شد.

از منظر جهانی نیز می‌توان دو مقطع زمانی پیش‌گفته را برای تشریح روند صنایع فرهنگی در جهان قایل شد. بدین ترتیب که هم‌زمان با شروع انقلاب صنعتی در غرب و ساخت نخستین دستگاه‌های چاپ و متعاقب آن در دهه‌های پایانی قرن نوزدهم و در سراسر قرن بیستم، این صنایع اشکال و ابعاد جدید و گسترده‌ای می‌یابد که به‌طور کلی با روند پیش از آن متفاوت است. شاید بارزترین وجه تمایز و تفاوت صنایع فرهنگی در این دو مقطع زمانی از تاریخ غرب، این باشد که قبل از تحولات انقلاب صنعتی، فرهنگ دارای معنا و مفهومی والا بود که مخاطبان خود را تنها در بین نخبگان، اندیش‌مندان و طبقات بالای جوامع می‌یافت اما پس از تحولات فنی و تکنیکی و به‌دلیل ظهور صنعت فرهنگی و امکان تولید و تکثیر کالاها و محصولات فرهنگی، توانست به پایین‌ترین لایه‌ها و سطوح اجتماعی راه یافته و دایره‌ی مخاطبان خود را گسترش داده و تمایلات توده‌های مردم را پاسخ دهد.

در این جا ذکر این نکته ضروری است که در شرایط کنونی قرن بیست‌ویکم و با توجه به پدیده‌ی جهانی‌شدن که بازارهای مالی، نظام‌های اقتصادی و مبادلات اطلاعاتی مرزهای جغرافیایی را درنوردیده و هرگونه محدودیتی را از پیش رو برمی‌دارند، فرهنگ به‌طور عام و صنایع فرهنگی به‌طور خاص، از چه شرایط و جایگاهی برخوردار خواهد شد؟ آیا می‌تواند همچنان در درون مرزهای ملی به حیات و پویایی خود ادامه دهد و در چنین صورتی چه نوع و چه میزان مبادلات با سایر فرهنگ‌ها خواهد داشت؟ و در غیر این صورت، هویت فرهنگی ملت‌ها به چه سرنوشتی دچار خواهد شد؟

چند سالی است که پرسش‌هایی از این دست ذهن و ضمیر اصحاب فرهنگ و هنر و دولت‌مردان بسیاری از کشورها را به خود مشغول داشته است که ورود به آن مجالی دیگر را می‌طلبد ... باری در یک نکته نباید تردید داشت که صنایع فرهنگی در دوران تاریخی و جدید، و در سطح ملی و جهانی، به آن دسته از صنایع اطلاق می‌شود که به تولید کالاها با خدماتی می‌پردازند که حامل ارزش‌ها، اندیشه‌ها و پیام‌هایی برای تحول فرهنگی و تحکیم مناسبات اجتماعی هستند. وجه تمایز این‌گونه صنایع با سایر صنایع وجه فرهنگی و با سایر بخش‌های فرهنگ، وجه اقتصادی آن‌هاست.



افزون بر این، فرآیند تولید در صنایع فرهنگی، متشکل از اندیشه و خلاقیت اصحاب فرهنگ و هنر است که در قالب کالاها یا خدمات فرهنگی نیازها و تمایلات مردم را به منزله‌ی مخاطبان یا مصرف‌کنندگان، مرتفع می‌سازند.

صنایع فرهنگی، طیف متنوع و گسترده‌ای از محصولات و برنامه‌های فرهنگی، از قبیل تولیدات سینمایی و سمعی و بصری، رادیو و تلویزیون، چاپ و نشر، رسانه‌ها، مدیریت رخدادهای تولیدات موسیقی، چندرسانه‌ای‌ها، صنایع دستی، تبلیغات، اسباب‌بازی، نرم‌افزارها، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، معماری، جهان‌گردی فرهنگی، طراحی و گرافیک (از طراحی پوستر تا طراحی لباس و زیورآلات) و اخیراً اینترنت را در برمی‌گیرد.

در بیان نقش و تاثیر صنایع فرهنگی، علاوه بر آن چه با عنوان تحول در هویت فرهنگی جوامع و تحکیم مناسبات اجتماعی گفته شد، می‌توان به زمینه‌ها و امکانات فراوانی اشاره کرد که این‌گونه صنایع را در اختیار جهانیان قرار داده است. زمینه‌هایی هم‌چون انتشار، بسط و گسترش عمیق‌ترین مفاهیم و اندیشه‌های دینی، فلسفی، سیاسی، خردورزی و امکاناتی هم‌چون شبکه‌های اطلاعاتی، طرح مهم‌ترین مسایل انسانی و جهانی از قبیل آزادی، محیط زیست، تبعیض نژادی، بازتولید مقاطع حساس تاریخی، ظهور هنرهای جدید و در نهایت تسهیل در مبادلات فرهنگی، تنها نمونه‌هایی از نقش و تاثیر صنایع فرهنگی در زندگی امروز انسان‌هاست.

صنایع فرهنگی به تولید کالاها یا خدماتی می‌پردازند که حاصل  
ارزش‌ها، اندیشه‌ها و پیام‌هایی برای تحول و تحکیم مناسبات  
اجتماعی هستند.

## پیشینه‌ها

صنایع فرهنگی یادآور یکی از جذاب‌ترین و جنجال‌برانگیزترین پدیده‌های دنیای جدید یا عصر مدرنیته است که به‌ویژه در نخستین دهه‌های قرن بیستم با پیش‌رفت چشم‌گیر فناوری ظهور یافت و با ورود به زندگی، بخش قابل توجهی از اندیشه و رفتار مخاطبان خود را تسخیر کرد و همین امر زمینه‌های ورود اندیش‌مندانی هم‌چون "والتر بنیامین"، "تئودور آدورنو" و "ماکس هورکهایمر" از فیلسوفان مکتب فرانکفورت و هنرمندانی چون "برتولت برشت" را به عرصه‌ی جدلی کلامی در نقد صنایع فرهنگی فراهم ساخت.

"والتر بنیامین" از تکثیر آثار هنری یا به تعبیر امروزی آن صنایع فرهنگی به سبب آن که با ورود به زندگی همگانی، امکان تقویت ذوق هنری و ارتقای ادراک زیبایی‌شناسی مردم را فراهم می‌آورد، دفاع می‌کرد و آن را از ضرورت‌های زندگی جدید می‌دانست و از بین صنایع فرهنگی، سینما را در نقطه‌ی مرکزی توجه خود داشت. "برتولت برشت" نیز بر همین عقیده بود و صنایع فرهنگی را راه‌گشای خردورزی جوامع می‌پنداشت. از سوی دیگر اما "تئودور آدورنو" و "ماکس هورکهایمر"، با روشنی و صراحت تمام و با اذعان به این که صنایع فرهنگی سبب نزول‌شان والای فرهنگ شده و بدان منش کالایی و بازاری می‌بخشد، با آن مخالفت می‌ورزیدند و معتقد بودند که آثار هنری تکثیرشده هم‌چون موسیقی جاز با ایجاد عادات انحرافی و مخرب در شنوندگان، قدرت خلاقیت آن‌ها را از بین می‌برد و ایشان را تا حد مصرف‌کنندگانی بی‌اختیار پایین می‌آورد و اهداف خود را به آنان تحمیل می‌کند. اگرچه این اختلاف نظر و دیدگاه نسبت به صنایع فرهنگی هم‌واره وجود داشت اما روند رو به رشد و گسترش روزافزون آن نقش دیگری را رقم می‌زد.

در امتداد این مباحثه‌ی کلامی بر سر صنایع فرهنگی و رابطه‌ی آن با شان فرهنگ، مباحثه‌ی دیگری در میان صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان توسعه، بر سر رابطه و نسبت فرهنگ با توسعه در گرفت که اگرچه با تاخیر زمانی و تقریباً در اوایل دهه‌ی ۶۰ میلادی رخ داد اما از شدت بیش‌تری برخوردار بود و با به‌جای‌گذاشتن آثار وسیع‌تر و عملی‌تر، در گشودن گره‌های کور توسعه‌ی فرهنگی جوامع، نقشی اساسی ایفا کرد.

تا قبل از آن دهه، توسعه با ماهیتی اقتصادی و صنعتی تعریف می‌شد که با هدف افزایش تولید ناخالص ملی و به‌تبع آن رشد اقتصادی شکل می‌گرفت و به‌همین سبب در ارزیابی و سنجش میزان موفقیت آن نیز تنها از شاخص‌های اقتصادی مثل نرخ اشتغال‌زایی، سرانه‌ی درآمد ملی، رشد امکانات مادی و سایر شاخص‌های کمی استفاده می‌شد اما طی دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی از یک‌سو به‌دلیل بحران‌های اجتماعی پس از جنگ جهانی دوم و ضرورت بازسازی روحی و روانی ملت‌های آسیب‌دیده و از سوی دیگر به‌دلیل تحقق‌نیافتن کامل برنامه‌های توسعه‌ی ناشی از بی‌توجهی به ابعاد فرهنگی و اجتماعی، روند دیگری آغاز شد و مفاهیمی تازه از توسعه در محافل علمی و برنامه‌ریزی مطرح گردید و فرآیند توسعه‌ی تک‌بعدی را به توسعه‌ی چندبعدی ارتقا داد که که نه‌تنها رشد اقتصاد را دنبال می‌کرد بلکه تغییر و تحول در اندیشه و رفتار فردی و ساختارهای اجتماعی، رفاه معنوی و به‌طور کلی توسعه‌ی فرهنگی را نیز در اولویت اهداف خود منظور می‌داشت.



مهم‌ترین پیامدهای این تغییر نگرش در تعریف، طراحی و برنامه‌ریزی توسعه، این بود که هدف توسعه از حد رشد اقتصادی به حد تامین رفاه مادی توأم با رفاه معنوی انسان‌ها، ارتقا یافت که تنها از طریق شکوفایی استعدادهای آن‌ها و مشارکت فعال‌شان در برنامه‌های توسعه امکان‌پذیر است. این پیامدها، زمینه‌های تغییر نگاه به فرهنگ را از یک پدیده تنها دارای ارزش کیفی و فاقد ارزش اقتصادی و حتا در مواردی دارای ارزش منفی اقتصادی، به پدیده‌ای تعیین‌کننده حتا برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم ساخت و افزون بر آن اقتصاد فرهنگ را در ادبیات توسعه وارد کرد و توجه کارشناسان اقتصادی را به ظرفیت اقتصادی فرهنگ جلب کرد که قبلاً و در بهترین حالت در حاشیه‌ی آمارهای اقتصادی دیده می‌شد. نقش صنایع فرهنگی در این تغییر نگرش به فرهنگ و اصلاح ارتباط آن با توسعه و ارتقای نقش آن در برنامه‌های توسعه، حیاتی و انکارناپذیر است زیرا این صنایع فرهنگی بود که در میان بخش‌های گوناگون فرهنگ، با شکوفاساختن ظرفیت اقتصادی فرهنگ و رونق روزافزون مصرف فرهنگی، خط بطلان بر ادعای غیر مولد بودن فرهنگ کشید و نشان داد که با حفظ سنت‌ها، ارزش‌ها و باورها از یک‌سو و با تقویت هویت فرهنگی، قدرت خلاقیت و میزان آگاهی بخشی مردم از سوی دیگر موانع اجتماعی توسعه را از میان برداشته و موفقیت برنامه‌های توسعه را تضمین می‌کند. در حقیقت صنایع فرهنگی، حقانیت فرهنگ را در ساحت فرابخشی آن به‌عنوان یک عامل حیاتی در رشد و توسعه‌ی فراگیر و پایدار یک کشور به اثبات رسانید و نشان داد که توسعه‌ی درون‌زا تنها بر مدار فرهنگ، دست‌یافتنی است ...

در نهایت ذکر این نکته را ضروری می‌داند که این مقال را مجال آن نبوده است که نیم‌نگاهی حتا به هزارتوی پیچیده‌ی فرهنگ بیندازد و یا پرتویی از طیف گسترده‌ی صنایع فرهنگی را بازتاباند اما امید دارد که در این نخستین گام و با ارایه‌ی ساده از مفاهیم و پیشینه‌ها، توانسته باشد راه ورود به این قلمرو کلان را در دیگر شماره‌های ماهنامه‌ی صنعت و توسعه بگشاید.

## منابع و ماخذ

۱. "گزاویه دویوئی" فرهنگ و توسعه ترجمه‌ی فاطمه فراهانی و عبدالحمید زرین‌قلم، انتشارات کمیسیون ملی یونسکو
۲. بابک احمدی، خاطرات ظلمت، انتشارات نشر مرکز
۳. کتاب "فرهنگ، تجارت و جهانی‌شدن" از انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران