



تحلیلی بر خانه‌های خلاق و نوآور از منظر نشاط فرهنگی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۹/۱۴

شماره مسلسل: ۲۰۲۷۶

کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

تحلیلی بر خانه‌های خلاق و نوآور
از منظر نشاط فرهنگی

نوع گزارش: طرح و لایحه ، نظارتی ، راهبردی

نام دفتر:

مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه فرهنگ عمومی، هنر و صنایع خلاق)

تهیه و تدوین کنندگان:

احسان جهانگیری، رضا مستمع

مدیر مطالعه:

رضا مستمع

ناظر علمی:

موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز:

سیدمجید امامی (دبیر سابق شورای فرهنگ عمومی کشور و رایزن فرهنگی ایران در ایتالیا)

اظهار نظر کننده داخل مرکز:

سید مجتبی احمدنیا (خانه خلاق قوه مقننه)

اظهار نظر کنندگان خارج از مرکز:

سید مهدی سادات (مدیر عامل صندوق پژوهش و نوآوری)،
سید امیر آقایی (دبیر کارگروه بازار پردازی شورای فرهنگ عمومی)

گرافیک و صفحه آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

مژگان کاظمی

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۲/۱۰/۰۱

واژه‌های کلیدی:

- خانه خلاق و نوآوری
- صنایع خلاق، نشاط فرهنگی
- زیست‌بوم خلاق



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه و بیان مسئله	۹
۲. پیشینه	۱۱
۳. جایگاه نشاط فرهنگی در سیاستگذاری و سنجش فرهنگی	۱۲
۴. کنشگران و مخاطبین خانه خلاق	۱۴
۵. الگوهای خارجی مراکز خلاق و هم‌آفرینی	۱۶
۶. مزایای الگوهای خارجی: مسئله محوری و شبکه‌سازی حول فضای فیزیکی یکپارچه و وسیع	۹
۷. معایب و آسیب‌های الگوهای خارجی	۲۰
۸. بررسی خانه‌های خلاق و نوآوری از منظر نشاط فرهنگی در داخل کشور.....	۲۲
۸-۱. سیاستگذاری خانه‌های خلاق و نوآوری و سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم	۲۲
۸-۲. مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق».....	۲۶
۸-۳. نقدی بر مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق» ...	۲۷
۸-۴. الگوهای بومی شده خانه‌های خلاق و نوآوری در زیست‌بوم خلاق در کشور	۲۸
۹. وضعیت مطلوب خانه‌های خلاق و نوآوری	۳۰
۱۰. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۳۱
۱۰-۱. پیشنهادها و راهبردهای سیاستی	۳۲
۱۰-۲. نگاهت نهادی و راهکارهای تقنینی برای حل مسئله توسط خانه‌های خلاق و نوآوری	۳۳
منابع و مأخذ	۳۵

فهرست جداول

جدول ۱. اهم برنامه خانه خلاق و نوآوری.....	۱۰
جدول ۲. تحلیل پیشینه موضوعی.....	۱۱
جدول ۳. نمونه‌های دیگر مراکز خلاق فعال جهانی در خارج از کشور	۱۸
جدول ۴. بخشی از دلالت‌های نشاط فرهنگی و مشارکت در بخش چشم‌انداز، اصول و اهداف کیفی و کمی «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم».....	۲۴

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. دامنه‌های نشاط فرهنگی	۱۲
شکل ۲. تعداد و پراکندگی خانه‌های خلاق به ثبت رسیده در معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری.....	۱۵
شکل ۳. روند فرهنگی مطلوب در خانه‌های خلاق و نوآوری	۳۲



تحلیلی بر خانه‌های خلاق و نوآور از منظر نشاط فرهنگی

چکیده



مفهوم نشاط فرهنگی بیانگر سهم فرهنگ و هنر در زندگی روزمره افراد جامعه است و مشارکت در تولید و مصرف کالا یا خدمات فرهنگی را می‌سنجد. ایده خانه‌های خلاق و نوآوری در ابتدا، بستر مناسبی برای اصلاح و تقویت زیست‌بوم صنایع خلاق و عرصه‌ای برای ارتقای نشاط فرهنگی به نظر می‌رسید؛ اما در مرحله اجرا، فراز و فرودهایی را تجربه کرد. اکنون دوره‌ای را گذرانده که می‌توان ارزیابی نمود از سیاستگذاری تا اجرا، خانه‌های خلاق و نوآوری در رسیدن به بستری رضایت‌بخش و امیدآفرین در جهت تقویت مشارکت مردمی در بستر فرهنگ چگونه عمل کرده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد خانه‌های خلاق بیشتر از اینکه بر مفهوم مشارکت فرهنگی تأکید داشته باشند، در حال حاضر بر وجوه فناورانه تصریح دارند. با توجه به دغدغه مشارکت مردمی در امر تولید خصوصاً در بیانات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، برای بهبود مشارکت در زیست‌بوم خلاق، راهکارهایی پیشنهاد شده است:

الف) راهبری خانه‌های خلاق توسط افراد خودانگیخته و متعهد خارج از بدنه دولتی به‌عنوان رابط میان کنشگری عمومی و چارچوب حاکمیتی،

ب) پایش خانه‌های خلاق بر اساس مسئله‌محور عمل کردن و سپس اتخاذ تصمیم به توسعه یا انحلال آنها،

ج) ساماندهی و هدایت خانه‌های خلاق و نوآوری موفق، ذیل ماده واحده راه‌اندازی شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی و خلاق کشور مصوب ۱۴۰۲/۱۱/۲۴ شورای عالی انقلاب فرهنگی،

د) مقتضی است حمایت از خانه‌های خلاق از شکل حمایت‌های مالی مستقیم به شیوه‌های تأمین غیرمستقیم و حرکت به سوی کاهش وابستگی به دولت سوق یافته و مشارکت فرهنگی مزیت‌های رقابتی ایجاد کند.

شرح / بیان مسئله

ایده‌خانه‌های خلاق و نوآوری محصول دغدغه جذب حمایت برای رونق صنایع خلاق بود که انتظار می‌رفت به دو مسئله اصلی یعنی: (الف) رشد و شکل‌دهی کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) و (ب) ساماندهی و پوشش همه حوزه‌های صنایع خلاق (به‌خصوص صنایع و هنرهای انفرادی مانند نقاشی یا آنهایی که امکان تبدیل به یک شرکت خلاق را ندارند)، پاسخ دهد. خانه‌های خلاق و نوآوری را می‌توان از دو جهت الگویی قابل دفاع و ظرفیتی برای افزایش نشاط فرهنگی دانست: (الف) لزوم توجه به مردمی بودن عرصه فرهنگ و خلاقیت، (ب) نیاز به الگوهای کاربردی و نوین برای توسعه فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران. به‌طور کلی، ایده‌خانه‌های خلاق در نظر برای اصلاح و بهبود زیست‌بوم صنایع فرهنگی بسیار مفید بوده اما در عمل با توجه به فقدان جلب مشارکت مکفی، نتوانسته در زنجیره ارزش صنایع خلاق نقش جدی ایفا کند. مشارکت مردم در امور فرهنگی سهم مهمی در ارتقای نشاط فرهنگی و ظهور خلاقیت دارد و خانه‌های خلاق و نوآوری این ظرفیت را دارند که مشارکت جمعیت زیادی از فعالان را پوشش دهند، کسب و کارهای نوپا و اقشار مختلف را جذب کنند و بازدهی و پویایی آنها را افزایش دهند؛ از این جهت نشاط فرهنگی رویکردی است که موجب حیات فرهنگی خانه‌های خلاق و نوآوری شده و به تبع آن موجب احیای امید جامعه برای مشارکت مردمی و زیست مولد می‌شود.

به بیان ساده مسئله این گزارش، مشارکت فرهنگی در جهت ایجاد نشاط و بالندگی فرهنگی جامعه است و دلیل ضعف عملکرد خانه‌های خلاق و نوآوری را نرسیدن به مشارکت فرهنگی مطلوب می‌داند. مشارکت فرهنگی هم به تولید و هم به مصرف خدمات و کالای فرهنگی یا هر ایده خلاق اشاره دارد و مفهوم ملموس‌تری از نشاط فرهنگی ارائه می‌دهد. در این راستا بررسی می‌کنیم روند سیاستگذاری خانه‌های خلاق و نوآوری در رسیدن به بستری رضایت‌آفرین و امیدبخش در جهت توسعه مشارکت فرهنگی چگونه بوده است؟ و برای اصلاح این روند پیشنهادهایی ارائه می‌دهیم.

از ابتدای اجرای طرح خانه‌های خلاق و نوآوری یعنی سال ۱۳۹۸، ثبت مجموعه‌های واجد شرایط به‌عنوان خانه خلاق و نوآور اولویت یافت زیرا برای پیشبردن این طرح و الگو در سطح کلان و جذب حمایت‌ها، لازم بود به تعداد مطلوبی از خانه‌های خلاق رسید. اگرچه کارکرد اصلی خانه‌های خلاق و نوآوری تکمیل‌کننده چرخه اقتصادی صنایع خلاق و کمک به بازارسازی کسب و کارهای نوپا در نظر گرفته شده بود؛ اما تمرکز بر افزایش تعداد خانه‌های خلاق و نوآوری باعث شد از توجه به بازدهی و سهم خانه‌های خلاق در زنجیره ارزش صنایع خلاق غفلت شود. با تشویق معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، تعداد به‌نسبت مناسبی از خانه‌های خلاق و نوآوری ثبت شدند؛ این تشویق‌ها و وعده‌ها، نوعی توقع حمایت را در فعالان این مجموعه‌ها ایجاد و آنان را به تسهیلات ویژه‌ای امیدوار کرد که عملاً آن‌طور که انتظار می‌رفت، محقق نمی‌شد و در بین شبکه خلاق این تلقی به وجود آمد که صنایع خلاق نسبت به دانش‌بنیان‌ها در دولت از حمایت کمتری برخوردار است.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

خانه‌های خلاق و شبکه فعال آن بایستی در معرض هدایت و خط‌مشی‌گذاری مطلوب، به‌به‌روری مناسب خود برسند. با توجه به آسیب‌شناسی صورت گرفته در این گزارش پیرامون زیست‌بوم خلاق در کشور، مهم‌ترین شرایطی که برای موفقیت خانه‌های خلاق و نوآوری باید مورد توجه قرار گیرند، عبارت‌اند از:

الف) مسئله محور عمل کردن خانه‌های خلاق و نوآوری: خانه‌های خلاق مسئله‌محور بر ایده‌هایی متمرکز می‌شوند که تقاضایی را در مخاطب پوشش می‌دهند؛ پاسخ به این تقاضا از طریق توجه به مخاطب و بازخورد آن، اصلاح و منطبق با ذائقه او می‌شود و مسئله‌ای مشخص را پاسخ می‌دهد.



ب) احراز توانمندی خانه‌های خلاق و نوآوری در حوزه شبکه‌سازی: در شبکه‌سازی صنایع خلاق صاحبان ایده به متخصصین حوزه خود مرتبط می‌شوند تا بدین وسیله ایده‌ها تقویت و عینی‌تر شوند. در خانه‌های خلاق حول هر ایده باید یک شبکه‌ای از افراد هم‌افزا در حوزه‌ای مشخص ایجاد کرد که بتوانند به یک مسئله بهترین پاسخ را بدهند و نیازی جدی را برآورده سازند. بنابراین باید احراز شود مجموعه چه برنامه‌ای برای شبکه‌سازی دارد و این برنامه به چه میزانی می‌تواند عملیاتی باشد.

ج) ورود به عرصه رقابت از طریق نقش آفرینی نخبگانی و در برداشتن ابزار فناورانه: در میان نقش آفرینان خانه‌های خلاق افراد موفق در شرایط کنونی بیشتر کسانی هستند که از آن جهت که دارای ایده و ابزار فناورانه هستند، می‌توانند در میدان کسب و کار حضور یابند، رقابت کنند و با بهره‌گیری از فناوری در جامعه هدف، ارزش افزوده ایجاد کنند.

■ پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

راهکارهای زیر برای ارتقای نشاط فرهنگی و مشارکت مردمی در بستر صنایع خلاق و بهبود وضعیت خانه‌های خلاق و نوآوری احصا شده که از میان راهکارهای دیگر حل مسئله دارای اولویت است:

۱. باید راهبران خانه‌های خلاق افراد صاحب اراده، مسئولیت‌پذیر و متعهد و دارای محبوبیت عمومی باشند؛ راهبرانی که به صورت خودانگیخته فارغ از بدنه دولتی و سازمانی، در این عرصه دارای تخصص و انگیزه هستند. این افراد نقش واسط میان عموم و حاکمیت را ایفا می‌کنند؛ لذا ظرفیت نمایندگان مجلس شورای اسلامی به عنوان نماینده اقشار مختلف جامعه در شناسایی و کمک به رشد مراکز خلاق غیر قابل انکار است. این پیشنهادی برای ساماندهی تعاملات نمایندگان مجلس شورای اسلامی با شبکه فعالان نوآوری و صنایع خلاق در سراسر کشور است که با افزایش شناخت الگوی تنظیم‌گری و شناخت ظرفیت‌های مناطق مختلف کشور در حوزه صنایع خلاق، زمینه‌های پیگیری‌های تقنینی و نظارتی حوزه صنایع خلاق را در مجلس شورای اسلامی فراهم می‌آورد.

۲. سیاستگذاری‌های سلیقه‌ای و تجربه‌های ناکام فعالان خانه‌های خلاق و نوآوری بر مشارکت فرهنگی به زیست‌بوم خلاق خدشه وارد می‌کند؛ باید خانه‌های خلاق و نوآوری نسبت به توانمندی و ظرفیت‌شان در حل مسائل زیست‌بوم خلاق ارزیابی شوند و اگر عملکرد موجهی ارائه نمی‌دهند، منحل شوند. متقابلاً موارد موفق، توسعه یابند و شبکه‌ای را تشکیل دهند. بنابراین تأکید می‌شود از ظرفیت شبکه خانه‌های خلاق و نوآوری در خصوص مصوبه راه‌اندازی «شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق» شورای عالی انقلاب فرهنگی استفاده شود. بدین منظور لازم است:

الف) بازنگری و اصلاح خانه‌های خلاق و نوآوری از اولویت‌های ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم قرار گیرد،

ب) هدایت فعالان شبکه خانه‌های خلاق و نوآوری موفق در عملیاتی کردن مصوبه تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم،

ج) به کارگیری کلیه ظرفیت‌های دستگاه‌های دولتی در تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم مانند اتاق بازرگانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات جهت تسهیل بازاریابی بین‌المللی و صادرات صنایع فرهنگی و نرم در این ساختار و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران در حوزه صنایع خلاق.

۱. مقدمه و بیان مسئله

اهمیت برنامه‌ریزی در راستای **مردمی سازی فرهنگ** مورد تأکید مقام معظم رهبری مدظله‌العالی و مورد اتفاق سیاستگذاران فرهنگی کشور است؛ زیرا معمولاً فعالیت‌های فرهنگی بدون توجه به **مشارکت مؤثر مردم**، توفیق اندکی کسب کرده و حتی گاه می‌توانند کژکار کردهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی داشته باشند.

امروزه زیست اجتماعی جامعه کنونی با پیچیدگی‌هایی مواجه است؛ الگوها و ساختارهای قدیمی که متضمن مشارکت جامعه هستند، متناسب با این پیچیدگی‌ها نبوده و از کفایت لازم در انتقال حس اثربخشی ناشی از سهیم شدن در سرنوشت جامعه کم‌بهره یا بی‌بهره‌اند؛ لذا باید برای مشارکت مردم در وجوه مختلف به خصوص مشارکت فرهنگی بسترهای نوآورانه و بومی فراهم آورد. رهبر معظم انقلاب به مسئله مشارکت مردمی و اثر شگرف آن در حل مشکلات کشور بارها تأکید داشته‌اند ایشان پیوند این دو مسئله اساسی کشور یعنی جهش تولید و مشارکت مردمی را مورد تأکید قرار دادند و در آیین آغاز سال جدید (۱۴۰۳) نام آن را «جهش تولید با مشارکت مردم» نامیدند که بیانگر دغدغه‌ی ایشان و لزوم توجه مسئولین و اقشار به این مسئله است؛ همچنین اولویت و اهمیت مشارکت مردمی در برهه کنونی را بر ما عیان می‌کند.

صنایع فرهنگی نقش مهمی در ایجاد رشد اقتصادی فراگیرتر و افزایش مشارکت جوانان دارد؛ بررسی‌ها نشان می‌دهد در کشورها با درآمد متوسط و پایین، حدود ۲۵ درصد از کل اشتغال در بخش فرهنگ را جوانان بین ۱۵ تا ۲۴ ساله تشکیل می‌دهند. همچنین حدود ۴۸ درصد فعالیت‌های حوزه فرهنگ و سرگرمی توسط زنان انجام می‌شود که زیرمجموعه صنایع فرهنگی قرار می‌گیرند. بنابراین حوزه صنایع خلاق دارای ظرفیت بالایی در مشارکت اقشار مختلف خصوصاً افراد خلاق جامعه دارد لذا با افزایش سهم صنایع خلاق در توسعه فرهنگی می‌توان به صورت عینی رویکرد افزایش مشارکت فرهنگی را دنبال کرد [۱].

با گذار اقتصاد صنعتی به اقتصاد دانش‌بنیان تأثیرات شگرفی در شهرها و الگوهای اجتماعی ایجاد شده است. زیست‌بوم خلاق جایی است که در آن ادراک و ارتباطات پرورش می‌یابد، تنوع فرهنگی غنیمت شمرده می‌شود و یک فضا بیش از قابلیت‌هایی که دارد مورد استفاده قرار می‌گیرد. شهرهای خلاق دارای مردمی پویا و خلاق هستند که فرد در آنجا فرصت رشد پیدا می‌کند و همچنین در جامعه همه با هم در تلاش‌اند که شهر خود را به مکانی بهتر برای زندگی کردن تبدیل کنند [۲]. در این مسیر نشاط بین اقشار جامعه افزایش می‌یابد. خوانش این پژوهش از مسئله نشاط و خلاقیت بیشتر با مفاهیم پویایی، حیات فرهنگی و امید اجتماعی قرابت دارد همان‌گونه که مقام معظم رهبری مدظله‌العالی در بیانات خود چنین می‌فرمایند: «اینکه مرتب می‌گوییم نشاط، بعضی‌ها خیال می‌کنند که نشاط یعنی رقاصی، که فلان برنامه موسیقی را یا فلان برنامه را در تئاتر و در تلویزیون بگذاریم تا مردم نشاط پیدا کنند! معنای نشاط این نیست؛ نشاط یعنی حوصله کار، نشاط کار، تحرک، اینکه دل انسان آماده باشد برای حرکت، کار، فعالیت کردن؛ خسته و ملول و افسرده نباشد؛ این معنای نشاط است. به خصوص شما جوان‌ها خیلی به این احتیاج دارید»^۱.

با این تعریف برای نیل به این افق و احیای پویایی و نشاط فرهنگی در کشور باید ظرفیت‌هایی که افزایش مشارکت فرهنگی را در پی دارند، مطالعه شوند؛ یکی از این بسترها خانه‌های خلاق و نوآوری^۲ هستند. در ادامه به بررسی خانه‌های خلاق و نوآوری از منظر نشاط فرهنگی می‌پردازیم. بایش خانه‌های خلاق با رویکرد نشاط فرهنگی کمک می‌کند که مفهوم نشاط فرهنگی و شاخص‌های آن علاوه بر یک ابزار آماری برای سنجش فرهنگی، به ادبیاتی برای رویکردهای ایجابی و نوآورانه تبدیل شده و در خدمت آن قرار گیرد.

۱. بیانات مقام معظم رهبری در ابتدای درس خارج فقه در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۵.

۲. شرکت‌های دانش‌بنیان به دودسته کلی تولیدی و نوپا تقسیم می‌شوند و هر یک از این دو دسته نیز سطح یک و دو دارند. ابتدا تنها دو سطح برای شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده بود؛ اما پس از بررسی ظرفیت‌ها و شرایط زیست‌بوم فناوری و نوآوری در اقصی نقاط کشور سطح سوم نیز به این دسته‌بندی اضافه شد. بدین ترتیب شرکت‌های دانش‌بنیان سطح سوم که به آنها شرکت‌های خلاق نیز گفته می‌شود، می‌توانند از خدمات و تسهیلات ارائه‌شده به شرکت‌های دانش‌بنیان سطح یک و دو استفاده کنند. شرکت‌ها و کسب‌وکارهای نوپای فعال در حوزه دیجیتال، اسباب‌بازی، مد و لباس، فیلم، عکاسی، بازی رومیزی، رسانه‌های دیداری و شنیداری، میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، طراحی و معماری و گیاهان دارویی در زمره شرکت‌های خلاق قرار می‌گیرند.

محصولات و خدمات شرکت‌های دانش‌بنیان براساس فناوری‌های پیشرفته ارائه می‌شوند؛ اما در شرکت‌های خلاق چنین الزامی وجود ندارد. ماهیت شرکت‌های خلاق مبتنی بر نوآوری و خلاقیت برای ارائه محصولات و خدمات نوین است.



خانه‌های خلاق و نشاط فرهنگی؛ هم‌پوشانی در تعاریف و اهداف

مفهوم نشاط فرهنگی به نسبت جدید است و در حوزه سیاست‌گذاری، استفاده از این اصطلاح و تعریف آن در پژوهش‌های مختلف به چشم می‌خورد. نشاط فرهنگی مجموعه مدار کی مبنی بر خلاقیت، توزیع، ارزش نهادن و حمایت از هنرها و فرهنگ به‌عنوان بعدی از زندگی روزمره در اجتماع است. نشاط فرهنگی بیان‌کننده وضعیت یک جامعه در تولید، انتشار و حمایت از فرهنگ و هنر است که بستری برای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و به‌خصوص سرمایه فرهنگی فراهم می‌آورد [۳]. مفهوم توزیع اشاره به دسترسی و تنوع فرصت‌های مشارکت فرهنگی دارد، کیفیت دسترسی و تنوع در حوزه فرهنگ متأثر از مکتب فکری حاکمیت و ارزش‌های جامعه است. موفقیت برنامه‌های فرهنگی در مرحله اول به چگونگی تنوع و دسترسی پذیری فعالیت‌های فرهنگی وابسته است و در مرحله بعدی تشویق و تقویت مشارکت در این برنامه‌ها اهمیت می‌یابد. این‌گونه برنامه‌ها تأثیرات اجتماعی و اقتصادی ویژه‌ای دارند که نشاط جوامع محلی را افزایش می‌دهند. صنایع خلاق از جهتی که دایره مخاطب و کنشگر زیادی را دربردارد بستر مشارکت مردمی در مقوله فرهنگ و هنر هستند که در اجرا و خط‌مشی‌گذاری کمتر به وجه فرصت فرهنگی و مشارکتی بودن صنایع فرهنگی و زیست‌بوم خلاق توجه شده است.

خانه‌های خلاق و نوآوری به‌عنوان یک پروژه راهبردی و محوری برای پیشرفت درون‌زاد در سطح هر قلمروی موضوعی و محدوده جغرافیایی تعریف و طراحی می‌شود و این توانایی را دارد که بتواند براساس داشته‌های فرهنگی و هنری، جمعیت بالایی را جذب خود نماید. بازارسازی برای تولیدات فرهنگی و هنری از مزایای ایجاد خانه‌های خلاق است که در کنار ارتقای عرق ملی، پرورش امید و شادابی جامعه با پویایی و خلاقیت به‌صورت مداوم به تولید ثروت پایدار بپردازد. همچنین در میان مهم‌ترین اهداف خانه‌های خلاق «افزایش انگیزه و مشارکت نیروهای ایده‌پرداز و فرصت‌سازی در جهت رشد اقتصادی و فرهنگی کشور» [۴] مورد تأکید قرار می‌گیرد. سیاست‌گذاری فرهنگی و شاخص‌سازی دوروی یک سکه‌اند؛ یعنی عملاً سیاست‌گذاری فرهنگی بدون شاخص‌سازی امکان ندارد. [۵] نشاط فرهنگی در ادبیات سیاست‌گذاری فرهنگی و مطالعات شهری، شاخص‌ها و زیرشاخص‌های متعینی دارد. با وجود اینکه این شاخص‌ها به‌صورت جهانی و غیربومی احصا شده‌اند، اما همین شاخص‌ها نیز در حوزه سیاست‌گذاری و سنجش فرهنگی راهگشا هستند. انطباق تعاریف و حوزه مشترکی که در شاخص‌ها و زیرشاخص‌های نشاط فرهنگی و خانه‌های خلاق وجود دارد، بر ارتباط خانه‌ها خلاق و نشاط فرهنگی دلالت دارند.

جدول ۱. اهم برنامه خانه خلاق و نوآور [۶]

مشاوره تجاری‌سازی (محصولات، کالا و خدمات نوآور و خلاق)	ارائه خدمات زیرساخت و استقرار (به واحدهای خلاق)
آموزش عملی و حل مسئله برای توسعه طرح و شرکت‌های نوپا برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خلاق	ارائه خدمات تجاری‌سازی، توسعه بازار، بازارسازی (خدمات و محصولات خلاق و فرهنگی)

مشارکت فرهنگی حلقه وصل خانه‌های خلاق با مفهوم نشاط فرهنگی است. همان‌طور که در جدول بالا قابل مشاهده است، برنامه‌های خانه خلاق در بستر نوعی مشارکت و تعامل فرهنگی محقق می‌شود و در همین بستر است که امکان تحقق ابعاد دیگر نشاط فرهنگی فراهم می‌شود. ابعادی که خصوصاً بر خلاقیت و نیز توزیع، حمایت و ارزش نهادن دلالت دارند؛ این ابعاد در خانه‌های خلاق و نوآوری در قالب ارائه خدمات (استقرار، بازارسازی، مشاوره و آموزش) متعین می‌شوند (در ادامه گزارش بیشتر به ارتباط خانه‌های خلاق و مفهوم نشاط فرهنگی پرداخته می‌شود). خانه‌های خلاق به‌عنوان سکوی (پلتفرم) اصلی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، مسئول تحقق زیست‌بوم فناوری‌های فرهنگی و صنایع خلاق در کشور هستند. الگویی نوآورانه که در دهه گذشته با اقسام آن در زیست‌بوم نوآوری مواجه شده‌ایم.

در این گزارش از جنبه حیات فرهنگی و مشارکت مردمی، خانه‌های خلاق را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم که چه میزان متناسب با زمینه‌های فرهنگی موفق بوده‌اند. همچنین بر ریشه‌های فقدان موفقیت و یا موفقیت آنها در ارتقای نشاط فرهنگی متمرکز خواهیم شد. پرداختن به خانه‌های خلاق از منظر نشاط فرهنگی به بازبینی و ارائه الگوهای نوآورانه هم‌بافت با زیست‌بوم اجتماعی و فرهنگی نیز کمک می‌کند.

۲. پیشینه

سوابق مطالعاتی در مرکز: تاکنون خانه‌های خلاق و نوآوری و مسئله نشاط فرهنگی به‌صورت مستقل در مرکز پژوهش‌ها مورد بررسی قرار نگرفته‌اند با این حال، در عرصه پژوهش حول سیاست‌گذاری صنایع خلاق گزارش‌های علمی متنوعی منتشر شده که عنوان چندی از آنها در ذیل ارائه شده است.

جدول ۲. تحلیل پیشینه موضوعی

ردیف	عنوان گزارش	تاریخ انتشار	شماره مسلسل
۱	اظهارنظر کارشناسی درباره طرح حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات خلاق و تجاری‌سازی فناوری‌های نریم به همراه الزامات قانونگذاری در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق	۱۴۰۱/۶/۱۴	۱۸۴۰۱
۲	ارزیابی وضعیت پویانمایی در کشور (ارائه بسته سیاستی در جهت رفع چالش‌ها)	۱۴۰۱/۶/۵	۱۸۳۸۱
۳	تبارشناسی سیاست‌های فرهنگی در کره جنوبی (۱): چگونگی شکل‌گیری سیاست صنایع خلاق به سبک کره جنوبی	۱۴۰۲/۸/۲۱	۱۹۳۸۶
۴	تبارشناسی سیاست‌های فرهنگی در کره جنوبی (۲): موج کره ای به مثابه برند (ویژند) ملی کره	۱۴۰۳/۳/۳۰	۱۹۸۳۸
۵	واکاوی چالش‌های صنعت اسباب‌بازی و ارائه راهکارهای تقنینی	۱۴۰۲/۹/۱۲	۱۹۴۲۳
۶	واکاوی مسائل و اقدامات سیاست‌گذارانه در حوزه بازی‌های دیجیتال (رقومی) (پیشنهادهایی برای بازاریابی تولی‌گری و اصلاح نگاهت نهادی زیست‌بوم)	۱۴۰۲/۸/۲۱	۱۹۳۸۵
۷	رونق نوشت افزار ایرانی؛ واکاوی مسائل و راهکارهای تقنینی	۱۴۰۳/۸/۶	۲۰۱۵۲

مأخذ: نگارنده.



سوابق تقنینی: سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم مهم‌ترین سند بالادستی مرتبط با موضوع این گزارش است که در این گزارش در تعریف واحد خلاق و سایر بخش‌ها بدان ارجاع داده شده است و همچنین در ارزیابی عملکرد ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم و اهداف بیان شده و مرتبط با نشاط فرهنگی مورد استفاده قرار گرفته است.

۳. جایگاه نشاط فرهنگی در سیاست‌گذاری و سنجش فرهنگی

دال مرکزی نشاط فرهنگی مقوله مشارکت فرهنگی است. در حقیقت «مشارکت در شکل‌گیری باورها و پیدایش نیازها، مشارکت فرهنگی است» زبان مشارکت فرهنگی زبانی تأثیرگذار حساس و زیباست و از جنس هنر و خلاقیت است. جوامع می‌دانند که هنر برای انتقال عقاید و احساسات از چه ظرفیتی برخوردار است؛ برای مثال تئاتر نقش ارزنده‌ای در تعریف رفتار اجتماعی و ایجاد ارتباط مفاهیم با ارزش‌ها دارد [۷]. حمایت و خلاقیت در مورد ایده‌های فرهنگی و اشاعه آنها در بستر نوعی مشارکت فرهنگی توسط عموم محقق می‌شود؛ لذا مشارکت مردم در امور فرهنگی جدی‌ترین سهم را در ارتقای نشاط فرهنگی و بروز خلاقیت دارد. جهان ارتباطی امروز نه تنها ظرفیت‌هایی برای مشارکت فرهنگی مستقل از محدودیت‌های اقتصادی و جغرافیایی فراهم آورده، بلکه مدعی است فرهنگ می‌تواند حوزه‌ای سودآور برای سرمایه‌گذاری باشد. از این رو فناوران (تکنسین‌های) فرهنگی در جهان امروز الگوهایی ترسیم کرده‌اند تا در این مسیر فرهنگ و هنر نیز همچون صنعت، به نشاط و بالندگی دست یابند، حمایت شوند و از طریق این الگوها به ترویج مشارکت فرهنگی، خلاقیت و نوآوری بپردازند. یکی از این الگوها خانه‌های خلاق و مراکز نوآوری هستند.

طبق مطالعات [۸] نشاط فرهنگی سه دامنه دارد که در شکل ۱ درج شده است؛ این سه دامنه در شکل‌گیری و ساختار یک خانه خلاق و نوآور مطلوب و پویا نقش اساسی دارند؛ دال مرکزی این سه دامنه مشارکت فرهنگی است؛ مشارکت در خانه‌های خلاق با مسئله محوری و شبکه‌سازی برای پاسخ به آن مسئله محقق می‌شود.

شکل ۱. دامنه‌های نشاط فرهنگی [۳]



در ادامه توضیحاتی از هر سه دامنه سنجش نشاط فرهنگی ارائه می‌دهیم؛

منظور از شاخص فرصت مشارکت فرهنگی وجود بستر و زیرساخت‌های مناسب برای خلق تعاملات فرهنگی در جهت ایجاد مشارکت فعال در زمینه‌های فرهنگی و هنری است و زیرشاخص‌های آن عبارتند از:

۱. سازمان‌های غیرانتفاعی، عمومی و تجاری مرتبط با هنر مثل فرهنگسراها و مؤسسات فرهنگی، موزه‌ها، گنجایش سینما و...

۲. مراکز خرده‌فروشی هنر مثل فروشگاه‌های صنایع دستی و کتاب‌فروشی‌های فعال،

۳. سالن‌های غیرهنری با برنامه‌ریزی فرهنگی و هنری،

۴. جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها،

۵. خروجی رسانه‌های متمرکز بر هنر،

۶. هنرستان هنرهای زیبا.

منظور از مشارکت فرهنگی هر نوع فعالیت در زمینه فرهنگ و هنر است که در سه دسته ارزیابی می‌شود.

۱. تعداد هنرمندان میراث و ناشران و طراحان کتاب،

۲. مشارکت افراد: تعداد متغیرهای آن بیش از سایر زیرشاخص‌هاست. ارتباط معناداری با مفاهیم موجود در اقتصاد فرهنگ دارد و از مهم‌ترین متغیرهای آن عبارتند از: تعداد تماشاگران سینما و تئاتر، بازدیدکنندگان نمایشگاه کتاب و سایر نمایشگاه‌ها، تعداد اعضای کتابخانه‌ها، مخاطبان جشنواره‌ها، متوسط هزینه خالص سالیانه یک خانوار شهری در بخش تفریحات، سرگرمی و خدمات فرهنگ و...

۳. گفتمان در رسانه رادیو و تلویزیون درباره فرهنگ و هنر: سنجش تعداد ساعت پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی حوزه فرهنگ و هنر و معارف اسلامی،

منظور از شاخص حمایت از فرهنگ سنجش میزان مشوق‌های مالی و بودجه و تسهیلات دولتی و کمک‌های بخش خصوصی و هر نوع به‌کارگیری فرهنگ و هنر در بخش‌های دولتی است که شامل اعتبارات هزینه‌ای اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل تبلیغات اسلامی و حوزه هنری و مشوق‌های مالی، مالیاتی و تسهیلات اعتباری و... است [۹].

در خارج از کشور ذیل هر کدام از این سه دامنه نشاط فرهنگی، شاخص‌ها و زیرشاخص‌های قابل اندازه‌گیری تعریف شده است که بیان آنها از ظرفیت این گزارش خارج است، با این شاخص‌ها می‌توان نشاط فرهنگی در هر شهر یا منطقه را اندازه‌گیری و ارزیابی کرد.^۱ بنابراین مفهوم نشاط فرهنگی در سیاستگذاری فرهنگی مفهومی کمی متفاوت از برداشت عمومی از این عبارت است (مثلاً مفهوم مشارکت اجتماعی) که با تأکید و تشریح مفهوم مشارکت فرهنگی مطابق آنچه پیش‌تر مطرح شد، شفاف می‌شود.

خانه خلاق و نوآوری نیز دارای ظرفیت ویژه‌ای در ارتقای نشاط فرهنگی در جامعه ایران دارند؛ که در ادامه ذیل سه دامنه نشاط فرهنگی این ظرفیت تشریح شده است.

ارائه فرصت مشارکت: خانه‌های خلاق و نوآوری دارای بستر و امکاناتی است که نوعی تعامل را بین شبکه خلاق رقم می‌زند؛ و منجر به فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌شود؛ مانند فضای کار اشتراکی، تجهیزات، جلسات آموزشی، امکانات فیزیکی و...

مشارکت فرهنگی: هر خانه خلاق و نوآور بسته به رسالت و موضوع تخصصی خود می‌تواند فعالان آن حوزه را در خود درگیر و با هم شبکه کند که بسته به کیفیت و کمیت کنشگری افراد فعال و میزان استقبال مخاطب و بازارپردازی که برای ایده فعالان شده است، یک خانه خلاق می‌تواند پویا و یا منفعل باشد.

حمایت: در خانه‌های خلاق و نوآوری حمایت به صورت مشاوره تخصصی (منتورینگ) و بازارپردازی با جذب سرمایه‌گذار و سنجش میزان و نوع سرمایه‌گذاری چه دولتی و چه خصوصی محقق می‌شود؛ به بیان دیگر جذب سرمایه‌گذاری مادی و معنوی برای ایده و فعالیت فرهنگی که قرار است از یک فضای آزمایشگاهی وارد فضای عمومی شود در دامنه حمایت از مشارکت فرهنگی معنا می‌یابد.

۱. در داخل هم با اتکا به همان شاخص‌ها، پژوهشی صورت گرفته است که در آن سه کلان‌شهر تهران، اصفهان و مشهد را از منظر نشاط فرهنگی مورد ارزیابی قرار داده است. البته پژوهش مذکور به جای نشاط فرهنگی، «زیست‌پذیری فرهنگی» را به عنوان ترجمه مفهوم cultural vitality برگزیده است برای مطالعه بیشتر مراجعه کنید به یوسف طالشی، شیده، مودن جمشیدی، هما، و اکبری، نعمت‌اله (۱۳۹۹). تحلیل تطبیقی زیست‌پذیری فرهنگی کلان‌شهرهای ایران مطالعه موردی: تهران، اصفهان و مشهد. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۱(۲)، صص. ۵۵-۷۶.



لذا هر سه زمینه نشاط فرهنگی (ارائه فرصت مشارکت فرهنگی، مشارکت فرهنگی و حمایت از آن) در خانه‌های خلاق و نوآوری عینیت می‌یابد؛ زیرا این خانه‌ها فضایی را برای تبادل ایده‌ها، آموزش هنرها و صنایع دستی، رویدادها و سایر فعالیت‌های فرهنگی فراهم می‌کنند. همچنین از این طریق فرصت‌های جدیدی برای مشارکت فرهنگی به ارمغان می‌آورند و به بستری پویا برای تعامل با هنرمندان و افراد علاقه‌مند به فرهنگ و هنر تبدیل می‌شوند. خانه‌های خلاق و نوآوری با ارائه برنامه‌های گوناگون فرهنگی و هنری، موجب افزایش انگیزه افراد در مشارکت فرهنگی می‌شوند، برای ورود فعالان به عرصه رقابت افق جدیدی باز می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت سهم خانه‌های خلاق در ارتقای نشاط فرهنگی مهم و برجسته است.

مؤلفه‌های فراگیری که در تعریف نشاط فرهنگی به کار رفته است، مانند خلاقیت، توزیع، حمایت، ارزش نهادن به فرهنگ و هنر در زندگی روزمره همه در بستر شبکه‌سازی افراد خلاق و حل مسئله و ارائه پاسخ انجام می‌شود. روند کلی این شبکه‌سازی و حل مسئله و البته زیست‌پذیر شدن پاسخ‌ها نوعی مشارکت فرهنگی است که می‌تواند از طریق الگوی خانه خلاق و نوآوری نمود یابد. البته خانه خلاق و نوآوری بایستی در معرض برنامه‌ریزی صحیح و هدایت قرار گیرد تا چرخ دنده‌های مشارکت فرهنگی به حرکت درآید و نشاط فرهنگی ارتقا یابد. در ادامه بررسی می‌شود که چگونه رویکرد نشاط فرهنگی باعث احیا و مرجعیت خانه‌های خلاق و نوآوری در کشور ما خواهد شد. همچنین موانع و امتیازات این ساختار در سیاستگذاری فرهنگی مورد ارزیابی قرار گرفته است.

۴. کنشگران و مخاطبین خانه خلاق

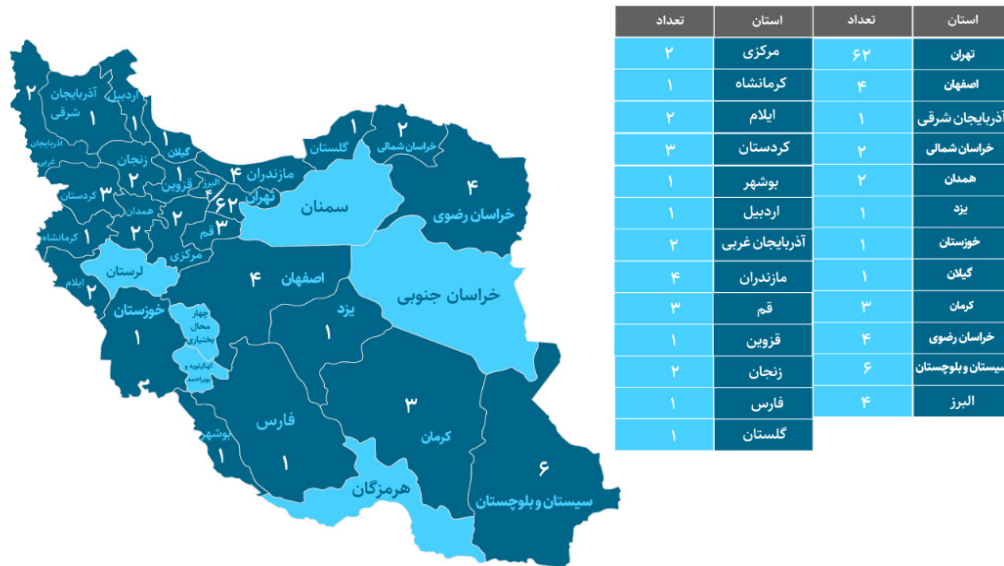
واحدهای خلاق، کنشگران و مخاطبین خانه‌های خلاق بر شمرده می‌شوند؛ در تبصره بند «ب» از ماده (۶) قانون «جهش تولید دانش بنیان»، واحدهای خلاق، اشخاص حقیقی و حقوقی غیر دولتی تعریف شده‌اند که در حوزه صنایع فرهنگی، علوم انسانی و اجتماعی فعالیت دارند و از مهارت‌های انسانی، نوآوری و فناوری‌های جدید برخوردارند. این واحدها نسبت به ارائه محصولات (کالا و خدمات) نوآورانه و فناورانه و یا بهره‌برداری از الگوهای جدید کسب و کار اقدام می‌نمایند. تشخیص مصادیق واحدهای واجد شرایط فوق بر عهده معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری است. علاوه بر واحدهای خلاق، ایده‌ها و محصولات فرهنگی که توسط واحدهای خلاق زیست‌پذیر می‌شوند، بر بخشی از جامعه تأثیر می‌گذارند و مجموعه‌های بیشتری از عموم را درگیر می‌کنند. بنابراین عموم جامعه به صورت غیرمستقیم و از طریق مواجهه با ایده‌ها و محصولات فرهنگی، مخاطب خانه‌های خلاق و نوآوری هستند که بخشی از آنها بر حسب فعالیت و علاقه از مخاطب ساده به فعال و کنشگر نیز تبدیل می‌شوند. حوزه صنایع خلاق و فرهنگی در سطح کشور گستره بسیار زیادی دارد، زیرا جامعه مخاطب وسیعی را شامل می‌شود. نمونه‌هایی از صنایع خلاق و فرهنگی عبارت‌اند از: هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، طراحی، فیلم و تلویزیون، انتشارات، تبلیغات، معماری و بازی‌های ویدئویی و غیره.^۱

۱. برای مطالعه بیشتر در این زمینه مراجعه کنید به گزارش دفتر فرهنگ و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با عنوان «اظهار نظر کارشناسی درباره طرح حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات خلاق و تجاری سازی فناوری‌های نرم» (به همراه الزامات قانونگذاری در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق) (شماره مسلسل: ۱۸۴۰۱، تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۶/۱۴).

شکل ۲. تعداد و پراکندگی خانه‌های خلاق به ثبت رسیده در معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری^۱ [۶]

خانه های خلاق و نوآوری افتتاح شده:

مجموع: ۱۱۴ خانه



با وجود گستره کنشگران صنایع فرهنگی، نسبت خانه‌های خلاق و نوآوری به دانش بنیان‌ها در اختصاص منابع و اعطای تسهیلاتی که توسط صندوق نوآوری و شکوفایی ساماندهی می‌شود، در بهترین حالت حدود یک‌دهم است؛^۲ البته این نسبت بسته به میزان ظرفیت، نشاط و کارکرد بایستی سنجیده شود و این آمارها با توجه به موضوع صنعت - چه خلاق و چه دانش بنیان - معنا پیدا می‌کنند. دانش بنیان‌ها مانند لوازم پزشکی و یا نوآوری‌های مبتنی بر نانو، به دلیل پیچیده بودن فناوری‌هایشان، جامعه مخاطب محدود و افراد مرتبط خاص خود را دارند؛ اما حوزه صنایع خلاق به دلیل گستره مخاطبی که در کل جامعه در اقوام و اقشار گوناگون و در گروه‌های سنی مختلف دارند، نیازمند بستری برای شبکه‌سازی، پروراندن و بالغ کردن کسب و کارهای نوپاست تا وارد عرصه بازار و کسب و کار شوند. معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری با ساماندهی خانه‌های خلاق و نوآوری از طریق ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم به دنبال آن است که با اتکا به ظرفیت بخش خصوصی چنین بستری محقق شود.

در بدایت اجرای طرح خانه‌های خلاق و نوآوری در سال ۱۳۹۸، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری به تأمین زیرساخت‌ها برای نیل به تعداد قابل قبولی از خانه‌های خلاق پرداخت و بعد از ابلاغ^۳ سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، قانونگذاری، تنظیم‌گری و حمایت مستقیم از واحدهای خلاق را در پیش گرفت. این در حالی است که در این روند صرف تمرکز بر افزایش ثبت خانه‌های خلاق و نوآوری و افزودن بر تعداد آنها آسیب‌هایی به همراه داشته است که برخی از آنها عبارت‌اند از:

۱. ثبت خانه‌های خلاق و نوآوری نهادهای دولتی،

۲. ثبت مجموعه‌های نامرتبط باهدف اصلی خانه‌های خلاق به عنوان خانه خلاق و نوآوری،

۱. برگرفته از وبگاه سامانه خانه‌های خلاق و نوآوری به نشانی www.creativehousenet.ir (تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۷/۳۰).

۲. به نقل از خبرگزاری فارس، دکتر روح‌الله دهقانی فیروزآبادی معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، در نشست با خانه‌های خلاق و نوآور از راه‌اندازی صندوق‌های تخصصی خانه‌های خلاق به ارزش ۵۰۰ میلیارد تومان خبر داد [۱۷] همچنین دکتر علی وحدت، رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی در گفت‌وگو با خبرگزاری ایسنا، با اشاره به بودجه سال ۱۴۰۱ در حوزه دانش بنیان‌ها، گفت: بر اساس این قانون، ۵ هزار میلیارد تومان برای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان اختصاص داده شده است [۱۶] که حاکی از نسبت یک‌دهمی اعطای منابع خانه‌های خلاق و نوآوری در مقایسه با دانش بنیان‌هاست.

۳. «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» مصوب جلسه ۸۱۰ شورای انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۲۶ و ابلاغ در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۰۹.



۳. ایجاد امید و توقع در مجموعه‌هایی که ثبت شده‌اند اما شرایط دریافت تسهیلات را ندارند،

۴. مواجهه با خانه‌های خلاق ثبت شده که مرجعیت مطلوبی در میان فعالان فرهنگ و هنر ندارند.^۱

به صورت کلی ایده خانه خلاق و نوآوری به عنوان مکمل زنجیره ارزش صنایع خلاق و توسعه فرهنگی ایده خوبی بوده است و می‌توانست زمینه‌های جذابی برای مشارکت فرهنگی فراهم آورد؛ اما آیا خانه‌های خلاق و نوآوری به مرجعی برای مشارکت و نوآوری، تبدیل شده‌اند؟ یافته‌ها^۲ حاکی از آن است که این الگوها به رغم نام‌های پرآوازه، مرجعیت لازم را در حوزه صنایع فرهنگی کسب نکرده، عموم و حتی فعالان عرصه فرهنگ و هنر به خانه‌های خلاق، نگاهی شبیه به مؤسسه آموزشی و خصوصی در حوزه فرهنگ و هنر دارند که این تلقی باعث غفلت از ظرفیت‌هایی نظیر مشارکت فرهنگی، راهبری در بستر مشاوره و شبکه‌سازی (منتورینگ) و بازارپردازی موجود در خانه‌های خلاق و نوآوری شده است. در صورتی که الگوهای خارجی و مراکز خلاق در خارج از کشور به جای تعدد به کیفیت توجه داشته و مجموعه‌ها در فضایی پویا با تخصص‌های متنوع در مجتمع‌های بزرگ گردهم آمده‌اند و در حد یک دانشگاه محل رجوع فعالان از اقشار مختلف‌اند. البته که تعدد و پراکندگی خانه‌های خلاق در راستای برنامه‌ریزی فرهنگی غیرمتمرکز و محلی اقدامی مفید است، اما ساختارهای مجتمع‌گونه برنامه‌ریزی شده با کیفیت و شناخته شده، فرصت مشارکت بیشتری را فراهم می‌آورند. از این رو برای بهبود زیست‌بوم صنایع فرهنگی و بازدهی بیشتر در ارتقای نشاط فرهنگی و جلب مشارکت ساختارهای متمرکز و بزرگ پیشنهاد می‌شوند. از این منظر تأسیس «شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق» مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی در اسفندماه ۱۴۰۲ می‌تواند مصداقی برای این راهکار پیشنهادی باشد که بسته به ظرفیت و وجوه مرتبط گزارش بدان خواهیم پرداخت.

۵. الگوهای خارجی مراکز خلاق و هم‌آفرینی



استیشن اف^۳ و مسئله محوری: استیشن اف یک مرکز نوآوری بزرگ در پاریس است که در سال ۲۰۱۷ افتتاح شد. از این مرکز به عنوان بزرگ‌ترین مرکز نوآوری جهان یاد می‌کنند که با هدف حمایت از رشد کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) و تبدیل پاریس به یک مرکز نوآوری جهانی ایجاد شد. این مجموعه دارای ۳۴۰۰۰ متر مربع فضای کار است که بیش از ۱۰۰۰ کسب و کار نوپا (استارت‌آپ) از سراسر جهان را میزبانی می‌کند [۱۰]. این مرکز همچنین دارای سالن کنفرانس، کتابخانه، فضای استراحت و اقامتگاه (اجاره اتاقی برای اقامت گذریدن به صورت واحد آپارتمانی یک الی دو نفره در همان محیط) است. این مرکز به کسب و کارهای نوپا فضای کار، حمایت مالی و دسترسی به شبکه‌ای از سرمایه‌گذاران و شرکای تجاری ارائه می‌دهد. استیشن اف به عنوان بزرگ‌ترین مرکز نوآوری در فرانسه و اروپا، ضمن الهام گرفتن از نمونه‌هایی مانند سیلیکون ولی^۴، به فرهنگ و هنر، مسائل اجتماعی و دیپلماسی علمی توجه ویژه‌تری دارد و به عنوان مرکز هم‌آفرینی نیز معرفی می‌شود. اصلی‌ترین خصوصیتی که این مرکز را در میان دیگر مراکز برجسته کرده مسئله محور بودن آن است. در فرایند مسئله محور بودن کنشگرانی محدود در حوزه‌ای مشخص با یکدیگر شبکه می‌شوند و با همان افراد کم اما متخصص و متمرکز، به ارائه راه‌حل مسائل جدی و مهم می‌پردازند. برای مثال در حوزه فرهنگ و مباحث اجتماعی در مرکز استیشن اف برنامه تخصیص اعتبار مالی ویژه^۵ برای کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌های) اجتماعی وجود دارد که در زمینه‌های آموزش، اشتغال، سلامت و رفاه اجتماعی فعالیت می‌کند. این برنامه مزایای مختلفی از جمله فضای کار رایگان یا تخفیف، حمایت مالی، آموزش، مشاوره و شبکه‌سازی را برای شرکت‌های نوآفرین اجتماعی ارائه می‌دهد. این برنامه به کسب و کارهای

۱. مصاحبه تلفنی کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدامیرآقایی (دبیر قرارگاه بازارپردازی فرهنگی شورای فرهنگ عمومی) در تاریخ ۱۴۰۲/۱۱/۴.

۲. یافته‌های مورد اشاره حاصل جمع‌بندی اطلاعات موجود در مورد عملکرد خانه‌های خلاق و نوآوری و مصاحبه با کنشگران در رویدادهای صنایع خلاق و کارشناسان و متخصصان فرهنگی نظیر مصاحبه تلفنی کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدامیرآقایی (دبیر قرارگاه بازارپردازی فرهنگی شورای فرهنگ عمومی) در تاریخ ۱۴۰۲/۱۱/۴، مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدمجید امامی (دبیر شورای فرهنگ عمومی) در تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۱ و مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدمهدی سادات مدیر دبیرخانه واحدهای خلاق در تاریخ ۱۴۰۲/۹/۲۱ و ... است.

3. Station F

4. Silicon Valley

5. Fundation

نوپای (استارت‌آپ‌های) اجتماعی کمک کرده است تا رشد کنند و تأثیر مثبتی بر جامعه داشته باشند. برخی از کسب‌وکارهای نوپای اجتماعی موفق‌تری که از این برنامه بهره‌مند شده‌اند عبارت‌اند از:

اوتویی:^۱ یک سکوی (پلتفرم) آنلاین برای آموزش و اشتغال جوانان در مناطق محروم،
سوشال بیلدر:^۲ یک شرکت که به سازمان‌های غیرانتفاعی در توسعه فناوری کمک می‌کند،
آنتوراج:^۳ یک برنامه تلفن همراه برای کمک به افرادی خانمان.

طبق آمار منتشر شده توسط استیشن اف، در سال ۲۰۲۳، حدود ۲۰ درصد از کسب‌وکارهای نوپای (استارت‌آپ) مستقر در این مرکز در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی فعالیت می‌کنند. این حوزه شامل کسب‌وکارهای نوپایی است که در زمینه‌های زیر فعالیت می‌کنند:

سرگرمی و رسانه: بازی‌سازی، رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات رقومی (دیجیتال)،

هنرهای رقومی (دیجیتال): طراحی، گرافیک، پویانمایی (انیمیشن)،

مد و طراحی: مد، طراحی لباس، طراحی صنعتی،

گردشگری و میراث فرهنگی: گردشگری، میراث فرهنگی، صنایع دستی.

طبق اعلام معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، در ایران تا خردادماه سال جاری ۱۹۵۳ شرکت خلاق و ۹۶۰۱ شرکت دانش‌بنیان موجود است [۱۱]. با انجام یک مقایسه عددی میان نسبت شرکت‌های خلاق و شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان دریافت که این نسبت مشابه نسبت ۲۰ درصدی در اسیتشن اف است. اگرچه با توجه به تفاوت زیست‌بوم‌ها و سازوکارها، موضوع‌ها متفاوت است و ممکن است به این مقایسه ایرادهایی وارد باشد؛ برای مثال، دوگانه دانش‌بنیان-خلاق در داخل را نمی‌توان کاملاً هم‌ارز با تقسیم‌بندی‌های جهانی از صنایع خلاق، فناوری و نوآوری قرار داد. با این حال، به‌طور کلی نسبت تعداد شرکت‌های خلاق به شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران با نسبت تعداد نوآفرین‌های صنایع خلاق به نوآفرین‌های فناور مستقر در این مرکز جهانی، مشابه است. در ادامه نمونه‌های دیگری از مراکز خلاق در جهان در جدول زیر ارائه شده است.

1. Utopie
2. Social Builder
3. Entourage



جدول ۳. نمونه‌های دیگر مراکز خلاق فعال جهانی در خارج از کشور (۱۲)

ردیف	نام مرکز خلاق	توضیحات
۱	بروکلین نیوی یارد ^۱ در شهر نیویورک	یک پارک صنعتی ۳۰۰ هکتاری است که فضایی مقرون به صرفه را برای بیش از ۴۰۰ کسب‌وکار خلاق از جمله هنرمندان، طراحان و تولیدکنندگان فراهم می‌کند. همچنین برنامه‌های آموزشی و خدمات پشتیبانی تجاری را برای اعضای خود ارائه می‌دهد.
۲	دیستریکت هال ^۲ در بوستون	یک مرکز نوآوری عمومی است که فضای جلسات و رویدادهای رایگان را برای کارآفرینان و نوآوران فراهم می‌کند. همچنین میزبان کارگاه‌ها، رویدادهای شبکه‌ای و سایر برنامه‌ها برای حمایت از زیست‌بوم (اکوسیستم) نوآوری‌های محلی است.
۳	۱۸۷۱ در شیکاگو	۱۸۷۱ فضای کار مشترک و مرکز رشد (انکوباتور) برای کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ)، فناوری مالی (فین‌تک)، مراقبت‌های بهداشتی و شهرهای هوشمند است.
۴	ای/دی/او ^۳ در بروکلین	یک مرکز خلاقانه است که بر طراحی و نوآوری، ارائه فضای کار مشترک، نمونه‌سازی آزمایشگاه‌ها و چالش‌های طراحی برای اعضای خود تمرکز دارد. همچنین میزبان نمایشگاه‌ها، گفتگوها و رویدادهای دیگر برای ترویج تفکر طراحی و همکاری است.
۵	آیرون یارد ^۴ در آتلانتا	یک مدرسه کدنویسی و مرکز فناوری است که آموزش و راهنمایی را برای توسعه‌دهندگان و کارآفرینان مشتاق ارائه می‌دهد. همچنین میزبان رویدادهای شبکه‌ای و همکاران ^۵ برای ارتباط اعضای خود با جامعه فناوری محلی است.
۶	بتاهاوس ^۶ در برلین ^۷	یک فضای کار مشترک و مرکز خلاق است که منابع و پشتیبانی را برای کارآفرینان و خلاقان فراهم می‌کند به اعضا، فضای کاری، رویدادها و برنامه‌های آموزشی را ارائه می‌دهد.
۷	ماتادرو مادرید در مادرید	ماتادرو مادرید یک مرکز فرهنگی است که به‌عنوان مرکزی برای هنرمندان، طراحان و دیگر خلاقان عمل می‌کند. فضای کاری، نمایشگاه‌ها، رویدادها و برنامه‌های آموزشی را برای حمایت از توسعه صنایع خلاق و فرهنگی در مادرید ارائه می‌دهد.
۸	کریتو ادینبورگ ^۸ در ادینبورگ	یک سازمان عضویت است که از صنایع خلاق و فرهنگی در ادینبورگ پشتیبانی می‌کند. فرصت‌های شبکه، برنامه‌های آموزشی و خدمات حمایتی را در راستای رشد و موفقیت اعضا فراهم می‌کند.

مآخذ: نگارندگان.

1. Brooklyn Navy Yard
2. District Hall
3. A/D/O
4. Iron Yard
5. هکتاتون: رویدادی است که در آن برنامه‌نویسان رایانه و افراد دیگری که درگیر توسعه نرم‌افزار هستند، از جمله طراحان گرافیکی، طراحان واسط کاربری و مدیران پروژه گرد هم می‌آیند و در توسعه پروژه‌های نرم‌افزاری و گاهی سخت‌افزاری با یکدیگر همکاری می‌کنند.
6. Betahaus
7. در برلین دو مرکز خلاق بزرگ دیگر با نام‌های «فکتوری برلین» و «سوپرمارکت» نیز معروف است که مخاطب عام‌تری دارند و مبتنی بر جامعه بنانهاده شده‌اند، این بیان‌کننده آن است که در شهر برلین توجه جدی‌تری به این ساختارها به‌عنوان بستری برای مشارکت فرهنگی وجود دارد.
8. Creative Edinburgh

۶. مزایای الگوهای خارجی: مسئله محوری و شبکه‌سازی حول فضای فیزیکی یکپارچه و وسیع

عناوینی که به مراکز خلاقیت و نوآوری نسبت داده می‌شود متفاوت است. برای مثال عنوان مراکز هم‌آفرینی ممکن است در مصادیقی که از خانه‌های خلاق و نوآوری ارائه می‌شود، ننگ‌جد اما در هدف با یکدیگر تطابق دارند. در این مراکز مهم‌ترین اقدام ایجاد یک زیست‌بوم (اکوسیستم) برای حل یک نیاز است. در مراکز هم‌آفرینی در هر موضوع به‌عنوان پاسخ به یک مسئله مورد نیاز و مشخص ورود می‌شود و حول همان مسئله مشخص، یک جمع متخصص شکل می‌گیرد. این مجموعه گرچه کوچک است اما می‌تواند مسئله بزرگی را حل کند. عنوان هم‌آفرینی دو معنا را متبادر می‌کند: یکی آفرینش و خلق و دیگری با یکدیگر بودن و شکل‌گیری شبکه‌ای از افراد در یک حوزه مشخص. لذا ارتباطات از دال‌های اصلی این مراکز است. دستیابی به این شبکه‌ها از منظر مشارکت و نشاط فرهنگی حائز اهمیت است؛ چه از طریق حضوری، چه فضای مجازی و چه از طرق دیگر، به‌وجود آمدن این گونه شبکه‌های ارتباطی در خدمت توسعه فرهنگی است.

از دیگر عوامل موفقیت این مراکز خلاق و نوآور انعطاف در ارتباط‌گیری است. به این صورت که خط‌کشی برای سنجش کوچک یا بزرگ بودن کسب و کار قرار نمی‌دهند. البته که چارچوب‌هایی برای شرایط دریافت خدمات دارند اما این چارچوب‌ها تا حد امکان به اصل مشارکت و مردمی بودن این حوزه‌ها لطمه نمی‌زند و بیشتر حول کیفیت ایده تعریف می‌شود. شایان ذکر است که این مجموعه‌ها معمولاً عناوین مختلفی دارند؛ اعم از هاب خلاقیت، آزمایشگاه نوآوری، مرکز هم‌آفرینی، ایده‌بازار و... لذا بسته به موضوع، نوع عملکرد، شتابدهی و بازارپردازی است که خانه خلاق و نوآوری در ایران را به چنین ساختارها با عناوین مختلف پیوند می‌زند.

از آن جهت که خانه‌های خلاق در ایران ساختاری جدید و متأثر از ساختارهای خارجی است اما در اجرا و پیاده‌سازی دچار دگرگونی‌های مثبت و منفی شده است بنابراین آنچه که در بیان مزایای الگوهای خارجی اهمیت دارد، بازخوانی خانه‌های خلاق و نوآوری در ایران مبتنی بر اهدافشان است و در مرحله بعدی جذب مزایای الگوهای جهانی مراکز خلاق و بومی‌سازی آنها متناسب با زیست‌بوم فرهنگی و نوآوری ایران است. الگوی مطلوب سیاست‌گذاری فرهنگی برای ایران خلاق، صیانت و احیای زیست‌بوم خلاقیت و نوآوری است. افق مادر نیل به یک زیست‌بوم سالم آن است که خلاقیت با روندها و سازوکارها تعیین یابد و در مجموع به یک فرهنگ الهام‌بخش در اجتماعات تبدیل شود که برابند این اجتماعات را فرهنگ نوآوری و مشارکت می‌نامیم؛ لذا باید در روند خانه‌های خلاق و نوآوری و پرورش نشاط فرهنگی سهمی جدی برای پیوست‌های رسانه‌ای، رویکردهای تربیتی و روابط تشکیلاتی معناساز، قائل شد. برای مثال، در مدرسه نظم، برنامه، سرفصل، فضا و تهیه ابزار فیزیکی لازم است، اما آنچه که موجب تحقق تعلیم و تعلم می‌شود روحی است که در گروی نقش معلم، تعهد و نگاه تربیتی اوست. همین روح و معنا، عامل اصلی پیوند معلم با دانش‌آموزان است. بنابراین مسئله اصلی خلاقیت در اجتماع نیل به این معناست. معنایی که ظرافت، لطافت و توجهات خاص خود را می‌طلبد. بیشترین آسیب‌های خانه خلاق و نوآوری نیز حول فقدان همین مفاهیم نرم است، از این رو منتقدان و اندیشمندان این حوزه در خارج از کشور با تحقیق‌های آسیب‌شناسانه خواهان توجه بیشتر به وجوه ارتباطی نسبت به وجوه دیگر هستند که در ادامه بدان می‌پردازیم.



۷. معایب و آسیب‌های الگوهای خارجی



برخی مطالعات نشان می‌دهد در خارج از کشور هم تعداد مراکز نوآورانه با نام‌های مختلفی چون آزمایشگاه، شتاب‌دهنده، مرکز رشد (انکوباتور) کسب و کار، مرکز تحقیقاتی و... در حال افزایش است [۱۳]. به دلیل تکرر عناوین چنین ساختارهایی آنچه که در این پژوهش‌ها ملاک دسته‌بندی و بررسی قرار گرفته است عناوین این مراکز نیست؛ بلکه کارکرد ساختارها، مبناست. با همین ملاک شرح می‌دهیم؛ مراکز خلاق خارجی و داخلی بررسی شده در این گزارش، اگرچه ممکن است کاملاً از نظر ساختاری مشابه خانه‌های خلاق و نوآوری نباشند اما تا حد زیادی کارکردی مشابه با «خانه‌های خلاق و نوآوری» در زیست‌بوم خلاق ایران دارند.

جامعه‌شناسان و متخصصان خارجی افزایش تعداد مراکز خلاق را با توجه به کارکردی که برای جوامع دارند، مطلوب تلقی می‌کنند. اما طبق گزارشی از شرکت فناوری اطلاعات کپ‌جیمینی، [۱۴] اکثریت قریب به اتفاق مراکز خلاق و نوآوری (تا ۹۰ درصد به ادعای کارشناسان) به وعده‌ها و وظایف خود عمل نکرده و رشد و ارزش افزوده‌ای ایجاد نمی‌کنند. سه دلیل عمده وجود دارد که بسیاری از مراکز خلاق خارجی عملکرد مطلوبی ارائه نمی‌دهند:

۱. فقدان هماهنگی با کسب و کار: تعدادی از فضاهای نوآوری بزرگ، نمونه بارز انفصال کامل از تجارت اصلی و شرکت مادر خود هستند. بنابراین شفافیت کافی ندارند. جدایی خانه‌های خلاق از شرکت اصلی در مواقعی به دلیل فرار از روندهای اصطلاحی اداری و انعطاف در کار گروهی مفید است. با وجود این، فقدان هماهنگی راهبردهای مراکز خلاق با شرکت مادر خود، این ساختارها را به یک ساختار نمایشی با عنوان جذاب نوآوری و خلاقیت تبدیل می‌کند؛ زیرا این مراکز نوآوری، از راهبردی که در خدمت محصول و عایدی شرکت اصلی باشد، بی‌بهره‌اند. این فقدان راهبرد یکی از نشانه‌های رایج «تئاتر نوآوری» است؛ به طوری که هیئت‌ها و رهبران برخی از شرکت‌های بزرگ از مراکز خلاقی رونمایی می‌کنند که بیشتر ساختاری نمایشی دارند. بنابراین اختصاص گروهی تحت عنوان واحد نوآوری که در برخی سازمان‌ها مرسوم شده است، می‌تواند بخشی از این نمایش باشد. در مراکز مبتلابه این عارضه ارتباط ایده‌ها با نیازهای واقعی مشتری قطع شده است و هیچ‌کس حاضر نیست ایده‌ها را به مرحله اجرا برساند [۱۳].

رهبران یک شرکت باید به اهداف و برنامه‌های پس از افتتاح یک مرکز خلاق فکر کنند؛ تصمیم بگیرند که چگونه کسب و کار فعلی و آینده را تکمیل یا رها کنند و نحوه اجرای ایده‌های جدید را تعیین کنند. اتخاذ تصمیم صحیح در مورد ایجاد مرکز خلاق با چند نکته شروع می‌شود: **الف) چشم‌انداز:** ایجاد اهداف روشن برای مراکز نوآوری به کارآفرینان داخلی و رهبران شرکت کمک می‌کند تا مسیر و هدف ابتکارات نوآورانه را درک کنند. بدین منظور با استفاده از عبارات «از (مسئله یا بی‌تعدالی) به (پاسخ یا تعادل)» هدف و مسیر آشکار می‌شود. به عنوان مثال، ما می‌خواهیم «از» خطرپذیری زیاد نوآوری‌های بزرگ «به» آزمایش‌های کوچک و نمونه‌سازی سریع برسیم یا می‌خواهیم «از» توقف به محدوده مشخص نوآوری «به» توانایی آزمایش بسیاری از ایده‌های جدید و در عین حال رشد هم‌زمان کسب و کار اصلی برسیم. البته چشم‌انداز مراکز خلاق کلی و عمومی‌تر از مسئله واحد است و شاید نظامی از مسائل را شامل شود.

ب) رشد: مرکز خلاق بایستی برای روند رشد ایده در خارج از آزمایشگاه خلاق نیز برنامه داشته باشد. باید مشخص باشد که بعد از تأیید و بلوغ ایده و زمانی که نیاز به رشد در خارج از آزمایشگاه دارد چه اتفاقی می‌افتد و این ایده برای حمایت بیشتر به کجا خواهد رفت؟ چگونه این مراکز، ارتباط نزدیک با مشتریانی را که این ایده‌ها، مسئله‌ای را برای آنها حل می‌کند، تسهیل می‌نماید؟

ج) فقدان معیارهایی برای ردیابی موفقیت: همواره باید معیارهایی برای ارزیابی نوآوری و خلاقیت تعریف شده باشند. بدون معیارهای سنجش نوآوری و ارزیابی عملکرد، اساساً راه‌اندازی هر ایده و حرکتی با شکست روبه‌رو خواهد شد. تأمین مالی مرکز خلاق نیز باید در این معیارها دخیل شود و مشخص شود بعد از بلوغ کسب و کار در آزمایشگاه تا کجا روند حمایت و رشد را باید ادامه داد. برای مثال، هنگام آزمون ایده‌های جدید با مشتریان بالقوه، معیارهای مرحله اولیه آزمون می‌توانند به این سادگی باشند: چند کاربر ارزش ایده را پیدا می‌کنند؟ چند

وقت یکبار اطرافیان خود را در مورد آن مطلع می‌کنند؟ چند بار برای استفاده از آن باز می‌گردند؟ معیارهای اقتصادی را نیز می‌توان در همان مرحله اولیه معرفی کرد: آیا کاربران مایل اند برای این کار هزینه کنند؟ و پس از آن: چقدر درآمد از این پیشنهادهای جدید ایجاد می‌شود؟ گذشته از اینها در مورد ردیابی موفقیت نمی‌توان نقش راهبر فعال و توانمند در مرکز خلاق را نادیده گرفت که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۲. نامتناسب بودن ادراک راهبر با استنباط تیم از شرایط تحقق نوآوری و خلاقیت: ناکارآمدی مراکز خلاق که اگرچه راهبران آن، دانشی عمیق در حوزه صنایع دارند اما نمی‌دانند نوآوری و خلاقیت چگونه ظهور پیدا می‌کند، از دیگر آسیب‌های مراکز خلاق است. نگاه این نوع رهبران به نوآوری همان‌گونه است که به حل مسئله در کسب و کار می‌پردازند. در این رویکرد که به نوعی رویکردی منفعلانه است کنشگر منتظر می‌ماند تا در صورت برخورد با مانعی آن را حل کند؛ و اغلب منجر به پیشرفت نمی‌شود. از سوی دیگر زمانی که از نوآوری سخن گفته می‌شود بعضی از کارآفرینان گمان می‌کنند باید همه روش‌های سنتی در کار را نفی کنند و موجب نادیده گرفتن تجارب و روابط درون مجموعه‌ها می‌شوند. مشارکت کنندگان و کارآفرینان می‌دانند چگونه کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) را راه‌اندازی کنند، اما دانش بومی و شبکه‌های مورد نیاز برای جهت‌دهی روندهای یک مجموعه بزرگ را ندارند [۱۳].

شبکه‌سازی و دسترسی و به‌کارگیری افراد خارج از سازمان و احاطه آنها با افراد با استعداد و با مهارت موجب بروز نوآوری‌ها می‌شود حتی استفاده از تجارب افراد در مسئولیت دولتی که فهم صحیحی از موضوع‌ها دارند نیز در این خلاقیت و نوآوری سهیم است. لذا نباید به‌طور کلی منکر هر ارتباطی از جانب خانه خلاق با افراد دولتی شد، بلکه باید آنها را با افراد دارای مهارت در حوزه‌های مختلف درگیر کنیم؛ زیرا این افراد شناخت صحیحی از سازوکارها و فرایندهای عملیاتی شدن را دارا هستند. اگر در این گزارش مسئله خانه‌های خلاق و نوآوری دولتی را مورد نقد قرار دادیم به دلیل عارضه تبدیل انحصار و نفی رقابت توسط سازمان‌ها، فقدان کارآمدی و تفاوت‌های بنیانی الگوی خانه خلاق با الگوهای اداری و دولتی است؛ نه مهجور شدن مسئولان توانمند و آشنا به خط‌مشی‌ها، زیرا این افراد می‌توانند با ارتباط سازنده با خانه‌های خلاق و نوآوری به رشد آنها ضریب دهند.

باید خانه‌های خلاق مدام ارزیابی شوند که آیا در مسیر صحیح و ارتقای نشاط فرهنگی هستند یا خیر؟ موفقیت‌شان سنجیده شود و در مورد آنها آینده‌نگری شود، هر چند تجارب نشان دهد که امکان نیل به موفقیت در نوآوری‌ها بسیار کم است؛ اما ترس از فقدان موفقیت نباید به آینده‌اندیشیدن را مختل کند. این‌گونه خط‌مشی‌گذاری‌ها منجر به احیای مشارکت فرهنگی و بهره‌گیری از خلاقیت موجود در جامعه در خدمت توسعه فرهنگی می‌شود.



۸. بررسی خانه‌های خلاق و نوآوری از منظر نشاط فرهنگی در داخل کشور

پیش‌تر بیان شد که خانه‌های خلاق و نوآوری، سکوی (پلتفرم) اصلی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، برای تحقق زیست‌بوم فناوری‌های فرهنگی و صنایع خلاق در کشور هستند. سیاستگذاری، تسهیل‌گری و حمایت از شکل‌گیری شرکت‌های خلاق و نوآور از طریق کمک به ایجاد زیرساخت، تسهیلات مالی، مشاوره، توانمندسازی و حمایت‌های معنوی در توسعه محصول و بازار فناوری‌های نرم و صنایع خلاق موجب تحقق زیست‌بوم (اکوسیستم) مورد نظر می‌شود.

با توجه به اهمیت صنایع خلاق و صنایع فرهنگی در جهان و ظرفیت اشتغال‌زایی و درآمدزایی بالای این هنر-صنعت در کشور و تأثیر آن در زنجیره ارزش دیگر صنایع، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری حمایت‌های مادی و معنوی خود از شرکت‌های خلاق را در قالب تسهیلات مالی و غیرمادی به صورت مستقیم و غیرمستقیم ارائه می‌دهد.

شایان ذکر است تکمیل ظرفیت زنجیره ارزش صنایع خلاق و فرهنگی نیاز به همکاری سازمان‌ها و نهادها دارد. مسئولیت هماهنگی و ساماندهی این سازمان‌ها و نهادها، کار ویژه ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم است که براساس «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» ذیل معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری تعریف شده است و سیاستگذاری و سامان‌دهی خانه‌های خلاق و نوآوری نیز توسط این ستاد انجام می‌شود.

در ادامه وضعیت موجود خانه‌های خلاق و نوآوری را از منظر نشاط فرهنگی و زیست‌بوم خلاق ذیل این سه عنوان شرح می‌دهیم:

۱. سیاستگذاری خانه‌های خلاق و نوآوری و سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم،

۲. مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق»،

۳. الگوهای بومی شده خانه‌های خلاق و نوآوری در زیست‌بوم خلاق کشور.

۸-۱. سیاستگذاری خانه‌های خلاق و نوآوری و سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

برای توصیف وضعیت موجود باید مسائل عمده سیاستگذاری صنایع فرهنگی و زیست‌بوم خلاق که بر مشارکت فرهنگی در بستر خانه‌های خلاق و نوآوری تأثیر گذاشته است شرح دهیم.

به‌رغم ارتباطات دستگاه‌های مربوطه به ویژه معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری و ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و جهاد دانشگاهی، وزارت صمت (وزارت صنعت، معدن و تجارت) و... همچنان در سطح سیاستگذاری شکاف مشهودی میان رویکرد فناورانه و رویکرد فرهنگی در صنایع فرهنگی و نرم وجود دارد و زیست‌بوم خلاق همواره شاهد برنامه‌ای فرهنگی گاهی با رویکرد فناورانه و گاهی با رویکرد فرهنگی است. در ادامه با بررسی عملکرد ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم بررسی می‌کنیم رویکرد قالب در این مجموعه چه بوده است.

ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم برای جذب منابع صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری به حوزه صنایع خلاق و فرهنگی تلاش کرد که این حوزه را ذیل «[قانون جهش تولید دانش‌بنیان](#)»، تعریف کند، در این راستا مکاتبات و جلسات متعددی با فراکسیون اقتصاد دانش‌بنیان مجلس شورای اسلامی و اعضای صندوق نوآوری و شکوفایی داشت که با این ایده موافقت نشد، پس از ناکامی ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در تعریف و بسط مقوله صنایع خلاق و فرهنگی ذیل دانش‌بنیان‌ها، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری با همکاری نمایندگان مجلس شورای اسلامی، با ایجاد یک ویژند (برند) خلاق، ایده خانه‌های خلاق و نوآوری را رهگیری و در تبصره بند «ب» از ماده (۶) قانون جهش تولید دانش‌بنیان، واحد خلاق را تعریف کرد.

براساس بند «ب» ماده (۶) «[قانون جهش تولید دانش‌بنیان](#)»، نیز دستگاه‌های اجرایی موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری مجازند املاک، زمین و ساختمان‌های خود را برای استقرار شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، سراهای نوآوری دانشگاه آزاد اسلامی و واحدهای خلاق، بدون واگذاری مالکیت در اختیار آنها قرار دهند.

در تبصره بند «ب» قانون مزبور ضمن تعریف واحدهای خلاق،^۱ احراز صلاحیت و برخورداری واحدهای خلاق از مزایای این قانون را بر عهده معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهور قرار داده است.

همزمان با این تلاش‌ها از جانب معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری به وجه فناورانه صنایع فرهنگی تأکید و توجه ویژه‌تری شد زیرا احتمال می‌رفت بتوانند از مزایای دانش‌بنیان بهره‌مند شوند. مسئله اصلی ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، زیست‌بوم خلاق بیان می‌شد ولی ساماندهی خانه‌های خلاق به زیرمجموعه‌هایی از ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم واگذار شده بود که اهتمام و اعتبار لازم را برای بازنگری، توسعه، بومی‌سازی و اشاعه خانه‌های خلاق و نوآوری برای تأمین مشارکت فرهنگی و ارتقا نشاط فرهنگی، نداشت. در سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم نیز یکی از محورهای اصلی و اساسی پیشران صنایع فرهنگی، مشارکت مردمی است. در مقدمه سند مزبور آمده:

«جهت‌گیری کلان کشور در «بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی»، تأکیدات مکرر مقام معظم رهبری در تقویت حرکت‌های جهادی و فعالیت‌های خودجوش و فراگیر مردمی در عرصه فرهنگ و اجتماع و حضور و مشارکت مردم و علی‌الخصوص جوانان در حل مسائل کشور، افق جدیدی را پیش‌روی نهادهای حکمرانی در کشور گشوده است. در حال حاضر گروه‌های مردمی فراوان در کشور وجود دارند که با ایده‌هایی از جنس «نوآوری اجتماعی» در جهت حل آسیب‌های اجتماعی قدم‌هایی مؤثر برداشته‌اند و برای رشد و انتشار این ایده‌ها نیازمند حمایت‌های نهادی در کشور هستند. در این میان باید که دستگاه‌های سیاستگذار و برنامه‌ریز در کشور ضمن شناسایی این گروه‌های مردمی، به تسهیل و رفع موانع فعالیت آنها بپردازند و زیرساخت‌های حمایتی لازم جهت انتشار و رشد نمونه‌های موفق را فراهم سازند».

در ادامه دلالت‌هایی مربوط به تعامل، شبکه‌سازی و مشارکت فرهنگی از مؤلفه‌های مؤثر بر نشاط فرهنگی عنوان شده که از مرتبط‌ترین آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. تبصره بند «ب» ماده (۶) قانون جهش تولید دانش‌بنیان مصوب ۱۴۰۱: واحدهای خلاق، اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی هستند که در حوزه صنایع فرهنگی و علوم انسانی و اجتماعی فعالیت دارند و از مهارت‌های انسانی، نوآوری و فناوری‌های جدید برخوردار هستند و نسبت به ارائه محصولات (کالا و خدمات) نوآورانه و فناورانه و یا بهره‌برداری از الگوهای جدید کسب و کار اقدام می‌نمایند. تشخیص مصادیق واحدهای واجد شرایط فوق بر عهده معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهور است.



جدول ۴. بخشی از دلالت‌های نشاط فرهنگی و مشارکت در بخش چشم‌انداز، اصول و اهداف کیفی و کمی «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم»

محتوای دلالت	حکم مربوطه
توانمند در تولید و ارائه محصولات و خدمات منبعت از فرهنگ بومی اسلامی - ایرانی و انقلابی، تعالی بخش، تمدن ساز، گفتمان ساز، برخوردار از مشارکت مردمی، پیشران در توسعه قدرت نرم، اقتصاد ملی و اقتصاد مقاومتی، پیشتاز در بازار منطقه؛ در قالب نظام نوآوری سامان یافته و برخوردار از ظرفیت تبدیل ایران به قطب فرهنگی جهان اسلام و منطقه	ماده (۳)، چشم انداز
نظام نوآوری سامان یافته؛ مبتنی بر شبکه سامان یافته و به هم پیوسته تمامی افراد و نهادهای مرتبط با تأکید بر ظرفیت و مشارکت بخش خصوصی، سازمان‌های مردم نهاد و صنوف، در راستای تبدیل مفاهیم اسلامی - ایرانی و انقلابی به محصولات فرهنگی خلاق، دانش بنیان و هم افزا به مثابه یک کل واحد	
تأکید حداکثری بر مشارکت مردمی به ویژه نسل جوان	ماده (۴)، اصول
تقویت هم افزایی، هم تکاملی، شبکه سازی، همکاری و هماهنگی و تعامل در سطوح مختلف ملی درون شاخه‌ها و بین شاخه‌های صنایع فرهنگی	
دستیابی به شبکه تعاملی کارآمد و هم افزای داخلی منطقه‌ای و جهانی به ویژه جهان اسلام در تبدیل ایده، دانش و معرفت به محصولات فرهنگی اقتدار آفرین، استحکام بخش ساخت درونی نظام، معرفت آفرین و جذاب در هر شاخه و بین شاخه‌های صنایع فرهنگی	ماده (۵)، بند (ب)، مورد ۳
رشد نوآوری‌های اجتماعی جهت نقش آفرینی بیشتر گروه‌های مردمی در حل آسیب‌های اجتماعی اولویت دار	ماده (۵)، بند (ب)، مورد ۷
افزایش تعداد سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد فعال در فعالیت‌های نوآوری اجتماعی در حوزه آسیب‌های اجتماعی	ماده (۵)، بند (ج)، مورد ۱۶
ایجاد نهادها و زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری و مشارکت مردمی در حوزه اجتماعی جهت تأمین مالی جمعی فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و قوانین و راهکارهای ضمانتی لازم جهت حفاظت از حقوق سرمایه‌گذاران	راهبرد ۶، ساماندهی، کارآمدسازی و تقویت راهکارهای مالی
ایجاد بستر مشارکت‌های مردمی از طریق سازمان‌ها، دستگاه‌ها، سمن‌ها، انجمن‌های تخصصی و شبکه‌های مجازی در تولید و عرضه محصولات فرهنگی و مبتنی بر فناوری‌های نرم و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در رصد و نظارت بر بازار محصولات فرهنگی منطبق با ارزش‌های بومی و رویگردانی از محصولات فرهنگی غیرمجاز	
استفاده از ظرفیت رسانه ملی در تبلیغ، ترویج و فرهنگ‌سازی استفاده از صنایع و محصولات فرهنگی بومی و ترویج مشارکت مردمی در توسعه خدمات مبتنی بر فناوری‌های نرم	راهبرد ۷: گفتمان سازی و توسعه مشارکت‌های مردمی برای بهبود فضای بازار ...
طراحی بسترهای مشارکت‌های گسترده مردمی در تشخیص مسائل، نظارت و ارائه راه حل برای آنها	
حمایت از تبلیغات کمپین‌های اطلاع رسانی مرتبط با فعالیت‌های نوآوران اجتماعی و ترغیب عموم مردم به مشارکت، در رسانه‌های عمومی و شهری	

مآخذ: سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم (۱۴۰۰).

همان‌طور که در جدول ۴ آورده شده در سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم به ایجاد بستر مشارکت مردمی و دستیابی به شبکه‌های تعاملی تأکید شده است. علاوه بر این، لزوم بهره‌مندی از نوآوری در حل مسائل اجتماعی نیز مورد تأکید قرار گرفته است. ناگفته نماند در این سند دلالت‌هایی که به شاخص‌های نشاط فرهنگی مربوط می‌شود به وفور مشهود است. اما اهم دلالت‌هایی که در آنها به نقش آفرینی مردمی توجه شده باشد چند مورد فوق است که سه مورد آن مربوط به آسیب‌های اجتماعی و موارد دیگر مربوط به شبکه‌سازی، تعامل، زیرساخت و ترویج و ... است. مسئله اصلی ما از طرح نشاط فرهنگی و تمرکز بر رویکرد مردمی در خلاقیت این است که آیا به زمینه مشارکت فرهنگی به عنوان بستری که موجب رضایت اجتماعی و امید می‌شود، دقت شده است؟ آیا صرف نیل به اهداف کمی و آمار مطلوب در چشم‌اندازها متضمن مشارکت مردمی و نشاط از طریق بستر فرهنگ است؟

اگرچه افزایش تولیدات و سهم بازار محصولات فرهنگی داخلی که مورد تأکید این سند است به صورت غیرمستقیم در ارتقای نشاط فرهنگی مؤثر است، اما در این سند به ترویج فرهنگ نوآوری و خلاقیت توجه مکفی و تام نشده است. این در حالیست که عنوان خلاقیت و نوآوری در انحصار این سند و دستگاه‌های مربوط به آن قرار گرفته است. این رویه در عملکرد ستاد توسعه فناوری فرهنگی و نرم نیز به چشم می‌خورد؛ یعنی با وجود اینکه دستگاه‌های دیگر از این ستاد توقع اصلاح زیست‌بوم فرهنگی و اعمال رویکرد فرهنگی از طریق بهبود فرصت مشارکت فرهنگی را دارند لکن تمرکز اصلی این مجموعه بر فعال‌سازی اقتصادی و توسعه صنایع خلاق به عنوان یک ظرفیت اقتصادی و جذب سرمایه است. ناگفته نماند این ستاد تأکیدی بر حل مسائل اجتماعی دارد اما منظور از آن خدمات عمومی است که با به‌کارگیری حوزه صنایع خلاق به خصوص کسب و کارهای مبتنی بر فضای مجازی مانند فروشگاه‌های اینترنتی و نرم‌افزارهای حمل و نقل است نه حل مسائل اجتماعی از طریق عموم که مبتنی بر فعالیت‌های مردم‌نهاد باشد و فرصت‌هایی برای مشارکت فرهنگی خلق کند. همچنین باید خاطر نشان کرد اگرچه رویکرد اقتصادی به صنایع خلاق خود اهمیت ویژه‌ای در نشاط فرهنگی دارد اما نباید با تعمیم و تأکید بر این وجه، از وجوه هنری، فرهنگی و اجتماعی جدی آن غفلت و این وجوه را قربانی رویکرد صرفاً اقتصادی به صنایع خلاق کرد. منظور از جوانب فرهنگی مانند توجه به زیست‌بوم خلاقیت، مشارکت فرهنگی در جهت ارتقا و اعتلای سبک زندگی ایرانی اسلامی و پرورش ذائقه فرهنگی بوده که همراه با جوانب اقتصادی است و تفکیک‌پذیر نیستند. به بیان دیگر، در دیدگاه‌های موجود پیرامون نشاط فرهنگی، توسعه اقتصادی و تعالی فرهنگی به وسیله صنایع خلاق مکمل یکدیگر و غیرقابل تفکیک‌اند. بنابراین نمی‌توان طبق یک تقسیم کار و وجوه فرهنگی صنایع خلاق را صرفاً به دستگاه‌های دیگر فرهنگی نسبت داد. از همین رو، ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم نباید از دقت بر وجوه گفتمانی فرهنگ‌ساز غفلت کند، اگرچه عنوان شد که به این رویکرد در سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم توجه مکفی نشده اما همان اندازه موجود و مرتبط در سند هم اجرا نشده است. علاوه بر این اقدامات ستاد از لحاظ اختیارات، منابع و ساختار محدودیت‌هایی دارد. البته این محدودیت‌ها (مثلاً کمبود بودجه) خاص ستاد نیست، بلکه دستگاه‌های دولتی دیگر برای مقابله با این محدودیت‌ها نیز ایده‌هایی مبتنی بر استفاده از فضاها و مکان‌های دولتی، مجوزدهی و استفاده از ظرفیت‌های دولتی غیر مالی برای ایجاد پویایی زیست‌بوم خلاق طرح کرده‌اند. مثلاً بهره‌مندی از فضا و مکان‌های دولتی و اختیارات در مورد فضاهای عمومی، رسانه‌ها، امکانات و تجهیزات دولتی، فضاهایی که امکان تماس مخاطب با ایده‌ها را فراهم می‌آورد و فرایند ذائقه‌سنجی، باز خورد را در اختیار واحد خلاق یا کسب و کار صاحب شخصیت (کاراکتر) بومی قرار می‌دهد تا بتواند اشاعه یابد، تسهیل‌گری برای استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی، معافیت‌های مالیاتی و استفاده از دیگر اهرم‌های سیاست‌گذاری فرهنگی روش‌هایی برای رفع محدودیت‌های عمدتاً مالی دستگاه‌های دولتی است.

همزمان با فراگیرتر شدن اهمیت صنایع خلاق دستگاه‌های حاکمیتی نیز فعالیت‌هایی را در این حوزه آغاز کردند به عنوان نمونه وزارت صمت ذیل معاونت صنایع عمومی، اداره کل صنایع ورزشی و خلاق تأسیس کرد؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی بنیاد ملی پویانمایی ایران را راه‌اندازی کرد؛ همچنین اقدام به تدوین سند در حوزه صنایع خلاق و زیست‌بوم فرهنگی کرده است. ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم بر حسب مسئولیتی که ذیل سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم دارد خواستار نوعی همراهی و هماهنگی دستگاه‌ها در رفع موانع موجود در زیست‌بوم خلاق است و حل آنها را اولی بر فعالیت‌های پراکنده و مستقل دستگاه‌های دیگر می‌داند.^۱ دستگاه‌های دیگر نیز این ستاد را در تحقق اهدافش و توجه به وجوه فرهنگی مورد نقد قرار می‌دهند.^۲ معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری برای بهبود این زیست‌بوم (اکوسیستم)، نامه‌ای به محضر مقام معظم رهبری مدظله‌العالی نوشت و از معظم‌له درخواست دستور برای همسو شدن سه قوه و نهادهای حاکمیتی برای توسعه صنایع و شرکت‌های خلاق داشت؛ مقام معظم رهبری مدظله‌العالی نیز در هامش نامه فرمودند «به مسئولان ذی‌ربط در این مورد تأکید شود». با وجود اینکه نامه مذکور از طریق معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری نیز به نهادهای حاکمیتی مربوطه و ریاست جمهوری ارجاع داده شد اما همچنان به جای هماهنگی و همسو شدن دستگاه‌ها، این حوزه با متصدیان موازی، برنامه‌ریزی و نظارت مواجه است که مدعی انحصار این حوزه به نهاد

۱. مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدمهدی سادات مدیر دبیرخانه واحدهای خلاق در تاریخ ۱۴۰۲/۹/۲۱.
۲. مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای دکتر سیدمجید امامی دبیر شورای فرهنگ عمومی در تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۱.



خود هستند در حالی که مطابق سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم «سیاستگذار اجرایی» صنایع خلاق، ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم است و دیگر دستگاه‌ها باید مطابق برنامه‌های اعلامی ستاد پیش بروند. البته اهمیت صنایع خلاق و گستره اثرگذاری آن فعالیت دستگاه‌های متعدد را طلب می‌کند اما این فعالیت‌ها بایستی هم‌مسو و هماهنگ بوده و برابندشان دارای جهت کلی باشد که از پیش تدبیر شده است.

از منظری دیگر ورود بخش دولت به خانه‌های خلاق و تقاضا برای ثبت خانه خلاق از جانب دستگاه‌های دولتی، آن چیزی است که در تعارض با بنیان اصلی خانه‌های خلاق و نوآوری بوده است. به بیان دیگر، سیاست ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، اتکای خانه‌های خلاق به بخش خصوصی بوده و آن هم به دلیل آسیب‌هایی است که متوجه خانه‌های خلاق و نوآوری وابسته به دستگاه دولتی است؛ زیرا معمولاً حضورشان پایدار نبوده و به شخص و دوره مسئولیت وی متکی‌اند که با تغییر مسئولیت، این ساختار را ناپایدار می‌کند. همچنین زمینه را برای انحصار فراهم می‌آورد. آسیب دیگر ورود مجموعه‌های دولتی این است که رویکرد مردم‌نهاد بودن این ساختار را زیر سؤال می‌برد و می‌تواند به حیات خلوتی برای سازمان‌های دولتی و بستری نمایشی تبدیل شود و امکان رانت و فساد مالی را نیز فراهم آورد.

لذا اگرچه تعداد خانه‌های خلاق و نوآوری وابسته به ساختارهای دولتی محدود است و آمار دقیق و تفکیکی از این مجموعه‌ها در دست نیست اما نقد تنها از جهت دولتی بودن یا دولتی نبودن نیست بلکه مسئله کنترل این آسیب است که این ساختار بستری برای توزیع رانت، فعالیت‌های نمایشی و کارنامه‌ای نشود؛ خانه‌های خلاق و نوآوری نیز ظرفیت بالقوه مناسبی برای این گونه فعالیت‌ها دارند.

آسیب دیگر این زیست‌بوم این است که برخی از مراجعین و درخواست‌کنندگان برای ثبت خانه‌های خلاق چهار شرط لازم را دارا نبوده و شناخت کاملی از وظایف خانه خلاق و نوآور ندارند. یعنی بعضی از مجموعه‌های خلاق ضمن نداشتن حد کفایت شروط، خواهان ثبت به‌عنوان خانه خلاق هستند. این چهار شرط یا شاخصه لازم برای ثبت به‌عنوان خانه خلاق و نوآوری عبارت‌اند از:

الف) دارا بودن بستر فیزیکی مناسب،

ب) کفایت کارنامه و تجربه مجری،

ج) دارا بودن مشاور متخصص (منتور) که شکست‌ها و موفقیت‌ها را در آن حوزه تخصص تجربه کرده است،

د) آشنا و مرتبط بودن با شبکه بازار، مصرف و شبکه سرمایه‌گذاری.

البته توانمندی آموزشی به‌عنوان یک مزیت محسوب شده و جدای از این چهار مورد بررسی می‌شود.^۱

مسائل و چالش‌های مطرح شده بیانگر این است که در فرایند تصمیم‌گیری تا اجرا، به شبکه‌ای که مخاطب و کنشگران این سیاست‌ها و فعالین این حوزه هستند (به‌عنوان یک شبکه و طبقه خلاق که پیشبرنده این سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی است) و اهتمام و صیانت از مشارکت فرهنگی این شبکه کمتر توجه شده است و فعالیت‌های گسترده دستگاه‌ها بدون در نظر گرفتن تجارب و روندهای پیشین شبکه خلاق و فعالان و هنرمندان و حتی اهمیت مشارکت فرهنگی بوده است. فعالان خانه‌های خلاق و نوآوری نیز دستخوش وعده‌های محقق نشده و تصمیمات سلیقه‌ای و پراکنده این حوزه بوده‌اند. باید توجه داشت این روندها کم‌کم در حافظه این شبکه اثر گذاشته و مشارکت فرهنگی را تحت شعاع قرار می‌دهد. از این رو با رویکرد رونق مشارکت فرهنگی شبکه خانه‌های خلاق و نوآوری، به ظرفیت طرح تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق توجه کرده و پیشنهادهایی مبتنی بر به‌کارگیری این شبکه در این طرح ارائه خواهیم داد.

۲-۸. مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق»

مصوبه جلسه ۸۹۶ شورای انقلاب فرهنگی مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۲ خطاب به وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و جهاد دانشگاهی است. تأسیس شهر جهانی صنایع خلاق فرهنگی تحولی بسیار جدی در فناوری‌های فرهنگی و اقتصاد هنر و بستری برای تولید و صادرات صنایع فرهنگی و خلاق است. شهر جهانی خلاق، مرکزی است که می‌تواند برای حوزه فرهنگ و هنر عملکردی شبیه شهرک‌های صنعتی برای حوزه صنعت داشته باشد. به‌طور دقیق هدف تأسیس این مرکز تقویت زیست‌بوم، شبکه کنشگران،

۱. مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای سیدمهدی سادات مدیر دبیرخانه واحدهای خلاق در تاریخ ۱۴۰۲/۹/۲۱.

زنجیره تأمین و توسعه کانون‌های شتابگر است که به بازار جهانی هم‌نگاهی دارد. تصویب ماده‌واحد مذکور در شورای عالی انقلاب فرهنگی از مهم‌ترین گام‌های دولت در سال ۱۴۰۲ (در بین سایر راهکارها و سیاست‌های اجرایی برای تحقق سند تحول دولت در این عرصه) بود.

۳-۸. نقدی بر مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق»^۱

با توجه به پیشنهادی که در مورد ارتقای خانه‌های خلاق و نوآوری موفق در شکل ساختارهای بزرگ‌تر و ذیل یک مجتمع بزرگ نوآوری طرح شد، تأسیس شهر جهانی می‌تواند تعینی از این پیشنهاد باشد. با این تفاوت که در این گزارش تأکید بر تأسیس چنین مجتمعی در جهت ارتقای خانه‌های خلاق و نوآوری و به‌کارگیری شبکه مردمی از فعالان این ساختار را داشتیم. بنابراین برای تحقق این مهم در تأسیس این شهر جهانی پیشنهاد می‌شود روندی که در ذیل ارائه شده رهگیری شود:

۱. ارزیابی خانه‌های خلاق از منظر مشارکت و نشاط فرهنگی،

۲. شناسایی موارد ناکارآمد و غیرپویایی که با مجوز مشغول کارند و انحلال آنها،

۳. شناسایی الگوهای موفق خانه‌های خلاق و تقویت و ارتقای آنها،

۴. به‌کارگیری الگوهای موفق در ایجاد یک مجتمع بزرگ نوآوری.

به عبارتی در تأسیس شهر جهانی مزبور، به‌جای پایش نقاط ضعف و برنامه‌ریزی برای ارائه الگوی مطلوب، صرفاً بر ایجاد یک مجتمع بزرگ تأکید شده است. سیاستگذاری فرهنگی در حوزه خلاقیت و نوآوری باید متناسب با سیاست‌های پیشین و تکمیل‌کننده چرخه اثربخشی این حوزه باشد. گرچه عرصه صنایع خلاق به‌دلیل آهنگ سریع تغییرات نیازمند پویایی و ابتکار در سیاستگذاری است اما تغییرات مقطعی وابسته به سلاقی مدیران و دوره مسئولیت آنها در صنایع فرهنگی به مسئله مشارکت فرهنگی آسیب می‌زند. به‌گونه‌ای که حقوق کنشگران در این تغییرات نادیده گرفته می‌شود و فعالیت‌های مردمی و مشارکت را دچار چندگانگی و تشویش می‌کند. از این‌رو، دستگاه‌ها باید تا حد امکان متوجه آسیب مقطعی بودن طرح‌ها باشند؛ زیرا با جابه‌جایی مدیران ممکن است طرح‌ها ناتمام رها شوند. افزون‌بر این، اگر الگویی که ارائه می‌شود دارای پختگی و بلوغ کافی نباشد و برنامه‌ها برآمده از پشتوانه کارشناسی نباشند، زیست‌بوم فرهنگی را دچار اختلال می‌کنند، در حافظه و تجربه کنشگران تأثیر منفی می‌گذارند و به اصل مشارکت فرهنگی در کشور آسیب می‌زنند. مسلماً یکی از مهم‌ترین عوامل این آسیب غیرهمسو بودن دستگاه‌های فرهنگی در عرصه صنایع فرهنگی است؛ لذا در نحوه اجرای این مصوبه باید نکات پیشرو رعایت شوند: در خصوص تأسیس شهر خلاق روندی که تاکنون پیش‌رفته حاکی از نوعی ناهم‌سویی در بین دستگاه‌هاست؛ زیرا در این مصوبه اشاره‌ای به سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم نشده است. بنابراین باید ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم با توجه به بند «۵» ماده (۷) سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم^۲ (مبنی بر ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین دستگاهی برای دستیابی به اهداف این سند) در روند تأسیس این شهر جهانی نوآوری دخیل شود و در برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت و تقویت نظر کارشناسی در ایجاد این ساختار معاضدت و همکاری داشته باشد. همچنین مشارکت شبکه خانه‌های خلاق و نوآوری را به این عرصه هدایت کند و سه دستگاه مخاطب این مصوبه، پذیرا و همراه ورود کارشناسی ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم شوند. در این صورت است که اقدام‌ها در راستای تأکیدات مقام معظم رهبری مبتنی بر همسو شدن سه قوه و نهاد‌های حاکمیتی برای توسعه صنایع و شرکت‌های خلاق قرار می‌گیرند. علاوه بر این با استفاده از تجربه خانه‌های خلاق و نوآوری یکی از مهم‌ترین مسائل در زیست‌بوم خلاق مسئله کمبود سرمایه‌گذاری در این حوزه است. سرمایه‌گذاران در این حوزه حتی برای ایده‌های پخته‌شده خطر نمی‌کنند؛ کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع فرهنگی آسیبی بود که به‌صورت جدی مانع حرکت خانه‌های خلاق و نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها شده بنابراین برای کنترل این آسیب، اجرایی‌سازی طرح شهر جهانی نوآوری ورود دستگاه‌ها و اختصاص

۱. مصوبه جلسه ۸۹۶ شورای انقلاب فرهنگی مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۲ خطاب به وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و جهاد دانشگاهی.

۲. وظایف مورد تأکید ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در این ماده عبارتند از: ۱- برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت و ایجاد ارتباطات بین دستگاهی، تقسیم کار بین دستگاه‌ها و رصد اقدام‌ها بر اساس این سند؛ ۲- تهیه و تدوین برنامه عملیاتی و نقشه راه اجرایی سازی سند در هر سال؛ ۳- بررسی سالیانه تحولات داخلی و بین‌المللی فناوری‌های فرهنگی و نرم و ارائه پیشنهاد اصلاحات لازم برای بازنگری و به‌روزرسانی سند؛ ۴- ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین دستگاهی برای دستیابی به اهداف این سند؛ ۵- هدایت و هماهنگی منابع و امکانات مالی و سرمایه‌های انسانی کشور در حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛

۳. معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری نامه‌ای به محضر مقام رهبری مدظله‌العالی نوشت و از معظم له درخواست دستور برای همسو شدن سه قوه و نهاد‌های حاکمیتی برای توسعه صنایع و شرکت‌های خلاق داشت؛ مقام معظم رهبری مدظله‌العالی نیز در هاشم نامه فرمودند «به مسئولان ذی‌ربط در این مورد تأکید شود».



منابع باید به گونه‌ای باشد که بتواند اعتماد سرمایه‌گذاران را به این حوزه جلب کند زیرا سرمایه‌گذاران به کیفیت اجرایی سازی طرح‌ها از جانب دولت توجه می‌کنند و سپس به این حوزه‌ها ورود می‌کنند.

۴-۸. الگوهای بومی شده خانه‌های خلاق و نوآوری در زیست‌بوم خلاق در کشور

حیات و پویایی فرهنگی باید در خانه‌های خلاق جاری باشد. برای شکل‌گیری چنین حیاتی نباید موبه‌مواز الگوهای خارجی و یکسان تقلید کرد. روند اشاعه خلاقیت و نوآوری در زیست‌بوم فرهنگی جمهوری اسلامی ایران متفاوت است. فهم این تفاوت‌ها و اعمال آنها در ساختارهای نوینی مانند خانه‌های خلاق اهمیت زیادی دارد؛ زیرا یک الگوی فرهنگی نوین زمانی همه‌گیر می‌شود که تناسب‌هایی با زمینه‌های فرهنگی و بومی مخاطبین داشته باشد. دامنه مخاطبین و کنشگران صنایع فرهنگی زیاد بوده و به نوعی مردم‌نهاد و مبتنی بر خلاقیت موجود در بین گروه‌های اجتماعی است. لذا الگوی رشد آن با الگوهایی که در زمینه رشد فناوری و اختراعات وجود دارند، متفاوت بوده و به اعمال نکات مردم‌شناسانه برای ترویج و موفقیت در جذب مشارکت عموم نیازمند است؛ همان‌طور که برخی تحقیقات به این موضوع پرداخته و در مورد بعضی مناطق روستایی و عشایری ایران شرح می‌دهند که: «تعاونی‌های سنتی همواره پیروز و موفق بوده‌اند. در مقابل تعاونی‌های رسمی همواره با شکست روبه‌رو بوده‌اند. حقیقت این است که تعاونی‌های سنتی در سطح خودمصرفی موفقیت و پیروزی حتمی دارند و تعاونی‌های رسمی، در سطح تجاری و بازرگانی می‌توانند دوام و توفیق داشته باشند که دور از اصول هدف‌های تعاون محسوب می‌گردد؛ لذا باید با شناخت دقیق پایه‌های اساسی همکاری و تعاون سنتی، آنها را حفظ کرده و به صورت قالب‌های جدید و متحول درآورد» [۱۵]

خانه خلاق جایی است که باید مسائل اجتماعی، فرهنگی، هنری و اقتصادی تبدیل به مسئله و دغدغه خود کنشگران شود و نه جایی که مسئولیت‌ها به ساختارها واگذار شود. زیرا خلاقیت در بستر ساختارهای سازمانی فروغی ندارد؛ در صورتی که تجربه نشان داده در حل هر مسئله آنجا که از خلاقیت موجود در بین مردم استفاده شده موفقیت، چشمگیرتر از مواقعی بوده است که در پاسخ‌گویی به مسائل، ایجاد ساختار دولتی رهگیری شده است^۱ (برای مثال موسسات مؤمنانه در دوران فراگیری کرونا و فعالیت مساجد و شبکه‌های مردمی در تولید ماسک و ضد عفونی محله‌ها). از این رو، ایجاد فرصت مشارکت فرهنگی یک ضرورت است؛ البته فرصت‌هایی که برآیندشان در نهایت معنادار و دارای جهت باشد، نه مشارکت‌های پراکنده و جزیره‌ای بدون برنامه. در حوزه صنایع خلاق و نقش آن در تمدن اسلامی، سبک زندگی، اشاعه و بازار آن بایستی رویکردی مردمی در پیش گرفته شود و با محوریت افراد صاحب اراده و مسئولیت‌پذیر که به صورت خودانگیخته کنشگری می‌کنند و فارغ از بدنه سازمانی موجود در این عرصه به عنوان واسط میان عموم و جریان جمهوری اسلامی قرار می‌گیرند، از الگوهای نوین و ایجابی حمایت کرد.^۲

در عین تأکید بر مردم‌نهاد بودن این الگو نباید منکر تفاوت زیست‌بوم مقتضیات فرهنگی و سیاسی کشورمان شد؛ یعنی جلب مشارکت، تنوع و انعطاف اگرچه بسیار مهم است، اما نمی‌تواند بهانه‌ای برای فقدان توجه به جهت کلی فعالیت‌های فرهنگی، یعنی پویایی و حیات ارزش‌ها باشد. از جهتی دیگر نیازمند بستری نوین برای گفت‌وگو و پاسخ‌گویی به نیازهای زیست‌کنونی مبتنی بر مبانی اسلامی هستیم. از این رو، به عنوان مثال می‌توان بیان داشت خلاقیت را نباید لزوماً با صرفه اقتصادی و ظرفیت بازار ارزیابی کرد بلکه بایستی با نظام فرهنگی کشور سنجیده شود. در ادامه چند نمونه مطرح و همراه با پیش‌فرض‌های بیان شده، مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

کارستان بهارستان: به عنوان یکی از پردیس‌های نوآوری کشور در حوزه‌های فرهنگی و هنری راه‌اندازی شده است. این مرکز نوآوری با محوریت تولید محتوا و محصولات فرهنگی و هنری، در زمستان ۱۴۰۲ افتتاح شد. مزیت اصلی این مجموعه، توجه به حوزه کودک و نوجوان است. این مجموعه با هدف چاره‌اندیشی در لایه‌های فکری، فرهنگی، رسانه‌ای و سبک زندگی نسل فردای کشور فعالیت آغازین خود را در حوزه کودک و نوجوان متمرکز کرده است. این مجموعه زیر نظر حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی است و در طرح تحول حوزه هنری نقش

۱. مصاحبه کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای نوید نجات‌بخش مدیر مجموعه دانش‌بنیان بهار صنعت سپاهان در تاریخ ۱۴۰۲/۹/۱۵ و مصاحبه حضوری کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با جناب آقای ابوالقاسم خداوردیلو مدیر ارتباط با بخش خصوصی معاونت محتوای مرکز ملی فضای مجازی در تاریخ ۱۴۰۲/۶/۲۱.
۲. برای مطالعه بیشتر مراجعه کنید به گزارش «چارچوب مفهومی بازسازی انقلابی ساختار فرهنگی کشور (۱): طرح مسئله، اهم چالش‌ها و راهبردها» دفتر فرهنگ و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲.

ایفا می‌کند. وجه دیگر این مجموعه ایجاد بستر مناسب برای مشارکت فرهنگی شبکه‌های خلاق در فعالیت سازمان‌های فرهنگی و هنری است. فعالین و شبکه موجود فعلی در آن بیشتر مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی حوزه هنری است. حضور برای فعالان عمومی حوزه کودک و نوجوان با پرداخت هزینه به صورتی ماهیانه در فضای کار اشتراکی مجموعه بلامانع است. این مرکز نوآوری با استفاده از زیرساخت‌هایی از جمله استودیوهای تصویربرداری و پخش زنده، بلک باکس^۱ (سالن جعبه سیاه) و کروماکی^۲ (برش فام) و سالن ارائه به گروه‌های فعال در حوزه‌های فرهنگی و هنری امکان شبکه‌سازی و تولید محتوا را فراهم می‌کند. فضا سازی فیزیکی و امکانات این مجموعه می‌تواند زمینه‌ای برای جذب مشارکت فرهنگی باشد. از جمله حضور شبکه‌ها و گروه‌های تولید رسانه‌ای و فرهنگی هنری فعال و ماهر همچون ایما در حوزه پویانمایی از مزیت‌های فعلی این مجموعه است.

اگرچه این مجموعه محدودیت‌هایی برای رفت و آمد عموم و حتی فعالان دارد که به نظر می‌رسد از سایر پردیس‌های نوآوری سخت‌گیرانه‌تر است. اما از این جهت که یک مجموعه تازه کار است پیشنهاد می‌شود به روندی منعطف‌تر و عمومی‌تر و در عین حال اعمال ملاحظات برای تأمین حفاظت و محیط ایمن خود برسد. زیرا توسعه شبکه و ایجاد ارتباطات تخصصی هدف اصلی این مجموعه بر شمرده شده است. این رویکرد باعث می‌شود در آینده بتواند بدون پشتوانه‌های دولتی، به فعالیت پررونق خود ادامه دهد.

تمرکز بر حوزه کودک و نوجوان در این مجموعه به گونه‌ای است که شبکه‌ها گرچه با تخصص‌های مختلف هستند با این حال امکان هم‌افزایی و ایجاد چرخه‌ای در تولید فرهنگی حوزه کودک و نوجوان را دارند. عروسک‌سازی، استاپ موشن^۳ (پویانمایی ایستا)، پویانمایی خلق و اشاعه شخصیت‌های (کاراکتر) بومی، داستان‌نویسی و محتوای ادبی حوزه‌های موجود در این مجموعه هستند که می‌توانند مکمل یکدیگر باشند و حرکتی مؤثر در این حوزه رقم بزنند.^۴

خانه خلاق و نوآور ایلسادر حوزه سبک زندگی اسلامی: این مجموعه که جزو خانه‌های خلاق و نوآوری تازه تأسیس است، با شتابدهی به نوآفرین‌های فعال در حوزه سبک زندگی اسلامی، ایده‌ها را رشد داده و وارد بازار می‌کند. این مجموعه با ارزیابی روندهای مختلف و تطبیق آن با نگرش و اصول خود به الگویی منحصر به فرد رسیده است. این مجموعه به طراحی الگویی پرداخت که با الگوهای غربی و خارجی رایج تفاوت داشت و با توجه به بوم، توانمندی و ظرفیت‌های کشور الگوی خود را باز تعریف کرده است. زیرا با الگوهای موجود نمی‌توانست سبک زندگی اسلامی را در کنار تکمیل چرخه اقتصادی ایده‌ها پوشش دهد. ایلسایار ساختاری تعریف شده است که از طریق افزونه عضویت، شبکه مردمی و مجموعه‌ای از فعالان را برای این خانه خلاق در سراسر کشور تشکیل داده است. همین امر باعث شده این خانه خلاق و نوآور ظرفیت مناسبی برای حل مسئله از طریق دسترسی به شبکه مردمی خود در کشور داشته باشد؛ که با حفظ و تداوم این ارتباط و تعریف کارویژه‌ها موجب افزایش مشارکت فرهنگی جامعه می‌شود. یک کسب و کار نوپا که ذیل این مجموعه فعالیت می‌کند. ذیل این خانه خلاق نوآوری ۱۶ کسب و کار نوپا (استارت‌آپ) در حوزه سبک زندگی اسلامی فعالیت می‌کند.

خانه خلاق و نوآور ستاپ در حوزه آموزش: هدف ستاپ بهینه‌شدن فضای تعلیم و تربیت، به خصوص احیا و اجرایی شدن سند تحول بنیادین آموزش و پرورش است. اصلی‌ترین برنامه ستاپ ایده‌بازاری است تحت عنوان «رویداد ملی ستاپ» که سالیانه برگزار می‌شود. در این ایده بازار ایده‌هایی که در حوزه آموزش و پرورش در طول سال به بلوغ خود رسیده‌اند و قابلیت عرضه، جذب سرمایه و اجرا را دارند، ارائه شده و توسط سرمایه‌گذار و متخصصین در معرض داوری، حمایت و بازاریابی قرار می‌گیرند. علاوه بر آنچه بیان شد، برگزاری کارگاه‌ها جهت توانمندسازی معلمان و کسب و کارهای حوزه تعلیم و تربیت و ارائه فضای کار اشتراکی از جمله خدمات این خانه خلاق و نوآوری است که با روند حاصل از تجربه خود و شبکه ارتباطاتی متخصصین و سرمایه‌گذاران به صورت قابل توجه‌ای توانسته جلب مشارکت فرهنگی کند و زمینه ایده‌پردازی در زیست‌بوم آموزش را فراهم آورد.

مردم‌نما: یک کسب و کار نوپا (استارت‌آپ) در حوزه فناوری حقوقی است که بستری را برای پیگیری و حل مشکلات و مطالبات مشترک مردم

1. Black Box
2. Chroma Key
3. Stop-Mmotion

۴. مصاحبه و بازدید کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی تیر ماه ۱۴۰۳ از مجموعه کارستان بهارستان.



از ساده‌ترین راه‌های قانونی فراهم می‌کند، این مجموعه تلاش می‌کند مطالبات اجتماعی از مسیرهای قانونی و بدون نیاز به حرکت‌های تند (رادیکال) آسان‌تر و محتمل‌تر محقق گردد و با افزایش آگاهی اشخاص نسبت به حقوق قانونی خود و مسیرهای دسترسی به آنها با استفاده از تمام ابزارهای حقوقی کشور زمینه را برای احیای حقوق عامه‌ی مردم فراهم کند تا افراد به علت محدودیت‌ها از پیگیری رسیدن به حق خود منصرف نشود. برای تحقق این هدف از جمع سپاری مالی و تشکیل شبکه‌ای از وکلا و متخصصین حقوقی، رسانه‌ای و ... استفاده می‌کند و تاکنون در کارنامه خود چندین عملکرد مؤثر داشته است. برای مثال کارزار (کمپین) «سایت‌های شرط‌بندی» که از نوجوانان کلاهبرداری می‌کردند به ثمر رسید. آنچه مردم‌نما را متمایز می‌کند تمرکز بر بهره‌گیری از ابزارهای حقوقی در مطالبات عمومی است. این ابزارها ضمانت اجرایی بالایی دارد. مجموعه مردم‌نما ممکن است فعالیت‌های متنوعی در حوزه تخصصی خود داشته باشد اما اولویت اصلی خود را پیگیری دعاوی‌هایی می‌داند که فراگیری زیادی دارد و در راستای تأمین حقوق عمومی جامعه و هر قشری از آن هستند.^۱

۹. وضعیت مطلوب خانه‌های خلاق و نوآوری

شیوه‌های افزایش نشاط فرهنگی تفکیک‌پذیر نیستند و هر سه دامنه خلاقیت، مشارکت و حمایت، در این زمینه نقش دارند. در خانه‌های خلاق و نوآوری، کارها مبتنی بر فرهنگ کار تیمی و مشارکت بوده و با بهرهوری بسیار بالا به‌سوی موفقیت حرکت می‌کنند. این روندها به دلیل فقدان مواجهه با اصطکاک‌های اداری و مناسبات سازمانی پویا خواهند بود. بدین ترتیب، بستری برای بروز خلاقیت‌ها فراهم می‌آید. خانه‌های خلاق و نوآوری می‌توانند که در ترکیب با الگوی کار تشکیلاتی، مسئولیت اجتماعی و فعالیت فرهنگی در راستای تحقق آرمان‌های جمهوری اسلامی، مسائلی مهم از کشور را حل کنند و به الگویی نوین و بومی در زیست‌بوم فرهنگی کشور تبدیل شوند. لذا، می‌توان در الگوهای ارتباطی و مشارکت فرهنگی در کشور، روحیه تشکیلاتی و جهادی را به‌عنوان عاملی مؤثر و علمی در زمینه‌های فرهنگی و بومی^۲ بیان کرد و لایه‌هایی از آن را در خانه‌های خلاق و نوآوری بازجست.

با توجه به مباحث پیش‌گفته، برخی از مهم‌ترین مؤلفه‌های نیل به الگویی مطلوب برای خانه‌های خلاق عبارت‌اند از:

الف) بهره‌مندی از سرریز حمایت‌های دولتی: خانه‌های خلاق و نوآوری نه باید یک نهاد کاملاً مستقل باشند و نه یک نهاد صرفاً وابسته و دولتی؛ حالت مطلوب، ساختاری مبتنی بر مشارکت فعالانی است که از دل مردم و متن جامعه برآمده‌اند و از سرریز حمایت‌های دولتی بهره‌مند می‌شود. منظور از سرریز حمایت‌های دولتی این است که حمایت‌های دولتی در حوزه صنایع خلاق بیشتر به صورت غیرمستقیم و عمدتاً غیرمالی بوده که رفع مانع می‌کنند. همچنین در جهت تسهیل عملکرد خانه‌های خلاق و نشاط زیست‌بوم خلاق دولت امکانات خود را در اختیارشان قرار دهد. رفع موانع قانونی، ایجاد فضا و بستر، مجوزدهی و به‌کارگیری مکان‌های دولتی و فضاها و امکانات شهری و حتی متعلقات نمایندگی‌های ایران در خارج و عرصه بین‌الملل حمایت‌های دولتی هستند که در مفهوم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی قابل فهم است. این اقدام‌ها در کنار اینکه دولت بازار پرداز باشد و یا مشتری تولیدات فرهنگی مثلاً تولیدات در حوزه پویانمایی و ... باشد، مفهوم سرریز حمایت‌های دولتی را بازنمایی می‌کنند که ظرفیت‌های آن هم از جانب سیاست‌گذاران و هم از جانب فعالان باید شناخته شده باشد. البته باید توجه داشت این‌گونه حمایت‌ها نباید حالت دائمی به خود بگیرند بلکه می‌بایست پس از بلوغ خانه خلاق، شیوه‌های تأمین به‌سوی کاهش وابستگی به دولت سوق یافته و مشارکت فرهنگی مزیت‌های رقابتی ایجاد کند. در این صورت است که می‌توان حضوری پویا و فراگیر در بازار داشت و نشاط فرهنگی زیست‌بوم را ارتقا داد. زیرا تعریف نشاط فرهنگی تأکید می‌کند که فرهنگ و هنر از درون جامعه می‌جوشد نه اینکه صرفاً منابعی باشد که از بیرون به جامعه تزریق می‌شود.

ب) ورود به عرصه رقابت از طریق نقش آفرینی نخبگانی و در برداشتن ابزار فناورانه: نقش آفرینان خانه‌های خلاق با توجه به شرایط جامعه ایرانی، نخبگان عرصه خدمات دانش‌بنیان و فناوری و یا تولیدگران محصولاتی فرهنگی هستند که امکان حضور و رقابت در بازار و ایجاد

۱. مصاحبه کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس با اعضا و فعالین مجموعه مردم‌نما در تاریخ ۱۴۰۲/۳/۷.
۲. مراجعه کنید به دانشگر، بهزاد (۱۴۰۰). «تندر از عقربه‌ها حرکت کن»، تهران: معارف.

ارزش افزوده در جامعه هدف را دارا هستند؛ لذا در شرایط کنونی برای ورود به عرصه رقابت باید متمرکز بر حوزه‌هایی از فناوری‌های فرهنگی و نرم شد که از فناوری‌های روز بهره می‌برند و یا خدمات مورد نیاز جامعه را تأمین می‌کنند. همچنین می‌توان از ایده‌پردازانی که از شناخت و توانمندی کافی پیرامون این حوزه‌های نوین برخوردارند، استفاده کرد.

ج) مسئله‌محور عمل کردن خانه‌های خلاق و نوآوری: نشاط فرهنگی زمانی در عرصه خانه‌های خلاق و نوآوری پدیدار می‌شود که با کسب شناخت دقیق از نیاز یا مسئله موجود، تقاضاهای بازار را نیز پوشش دهد. به همین خاطر است که عده‌ای از متخصصین حول موضوعها و مسائل جزئی اما واقعی و کاربردی شبکه می‌شوند؛ شبکه‌هایی از افراد محدود و متخصص که ظرفیت حل مسائل بزرگ را دارند.

د) احراز توانمندی خانه‌های خلاق و نوآوری در حوزه شبکه‌سازی: با اینکه مشارکت، خلاقیت، حمایت، حل مسئله و... در بستر شبکه‌سازی محقق می‌شود، این امر در بسیاری از خانه‌های خلاق ضعفی جدی است. به بیان دیگر، انگیزه دادن و راهبری تخصصی (منتورینگ) افراد خلاق بدون توانایی در ایجاد دسترسی‌شان به افراد متخصص و شبکه‌سازی، امری نافرجام بوده و نشاط فرهنگی در گروهی همین شبکه‌ها و استفاده از ظرفیت طبقه خلاق است.

۱۰. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

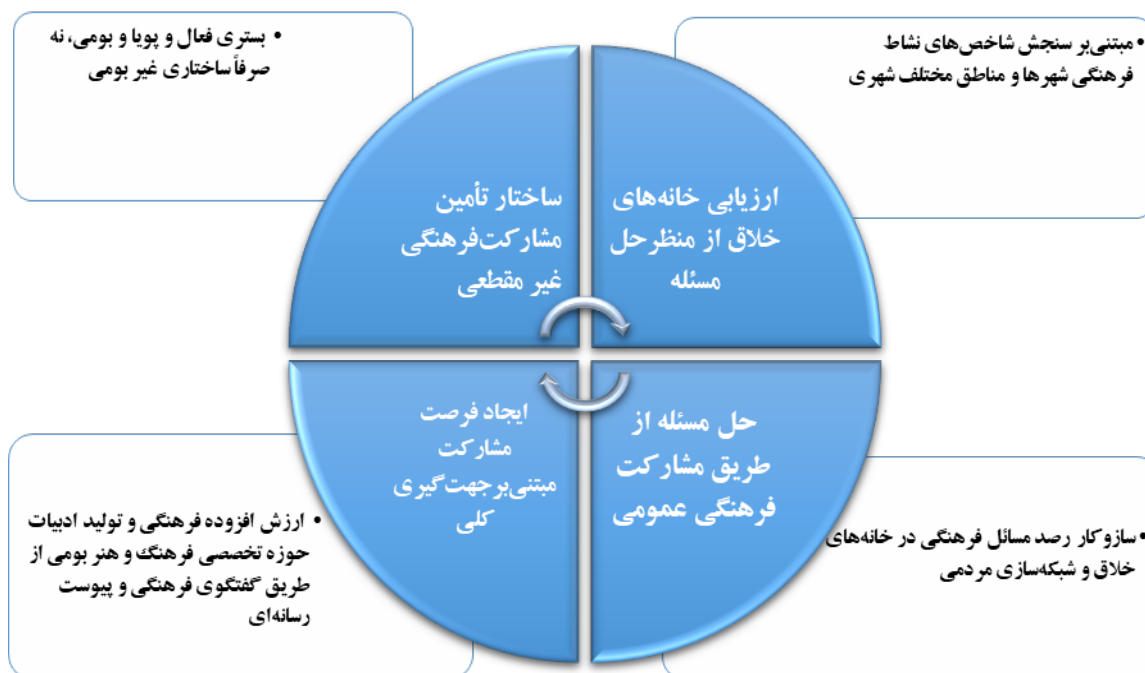
مشارکت فرهنگی و رونق زیست‌بوم مردمی در فرهنگ و هنر حلقه مفقوده سیاستگذاری فرهنگی است. امروزه مفهوم مشارکت فرهنگی بسط یافته است و وجوه متنوع و اثربخش ویژه‌ای دارد. ایده‌خانه‌های خلاق و نوآوری ظرفیت مناسبی برای جذب مشارکت فرهنگی و ارتقای نشاط فرهنگی داشته و با توجه به این مقدمات، می‌توان گفت اصل ایده‌خانه‌های خلاق و نوآوری امیدبخش و خوش‌بینانه است؛ اما باید در نظر داشت در حمایت و راه‌اندازی خانه‌های خلاق و نوآوری، هدف غایی آن یعنی نشاط، پویایی، حرکت و فعالیت در زیست‌بوم فرهنگی کشور تحقق یابد. خانه‌های خلاق گرچه عنوانی پر تکرار و آشناست اما نه تنها برای جامعه، بلکه برای کنشگران فرهنگی نیز مشخص نیست که دقیقاً چه چیزی است و به چه پاسخ می‌دهد. چنین وضعیت مبهمی، خود نشان از اشاعه نیافتن و یا نقصان در زیست‌پذیری این ساختار دارد که می‌تواند دو دلیل عمده داشته باشد:

الف) فقدان تناسب ساختار خانه‌های خلاق و نوآوری با زمینه‌های فرهنگی و بومی ایران: موفقیت هر نوآوری که به مشارکت فرهنگی وابسته است، بسته به تناسب با ویژگی‌های فرهنگی و زیستی جوامع بوده یا بایستی به یک نیاز مهم پاسخ دهد. برای این منظور باید با تحقیق، شناسایی و ارزیابی، الگوهای موفق و شبکه‌های خلاق را توسعه دهیم. الگوهای نوین با ارائه نسخه‌ای بومی و اشاعه‌پذیر، جلب مشارکت مردمی و همسویی با دستگاه‌های اجرایی و نیز مانع‌زدایی و ترویج خانه‌های خلاق و نوآوری در بستر مردمی، می‌توانند از این آسیب عبور کنند.

ب) به دلیل ناشناخته بودن خانه‌های خلاق در افکار عمومی، ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در رویکرد فرهنگی و مسئله مشارکت فرهنگی عملکرد مورد نظر را نداشته؛ خانه‌های خلاق و نوآوری در میان برنامه‌های این ستاد ظرفیت مناسبی برای ارتقای نشاط فرهنگی و مسئله مشارکت فرهنگی دارا هستند و اکنون نیاز به بازنگری و ساماندهی جدی دارند.

باید خانه‌های خلاق و نوآوری طبق ضرورت مشارکت فرهنگی با احیای یک روند فرهنگی مطلوب و بومی رشد کنند. در شکل ۳ نیز روند فرهنگی مطلوب در خانه‌های خلاق و نوآوری صورت‌بندی شده است. با همین رویکرد، در ادامه به طرح پیشنهادی سیاستی در این حوزه می‌پردازیم.

شکل ۳. روند فرهنگی مطلوب در خانه‌های خلاق و نوآوری



مأخذ: نگارندگان.

۱-۱۰. پیشنهادها و راهبردهای سیاستی

مسئله‌محوری به خانه‌های خلاق امکان می‌دهد تا به چالش‌های واقعی و نیازهای فرهنگی جامعه پاسخ دهند، که این به نوبه خود مشارکت فرهنگی را تقویت می‌کند. این مشارکت منجر به ایجاد حس همبستگی و تعامل در میان افراد جامعه می‌شود و در نهایت به افزایش نشاط فرهنگی می‌انجامد. به عبارت دیگر، مسئله‌محوری از طریق تمرکز بر نیازهای خاص جامعه، زمینه‌ای برای فعالیت‌های مشترک فرهنگی و خلق فرصت‌های بومی فراهم می‌کند، که این خود زمینه‌ساز ایجاد نشاط و پویایی فرهنگی است. با لحاظ رویکرد نقش «مسئله‌محوری» در خانه‌های خلاق در ارتقای «نشاط فرهنگی»، می‌توان یکی از برجسته‌ترین آسیب‌های خانه‌های خلاق و نوآوری در کشور را ناهماهنگی جدی ایده‌ها با مسائل فرهنگی و نیاز بازار دانست. در واقع، حتی اگر ایده‌پرداز، ایده خلاقانه و متناسبی با معیارهای نوآوری و خلاقیت داشته باشد، اما از آنجاکه موضوع‌های موجود با مسائل عینی و مبتلابه فرهنگی و اجتماعی فاصله دارند، ایده‌های ارائه‌شده نمی‌توانند به آسانی با بازار پیوند خورده و زیست‌پذیر شوند. در این صورت پیوند آن با بازار بر دوش راهبر (منتور) نهاده می‌شود و بسیاری در این مرحله از حرکت باز می‌ایستند. در ادامه، با توجه به آنچه در این گزارش مورد بحث و واکاوی قرار گرفت، پیشنهادهایی برای ارتقای وضعیت خانه‌های خلاق و نوآوری با هدف تحقق مشارکت و نشاط فرهنگی در جامعه، ارائه می‌شوند:

۱. با توجه به لزوم مسئله‌محوری خانه‌های خلاق و نوآوری، ضرورت دارد فرایند مسئله‌یابی و نیازسنجی بر خلاف آنچه اکنون حاکم است از جانب بازار به سمت ایده‌پرداز و خانه خلاق برقرار شود. در همین راستا، می‌توان سه جنبه از مسئله‌محور شدن خانه‌های خلاق و نوآوری را متوجه ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم دانست:

الف) فضای آزمون فرهنگی: در فضای آزمون فرهنگی کسب‌وکار و ایده به واسطه تماس با مخاطب و بازخوردگیری مداوم، کمبودهای بازار یا نیازها را درک می‌کند، خود را اصلاح می‌کند و یا توسعه می‌دهد. فراهم کردن چنین فضایی، از آن جهت که موجب شناخت مسائل و آزمون پاسخ‌ها و راه‌حل‌ها می‌شود، در مسئله‌محوری خانه‌های خلاق اهمیت ویژه‌ای دارد. در این فرایند هر چه موضوع‌ها و مسائل جزئی‌تر و مشخص‌تر بوده و امکان شبکه‌سازی مبتنی بر دسترسی به افراد متخصص خلاق بیشتر باشد، اثرگذاری فراگیرتر خواهد بود.

ب) **حل مسئله مبتنی بر جلب اعتماد سرمایه‌گذاران:** مسئله اصلی خانه‌های خلاق و نوآوری مسئله سرمایه‌گذاری است، نهادهای دولتی، توانمندی و بودجه مکفی برای شتابدهی و سرمایه‌گذاری در این حوزه را ندارند (البته در صورت وجود منابع مکفی هم صرفاً تزریق اعتبارات پاسخگو نیست و ممکن است در بلندمدت به آفت خانه‌های خلاق تبدیل شود) اما امکاناتی دارند که می‌توانند از این طریق سرمایه‌گذاران را جذب کنند، چه از لحاظ قانونی و تنظیم مقررات و چه از لحاظ زیرساختی مانند فضای استقرار، تسهیلات، اهرم‌های سیاستگذاری مانند معافیت‌های مالیاتی و غیره؛ این اقدامات می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران را در این عرصه جلب کند (در گزارشی مستقل راجع به مفاد تقنینی مربوطه احکامی پیشنهاد خواهد شد).

همچنین مقتضی است برای کاهش ضعف سرمایه‌گذاری در تولید و صادرات صنایع خلاق و خدمات فرهنگی راه‌اندازی و تقویت صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه بخش فرهنگ و هنر مورد توجه قرار گیرد.

ج) **حل مسئله مبتنی بر جلب مشارکت فرهنگی و ارتقای نشاط فرهنگی:** فرصت مشارکت و حمایت در این بستر بایستی برای فعالان این حوزه فراهم شده و عرصه برای حل مسائل از طریق مردم و پویایی فرهنگی باز شود.

بنابراین، مقتضی است ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم با توجه به این سه محور خانه‌های خلاق و نوآوری را مورد بازبینی و ارزیابی قرار دهد. سپس اگر نتیجه ارزیابی این سه محور در موردی مطلوب نبود آن را منحل یا با مجموعه‌ای دیگر ادغام کند و در صورت مطلوب و موفق بودن، خانه خلاق و نوآوری را توسعه دهد. در این توسعه باید شرایط ذیل لحاظ شود:

- در میان فعالان و جوامع عمومی تر حوزه فرهنگ و هنر و خانه خلاق دارای مرجعیت باشد،
- رویکرد ارتقای نشاط فرهنگی در بستر آنها رهگیری شود نه صرفاً به آنها به دید ساختاری برای ساماندهی اقتصادی برخی از مشاغل در حوزه صنایع خلاق نگاه شود؛ خانه‌های خلاق به‌عنوان بستری برای مشارکت فرهنگی تبدیل شود،
- از ظرفیت آن در مردمی کردن فرهنگ بهره‌کافی برده شود و مسائل اجتماعی از طریق مشارکت مردمی حل شود؛ به‌عنوان مثال سمن‌ها و شبکه‌های مردمی را تشکیل و آنها را در بستری منعطف ساماندهی کند،
- تعداد محدود اما ساختار بزرگ‌تر و کارآمدتری در فضای عمومی کشور صاحب اثر و قدرت باشند.

۲. ترویج پژوهش‌ها و آمارهای متقن در حوزه نشاط فرهنگی و سنجش آن در بسترهای نوینی مانند خانه‌های خلاق و نوآوری از دیگر لوازم بهبود وضعیت کنونی است. این در شرایطی است که چنین آمارها و پژوهش‌هایی با رویکرد نشاط فرهنگی در کشور بسیار کم و غیر شفاف است.

۳. شناسایی و حمایت از افراد خودانگیخته و دغدغه‌مند برای حمایت معنوی در راستای نشاط فرهنگی و اصلاح زیست‌بوم فرهنگی خلاقیت و نوآوری، اقدامی کلیدی است. افرادی که توانمندی انگیزه‌بخشی و نیل به یک الگوی خانه‌های خلاق و نوآوری با بازدهی بالا را دارند. در این زمینه، برای استفاده از ظرفیت محلی و ارتباطات و تعاملات نمایندگان مجلس در سطح کشور برای شناسایی چنین افرادی تشکیل فراکسیون صنایع خلاق در مجلس شورای اسلامی می‌تواند راهگشا باشد. همچنین به موجب این ارتباط، ظرفیت‌های حوزه صنایع فرهنگی و زیست‌بوم خلاق در نزد نمایندگان مجلس شورای اسلامی آشکارتر می‌شود.

۱۰-۲. نگاهت نهادی و راهکارهای تقنینی برای حل مسئله توسط خانه‌های خلاق و نوآوری

الف) **حل مسئله مبتنی بر فضای آزمون فرهنگی:** مقتضی است معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و دیگر دستگاه‌های مربوطه اختیارات و فضاهای فرهنگی هنری را که با مخاطب عام در تماس است و می‌تواند بازاری هر چند کوچک برای صنایع خلاق باشد، در اختیار ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم و خانه‌های خلاق فعال مبتنی بر شایسته‌سالاری قرار دهد. باید ستاد روند آزمون فرهنگی و بررسی‌های مستدل را خواهان شود که به موجب آن در این روند خانه‌های خلاق را با چشم‌انداز رسیدن به سطح توسعه و مرجعیت مناسب، بهبود و ارتقا دهند.



ب) حل مسئله مبتنی بر مشخص شدن سهم آن در زنجیره ارزش شرکت‌های خلاق: معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری از طریق ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، بایستی مطالبه‌گر و ناظر الگوی اقتصادی تعریف‌شده خانه‌های خلاق و نوآوری باشد تا کارآمدی آنها را ارتقا دهد. باید در صورتی که خانه خلاق پاسخگوی هدف اصلی شتابدهی نبوده و سهمی در زنجیره ارزش شرکت‌های خلاق نداشته باشد، از سطح حمایت‌ها کاسته شده یا در نهایت منحل شود. همچنین معافیت‌های مالیاتی و حمایت‌ها نباید موجب فقدان شفافیت و نامشخص بودن الگوی اقتصادی خانه‌های خلاق باشند؛ بلکه سازمان امور مالیاتی و سازمان بازرسی کل کشور باید در صورت معافیت هم از الگوی اقتصادی مطلع باشند.

ج) حل مسئله مبتنی بر جلب مشارکت فرهنگی و ارتقای نشاط فرهنگی: خانه‌های خلاق بایستی به ساختاری تبدیل شوند که محل رجوع جامعه و پاسخگوی مسائل مهمی از کشور و کنشگران این عرصه باشند. افزون بر این، زمینه را برای افزایش مشارکت فرهنگی جامعه و ارتقای نشاط فرهنگی فراهم آورند. در این راستا، انعقاد تفاهم‌نامه‌ای میان ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم و مراکز سنجش و رصد فرهنگی می‌تواند راهگشا باشد. به موجب این همکاری، امکان رصد و شناسایی مسائل جزئی و تخصصی در حوزه فرهنگ و هنر و به‌طور خاص صنایع خلاق، به صورت مستمر فراهم می‌شود. همچنین خانه‌های خلاق و نوآوری باید مکلف شوند پس از شناسایی مسئله، شبکه‌ای از افراد مرتبط و کارآمد در بدنه جامعه تشکیل دهند تا براساس برخورداری از الگوی اقتصادی و پیشینه شتابدهی، ضمن حل مسئله، خود کنشگران نیز وارد بازار شوند. طبق تفاهم‌نامه مذکور، بایستی مسائل اصلی احصا شده به خانه‌های خلاق و نوآوری فعال ارجاع داده شوند تا طی آن خانه‌های خلاق از طریق شبکه‌سازی، مشارکت مردم را در پاسخ‌گویی به مسائل روز افزایش دهند و با بهره‌مندی از ظرفیت خلاقیت‌های موجود در جامعه، مشارکت و نشاط فرهنگی را رقم زنند.

د) تداوم و اصلاح الگوی خانه خلاق و نوآوری در بستر مصوبه «تأسیس شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، صنایع فرهنگی و خلاق»: همان‌طور که در نقد مصوبه پیش از این ارائه شد در این مصوبه هیچ اشاره‌ای به سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم نشده است. ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم با توجه به بند «۵» ماده (۷) سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم (مبنی بر ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین دستگاهی برای دستیابی به اهداف این سند) در روند تأسیس این شهر جهانی نوآوری دخیل شود و در اجرا، برنامه‌ریزی، نظارت و تقویت نظر کارشناسی در ایجاد این ساختار ورود کند و از شبکه فعالین خانه‌های خلاق و نوآوری برای تقویت این بستر و از این شهر برای تقویت کارکرد خانه‌های خلاق و نوآوری بهره‌مکفی ببرد. همچنین سه دستگاه مخاطب مصوبه شهر جهانی نوآوری و فناوری‌های نرم، پذیرا و همراه این ورود کارشناسی ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم باشند و اقدام‌های لازم برای بهبود سرمایه‌گذاری و جلب اعتماد سرمایه‌گذار در این حوزه را در پی گیرند.



- [۱] م. فدایی، «بررسی وضعیت توسعه صنایع خلاق در جهان»، معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، ص. ۱۷، دی ماه ۱۴۰۲.
- [۲] ر. رضاییگی و ب. امین‌زاده، «تبیین چارچوب مفهومی خلاقیت اجتماعی و کاربست آن در نظریه شهر خلاق»، هویت شهر، جلد ۱۲، شماره ۳۴، صص. ۵-۱۸، ۱۳۹۷.
- [3] M.-R. K.-G. F. & H. Jackson, Cultural Vitality in Communities: Interpretation and Indicators, Washington: The Urban Institute, 2006.
- [۴] تسنیم، «خبرگزاری تسنیم»، ۴ تیر ۱۴۰۱. [درون خطی]. Available: <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1401/04/04/2733991>. [دستیابی در ۴ اردیبهشت ۱۴۰۳].
- [۵] ح. آشنا و همکاران، از سیاستگذاری تا سنجش فرهنگی (جلد سوم)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۷.
- [۶] خانه‌های خلاق و نوآوری، «خانه‌های خلاق و نوآوری»، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، [درون خطی]. Available: <https://creativehousenet.ir/web/page>. [دستیابی در ۴ اردیبهشت ۱۴۰۳].
- [۷] ن. فاضلی و م. فاضلی، فرهنگ و توسعه (رهیافت مردم‌شناختی توسعه)، تهران: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ۱۳۷۶.
- [۸] جکسون و همکاران، «Cultural Vitality in Communities: Interpretation and Indicators»، ۲۰۰۶.
- [۹] ش. یوسف طالشی و همکاران، «تحلیل تطبیقی زیست‌پذیری فرهنگی کلانشهرهای ایران مطالعه موردی: تهران، اصفهان و مشهد»، جامعه‌شناسی کاربردی، جلد ۳۱، شماره ۲، صص. ۵۵-۷۶، ۲۰۱۹.
- [10] Station F, "Station F," [Online]. Available: <https://stationf.co/>. [Accessed 1403 اردیبهشت ۱].
- [۱۱] «سایت اصلی معاونت علمی»، [متصل]. Available: <https://isti.ir>. [تاریخ الوصول ۱ خرداد ۱۴۰۳].
- [12] European Creative Hubs Network, "The European Creative Hubs Network (Annual Report)," European Creative Hubs Network, 2019.
- [13] S. B. Abuja, "Why Innovation Labs Fail, and How to Ensure Yours Doesn't," Harvard Business Review, 2019.
- [14] Capgemini, "Capgemini consulting." 30 07 2017. Available: https://www.capgemini.com/consulting/wp-content/uploads/sites/30/2017/07/innovation_center_v14.pdf. [تاریخ الوصول ۲۰۱۹].
- [۱۵] م. فرهادی، «گونه‌شناسی «باریگری‌ها» و تعاونی‌های سنتی در ایران»، کیهان فرهنگی، شماره ۲۲، ۱۳۶۴.
- [۱۶] «خبرگزاری ایسنا»، ۴ تیر ۱۴۰۱. [درون خطی]. Available: <https://www.isna.ir/news/1401082618434/>.
- [۱۷] خبرگزاری فارس، ۰۱ اردیبهشت ۲۰۴۱. [درون خطی]. Available: ri.swensraf.www://sptth:elbaliavA. [دستیابی در ۴ اردیبهشت ۲۰۴۱].

گزیده سیاستی

پایش مستمر خانه‌های خلاق با هدف بومی‌سازی فعالیت‌ها و به‌کارگیری شبکه‌های آن‌ها برای پاسخگویی به مسائل مهم کشور، گام اول در احیای این ظرفیت‌هاست تا مشارکت فرهنگی و نشاط عمومی جامعه ارتقا یابد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir