صاحب امتیاز: بنیاد رسالت
مدیرمسئول: محسن پیرهادی
سردبیر: مسعود پیرهادی
نشانی: تهران، خیابان استاد نجات اللهی جنوبی خیابان شهید اسماعیل محمدی - پلاک ۱
کدپستی: ۱۵۹۹۹۷۶۷۱۱ | تلفن: ۱۰-۸۸۹۱۰۸۰۶
نمابر: ۸۸۹۰۶۷۸۵ | چاپ: صمیم | تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵

رسالت

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی صبح ایران

پنج‌شنبه
۱۸ مرداد ۱۴۰۳
۳ صفر ۱۴۴۶
۸ آگوست ۲۰۲۴
سال سی و نهم
شماره ۱۰۹۲۷

WWW.RESALAT-NEWS.COM

اوقات شرعی
اذان ظهر: ۱۲:۱۰
اذان مغرب: ۱۹:۲۱
اذان صبح فردا: ۳:۴۵
طلوع آفتاب فردا: ۵:۱۹

خوانندگان فهیم روزنامه رسالت می‌توانند پیام‌های خود را به سامانه‌های ۱۰۰۰۲۱۸۸۹۱۰۸۰۸ یا ۵۰۰۰۱۰۶۰۶۵۸۱۱۹ پیامک کرده و مسائل و مشکلات خود را بیان نمایند. بی‌صبرانه منتظر پیام‌های گرم شما هستیم.

حکمت نهج‌البلاغه

امام(علیه السلام) فرمود: عیب تو (از چشم ها) پنهان است تا وقتی دنیا به تو اقبال دارد! (همین که دنیا پشت کند عیوب تو آشکار می شود).

شاه‌بیت

حدیث صبر من از روی تو همان مثل است
که صبر طفل به شیراز کنار مادر خویش

سعدی

علی باقری در نشست فوق‌العادهِ وزیران خارجه کمیته اجرایی سازمان همکاری اسلامی:

حیات صهیونیست‌ها بر ترور استوار است

علی باقری، سرپرست وزارت امورخارجه جمهوری اسلامی ایران در نشست فوق‌العادهِ وزیران خارجه کمیته اجرایی سازمان همکاری اسلامی سخنرانی کرد. به گزارش مهر، متن سخنرانی به شرح زیر است:

بسم الله الرحمن الرحیم

آقای رئیس،

برادران و خواهران،

سَلامٌ عَلَیْکُمْ وَ رَحْمَةُ اللهِ وَ بَرَکَاتُهُ

ابتدا از اعضای سازمان همکاری اسلامی به خاطر موافقت با درخواست جمهوری اسلامی ایران و دولت فلسطین برای برگزاری این نشست و از دبیرکل محترم سازمان و همکاران ایشان برای سازماندهی شایسته آن تقدیر می کنم.

همچنین از اقدام شمار کثیری از دولت‌ها در محکومیت اقدام تروریستی رژیم صهیونیستی در تهران و نیز اعلام انزجار گسترده امت اسلامی از این جنایت، صمیمانه سپاسگزارم.

آقای رئیس،

طی ۹ ماه گذشته، رژیم ددمنش صهیونیستی وحشیانه‌ترین جنایات تاریخ بشر را علیه مردم فلسطین در غزه و دیگر مناطق این سرزمین اسلامی مرتکب شده و به دلیل حمایت‌های گسترده و بی دریغ برخی قدرت‌های غربی به‌ویژه آمریکا از این رژیم، سازمان ملل نیز قادر به هیچ اقدام درخوری برای پایان دادن به این کشتار و تخریب بی سابقه علیه غیرنظامیان فلسطینی نبوده است.

به شهادت رساندن مجاهد خستگی ناپذیر شهید اسماعیل هنیه، نخست وزیر سابق دولت فلسطین و رئیس دفتر سیاسی جنبش مقاومت اسلامی فلسطین (حماس)، که به دعوت رسمی دولت جمهوری اسلامی ایران برای شرکت در مراسم تحلیف جناب آقای پزشکیان، رئیس جمهوری اسلامی ایران در تهران حضور داشت، تنها یک نمونه از جنایات تروریستی رژیم اسرائیل در منطقه و فراتر از آن است.

این جنایت‌ها بار دیگر ثابت کرد که بنیاد و حیات رژیم اشغالگر قدس بر ترور، جنایت، تجاوز، نقض صلح، ایجاد ناامنی و بی ثباتی در منطقه و جنگ افروزی و نسل کشی استوار است.

این اقدام تروریستی شنیع، تجاوزی آشکار به حاکمیت ملی و یکپارچگی سرزمینی جمهوری اسلامی ایران، تهدیدی جدی علیه صلح و امنیت منطقه‌ای و بین‌المللی و نقض جدی اصول بنیادین حقوق بین‌الملل و منشور ملل متحد است.

به همین دلیل، شورای امنیت سازمان ملل متحد که مسئولیت اولیه حفظ صلح و امنیت بین‌المللی را به عهده دارد، باید به مسئولیت خود در قبال چنین نقض جدی و جنایت هولناکی عمل کرده و رژیم اسرائیل را به خاطر ارتکاب این جنایات و نقض هامسئول شناخته و زمینه محاکمه و مجازات آمران و عاملان این جنایات را فراهم آورد.

در عین حال، مسئولیت آمریکا به عنوان حامی اصلی رژیم اسرائیل در ارتکاب این جنایت هولناک - که انجام آن بدون موافقت و حمایت اطلاعاتی آمریکا ممکن نبود - نباید نادیده گرفته شود.

ما بارها نسبت به پیامدهای منفی جدی شرارت‌های رژیم اشغالگر اسرائیل علیه صلح و امنیت منطقه‌ای و بین‌المللی هشدار داده و علیرغم اقدامات خصمانه و مکرر آن رژیم علیه اتباع، منافع و حاکمیت ملی جمهوری اسلامی ایران، همواره حداکثر تلاش را به عمل آورده‌ایم تا از گسترش افزون‌تر تنش و درگیری در منطقه جلوگیری شود.

پس از حمله تروریستی بزدلانه رژیم اسرائیل به اماکن دیپلماتیک جمهوری اسلامی ایران در دمشق نیز، ما بلافاصله شورای امنیت را از اقدامات غیرقانونی این رژیم مطلع کرده و از شورا خواستیم تا این اقدام جنایتکارانه و تروریستی را قاطعانه محکوم نماید و اقدامات لازم را برای جلوگیری از تکرار چنین جنایات و تجاوزاتی انجام دهد.

اما آمریکا نه تنها موضعی در محکومیت این حمله اتخاذ نکرد بلکه مانع شورای امنیت در انجام وظیفه ذاتی خود برای حفظ صلح و امنیت بین‌المللی شد و از اقدام کاملاً حداقلی شورا در صدور بیانیه مطبوعاتی پیشنهادی در محکومیت اقدام وحشیانه رژیم اسرائیل نیز جلوگیری کرد و بدین تمام راه‌های دیپلماتیک را مسدود کرد. تحت چنین شرایطی بود که جمهوری اسلامی ایران رأساً از حق دفاع مشروع خود استفاده و اقدام ضروری و متناسبی را علیه رژیم مذکور انجام داد.

در حال حاضر نیز در غیاب هر گونه اقدام متناسب شورای امنیت در برابر تجاوزات و نقض های رژیم اسرائیل، جمهوری اسلامی ایران گزینه‌ای جز استفاده از حق ذاتی خود در دفاع مشروع در برابر تجاوزات این رژیم ندارد. چنین اقدامی برای جلوگیری از تجاوزات افزون‌تر این رژیم به حاکمیت، اتباع و سرزمین جمهوری اسلامی ایران ضروری بوده و در زمان لازم و به صورتی متناسب انجام خواهد شد.

آقای رئیس،

در برابر جنایات گسترده و دهشتناک رژیم اسرائیل علیه ملت فلسطین و نیز حملات تجاوزکارانه آن به سایر کشورهای منطقه، از جمله لبنان، یمن و سوریه اکنون سازمان همکاری اسلامی در معرض آزمونی جدی قرار گرفته است.

اقدامات سازمان در واکنش به این وضعیت باید جامع، قاطع و متناسب با انتظارات فزاینده امت اسلامی برای جلوگیری از این روند خطرناک علیه ملت و سرزمین فلسطین و منافع جمعی امت اسلامی باشد.

در اتخاذ هر اقدامی، باید نقش محوری آرمان فلسطین در ایجاد سازمان همکاری اسلامی، نظام مندی، شدت و گستردگی جنایات رژیم اشغالگر قدس علیه ملت و سرزمین فلسطین، و همچنین گستردگی و شدت اعتراضات ملل آزاده و مسلمان جهان به این جنایات مد نظر قرار گیرد.

بر این اساس، سازمان باید مجدداً حمایت قاطع خود از آرمان فلسطین اعلام و قاطعانه تأکید کند که تنها راه حل بحران کنونی در منطقه رسیدگی به علل ریشه‌ای آن، یعنی اشغال غیرقانونی فلسطین و دهها سال ظلم و جنایت علیه ملت این سرزمین است و بدون رفع اشغال و تحقق همه حقوق آنها، بویژه در تعیین سرنوشت و تأسیس دولت مستقل فلسطین در تمامی این سرزمین به پایتختی قدس امکان پذیر نخواهد بود.

باید مجدداً تأکید شود که مقاومت در برابر اشغال با استفاده از تمامی وسایل از جمله مبارزه مسلحانه - که در دهها قطعنامه مجمع عمومی سازمان ملل نیز مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است - حق ذاتی هر ملت تحت اشغال خارجی است و بنابراین ملت فلسطین شامل گروه‌های مقاومت فلسطینی نیز کاملاً از چنین حقی برخوردارند.

کشورهای اسلامی باید بار دیگر اعلام کنند که سیاست‌ها و اقدامات رژیم اسرائیل در کل سرزمین‌های اشغالی فلسطین، بویژه در غزه مصداق بارز و غیرقابل انکار تجاوز، اشغال، آپارتاید، نقض نظام مند، گسترده و عامدانه حقوق بشر، جنایت جنگی، جنایت علیه بشریت و نسل کشی است.

در این راستا احیای ایده برابری صهیونیسم با نژادپرستی از اهمیت اساسی برخوردار بوده و لازم است در دستور کار قرار گیرد.

سازمان باید مجدداً خواستار پایان دادن به نسل کشی رژیم اسرائیل در غزه، برقراری آتش بس فوری، کامل، دائمی و بی قید و شرط، خروج فوری، کامل و غیرمشروط آن از کلیه سرزمین‌های اشغالی، بویژه غزه، رفع فوری، کامل و همیشگی محاصره غزه، باز کردن کلیه راه های زمینی، هوایی و دریایی برای کمک رسانی فوری، کافی و دائمی به مردم فلسطین بویژه در غزه، فراهم شدن زمینه‌های بازسازی سریع و کامل زیرساخت‌ها و نیز پرداخت غرامت کامل خسارات وارده به مردم و امکانات و سرزمین فلسطین گردد.

درخواست از شورای امنیت برای اعمال فشار جدی بر رژیم صهیونیستی برای اجرای قرارهای موقت الزام‌آور صادره توسط دیوان بین‌المللی دادگستری در پایان دادن به نسل کشی در غزه باید بار دیگر مورد توجه واقع گردد.

در این راستا باید بر اهمیت رأی مشورتی ۱۹ ژوئیه ۲۰۲۴ دیوان بین‌المللی دادگستری در خصوص آثار اشغال فلسطین توسط رژیم اسرائیل تأکید گردیده و نمایندگی‌های دائم اعضای سازمان همکاری اسلامی در نیویورک و ژنو موظف گردند از کلیه ظرفیت‌های سازمان ملل بویژه مجمع عمومی، شورای امنیت و شورای حقوق بشر برای استفاده گسترده و مؤثر از رأی مذکور در راستای تحقق آرمان فلسطین استفاده کنند.

همچنین، سازمان باید بار دیگر نقض جدی حاکمیت ملی و تمامیت ارضی دولت های منطقه توسط رژیم اشغالگر قدس را قویاً محکوم کرده و حمایت قاطع خود را از حق ذاتی آنها در دفاع مشروع در برابر تجاوزات آن رژیم اعلام کند.

آقای رئیس،

در پایان باید تأکید کنم در شرایطی که یکی از رهبران نژادپرست رژیم صهیونیستی در یک موضع گیری مطلقاً شرم آور، حتی از انسانی و اخلاقی بودن کشتار میلیونی فلسطینی ها در غزه از طریق گرسنگی دادن به آنها سخن به میان آورده است، همبستگی جدی و حمایت عملی از ملت فلسطین در این شرایط سخت تا چه اندازه مهم و دارای ضرورت و فوریت است. بدون تردید، این امر یک وظیفه انسانی، اسلامی و اخلاقی است. امروز امت اسلامی، بویژه زنان و کودکان فلسطینی تحت اشغال و بمباران در غزه و ارواح طیبه حدود چهل هزار نفر شهید فلسطینی در غزه نظاره گر ما هستند. ما باید در انجام این وظیفه خطیر، مسئولانه و قاطع عمل کنیم. جمهوری اسلامی ایران نیز در راستای مواضع اصولی همیشگی خود در حمایت قاطع از تحقق همه حقوق ملت فلسطین، آماده همکاری با سازمان و اعضای آن در انجام این وظیفه انسانی و اسلامی است. جمهوری اسلامی ایران راه حل نهایی را در رفع کامل اشغال، بازگشت کلیه آوارگان فلسطینی و برگزاری همه پرسی با مشارکت ساکنین اصلی فلسطین و تشکیل دولت فلسطینی به پایتختی قدس می داند.

والسَلامُ عَلَیْکُمْ وَ رَحْمَةُ اللهِ وَ بَرَکَاتُهُ.

یادداشت

تغییری که نسل Z در آینده گردشگری ایجاد می کند

گروه فرهنگی

جیمی لین بیتی گفته است: شغل ها جیب شما را پر می کنند، اما ماجراجویی ها روح شما را پر می کنند. هرگز این نقل قول برای نسلی که سخت کار و سخت بازی می کند، قابل فهم نبوده است. صحبت از نسل Z است، نسلی که در هر جنبه زندگی، از جمله سفر، در حال ایجاد تحول است.

نسل Z یک نیروی قدرتمند در صنعت گردشگری است. آنها ذاتا دیجیتال هستند، تشنه تجربه و اصالت را بالاتر از همه چیز ارزش می گذارند. آنها همچنین مصرف کنندگان صرفه جو هستند و تجربه را بر مالکیت مادی ترجیح می دهند. این بدان معناست که آنها به دنبال تجربه های سفر منحصر به فرد، مقرون به صرفه و معنادار هستند که با ارزش های آنها هم خوانی داشته باشد.

اینجا چهار روند اصلی سفر هستند که توسط نسل Z شکل داده می شوند:

جستجوی اصالت:

سفرهای نسل Z از سفرهای معمولی و برنامه های استاندارد خسته شده اند. آنها می خواهند مقصدها را به شکل واقعی تجربه کنند و با فرهنگ و جوامع محلی ارتباط برقرار کنند. آنها به وبلاگ های سفر و مطالب مهمان نظر می دهند تا بازبینی های صادقانه و گزارش های اول شخص مقصدها را به دست آورند. آنها می خواهند بدانند آیا یک مکان توسط گردشگران اشغال شده است، آیا مردم محلی دوستانه هستند و آیا می توانند به ازای پول خود ارزش دریافت کنند. ویدئوهای شبکه های اجتماعی نیز در برنامه ریزی سفر آنها نقش بزرگی دارد، اما آنها به راحتی فریب فیلترهای جعلی و حساب های کور کورانه را نمی خورند. آنها به دنبال واقعیت خالص هستند.

فناوری پادشاه است:

نسل Z با فناوری در دسترس خود بزرگ شده است و انتظار دارند همان سطح راحتی و شخصی سازی را در تجربه های سفر خود داشته باشند. آنها از دستیارهای هوشمند سفر مانند TripGenie که ایتینرارهای شخصی سازی شده و توصیه ارائه می دهند، استقبال می کنند. آنها همچنین از برنامه های سفر برای رزرو پروازها، هتل ها و فعالیت ها استفاده می کنند و همواره به دنبال راهکارهای جدید محرک فناوری هستند تا سفرهایشان را آسان تر و لذت بخش تر کنند.

تنوع طلبی مقصد:

گردشگری افراطی و قیمت های سرسام آور، نسل Z را از سفر به مقصدهای محبوب منصرف می کنند. به جای آن، آنها به دنبال مقاصد جایگزین هستند - مقصدهای کم شناخته که تجربیات مشابهی را با هزینه ای کمتر ارائه می دهند. به عنوان مثال، به جای رفتن به مالدیو، ممکن است آنها پالاوان در فیلیپین را انتخاب کنند. یا به جای سنت تروپز، ممکن است ساحل بادام ترکیه را انتخاب کنند. این مقصدهای جایگزین، تجربه سفر واقعی و مقرون به صرفه ای را ارائه می دهند که به نسل Z اجازه می دهد مکان های جدیدی را بدون خرج کردن بیش از حد کشف کنند.

جامعه در مقابل اقامتگاه های تفریحی:

نسل Z به دنبال تجربه های سفر جذاب هستند که از اقامت معمول در هتل فراتر می روند. آنها می خواهند با مردم محلی ارتباط برقرار کنند، درباره فرهنگشان بیاموزند و احساس کنند بخشی از جامعه هستند. به همین دلیل است که اقامتگاه های تجربی و اقامت در منازل شخصی محبوب ترمی شوند. برندهای پذیرایی در حال پاسخگویی به این نیاز هستند و مفاهیم منحصر به فرد کار-زندگی-تفریح ارائه می دهند که به میل نسل Z برای جامعه و انعطاف پذیری پاسخ می دهد. آنها میزبان نمایشگاه های هنری محلی، کلاس های آشپزی و سایر رویدادهایی هستند که تبادل فرهنگی و تعامل اجتماعی را تشویق می کنند. حتی هتل های لوکس نیز ارزش این روند را می پذیرند و تجربه های مهمان منحصر به فرد ایجاد می کنند که بر اصالت و اتصال تمرکز دارند.

یادداشت

فرصت ۲۰۰ میلیارد دلاری ویدئوگیم برای تبلیغات

گروه فرهنگی

صنعت بازی های جهانی در حال رونق است و درآمد سالانه آن به ۱۸۳٫۹ میلیارد دلار می رسد که از صنایع موسیقی و سینما پیشی گرفته است. این آن را به بازاری با پتانسیل سودآوری برای تبلیغ دهندگان تبدیل می کند که می توانند به یک مخاطب گسترده و متنوع در گروه های سنی مختلف دسترسی پیدا کنند. با این حال، علی‌رغم این پتانسیل، تبلیغ دهندگان همچنان مردد هستند که به طور گسترده در تبلیغات بازی ها سرمایه گذاری کنند.

آخرین گزارش روندهای تبلیغات جهانی WARC Media نشان می دهد که صنعت بازی ها پتانسیل مناسبی برای تبلیغات دارد. در حالی که تبلیغ دهندگان آمریکایی سرمایه گذاری خود در تبلیغات بازی ها را افزایش می دهند، این رشد کند است و پیش بینی می شود که هزینه در سال ۲۰۲۴ به ۶٫۷ میلیارد دلار برسد که تنها ۱۰٪ افزایش سال به سال است. این تردید با وجود افزایش ۲۶٫۷٪ درآمد متوسط تبلیغات درون برنامه‌ای بازی ها است.

پاندمی باعث افزایش اشتیاق برای تبلیغات درون بازی شد، به طوری که ۷۲٪ تبلیغ دهندگان برنامه داشتند که هزینه خود را افزایش دهند. با این حال، این اشتیاق از آن زمان خنک شده و فقط ۵۲٪ تبلیغ دهندگان قصد دارند سرمایه گذاری خود را افزایش دهند. این تردید شگفت انگیز است، با توجه به اینکه تبلیغات درون بازی فرصت منحصربه‌فردی برای دسترسی به ۳٫۴ میلیارد نفر در سراسر جهان، از جمله بخش قابل توجهی از گروه های سنی ۳۵-۵۴ و بالای ۵۵ سال که حداقل هفته‌ای یک بار بازی می کنند، فراهم می کند.

علاوه بر دامنه گسترده، تبلیغات درون بازی به عنوان یک کانال ایمن برای برند نیز در نظر گرفته می شود. IAB گزارش می دهد که ۹۰٪ تبلیغ دهندگان مورد مطالعه موافق هستند که تبلیغات درون بازی به دلیل ابزارهای بهبودیافته مانند کشف تقلب، زمینه، رتبه بندی سنی، تعامل با آگهی و معیارهای درگیری ایمن هستند.

با وجود این مزایا، اکوسیستم پیچیده صنعت بازی ها برای تبلیغ دهندگان بازدارنده است. این اکوسیستم در دستگاه های مختلف، ژانرها، قالب ها و ترجیحات بازار گسترده است که چالشی برای تبلیغ دهندگان در هدف گذاری موثر مخاطب است.

قالب های سنتی تبلیغات درون بازی مانند تبلیغات موبایل و مبتنی بر پاداش هنوز رایج هستند، اما قالب های جدیدی در حال ظهور است، از جمله محتوای سازنده در Twitch، اسپانسرشیپ ای اسپورت و تبلیغات درون بازی پویا که در طراحی بازی ادغام شده اند.

برای بهره گیری موثر از صنعت بازی، کارشناسان توصیه می کنند که به جای یک خرید رسانه‌ای یکباره، رویکرد مشارکت بلندمدت را اتخاذ کنند. این شامل سرمایه گذاری مداوم در مخاطب، برقراری ارتباط با بازیکنان و درک ظریفیت های اکوسیستم بازی است.

موفقیت شرکت هایی مانند Netflix و The New York Times در صنعت بازی ها نشان می دهد که برندها پتانسیل دستیابی و درگیرکردن مخاطب از طریق بازی ها را دارند. Netflix که یک میلیارد دلار در کسب و کار بازی های خود سرمایه گذاری کرده است، شاهد افزایش ۲۰۰٪ در دانلودها از سال ۲۰۲۲ بوده است. همچنین The New York Times نتایج مثبتی را از طریق سرمایه گذاری در محتوای بازی ها و حفظ کاربران در سایر پلتفرم های دیجیتال خود به دست آورده است.

صنعت بازی ها فرصت قابل توجهی برای تبلیغ دهندگان برای دسترسی به مخاطب گسترده و درگیر فراهم می کند. با این حال، غلبه بر چالش های اکوسیستم پیچیده آن و اتخاذ رویکرد مشارکت بلندمدت برای موفقیت حیاتی است. با توجه به تحولات مداوم این صنعت، تبلیغ دهندگانی که پتانسیل تبلیغات درون بازی را بپذیرند، در موقعیت مناسبی برای بهره برداری از این بازار در حال رشد قرار خواهند گرفت.

سید صادق پژمان، کارشناس فرهنگ و اقتصاد:

صنایع خلاق بستر ساز توسعه پایدار هستند

ممکن است این روزها این پرسش مطرح باشد که چرا صنایع فرهنگی در کشور ما به‌رغم نقش آن در رشد اقتصادی، تقویت تولید ملی و اشتغال زایی، تا کنون توسط مسئولان و مدیران فرهنگی مورد توجه جدی قرار نگرفته و موانع رشد و توسعه آن در ایران چیست.

برای پاسخ به سوال مورد اشاره، می توان به موانع اقتصادی، فرهنگی و حقوقی توسعه صنایع فرهنگی اشاره کرد. اولین دسته از موانع توسعه صنایع فرهنگی در ایران، موانع اقتصادی است. در کشور ما به صنایع فرهنگی به مثابه یک صنعت نگریسته نمی شود و بخش فرهنگ به عنوان یک بخش مولد اقتصادی و نهاد تولید ثروت تلقی نمی شود و این بخش صرفاً به منزله مرکز هزینه دیده می شود. همچنین اغلب مدیران موسسات فرهنگی، اطلاعات کمی در خصوص قابلیت های تجاری و اقتصادی صنایع فرهنگی دارند و به این دلیل که کار خود را اقتصادی و یا دارای بازده اقتصادی نمی بینند، غالباً خواهان حمایت های دولتی هستند.

این صنعت از موانع و مشکلاتی برخوردار است که در خصوص چالش های صنایع فرهنگی و مشکلات پیش روی آن با سید صادق پژمان، کارشناس فرهنگ و اقتصاد به گفت وگو نشستیم.

به گزارش مهر مشروح این گفت وگو در ادامه می آید؛

آقای پژمان بزرگترین چالش ما در صنایع فرهنگی چیست؟

صنعت فرهنگ امروز وابستگی زیادی به صنعت رسانه دارد و چه بسا صنایع فرهنگی مثل صنعت فیلم، انیمیشن، موسیقی، سرگرمی، بازی دیجیتال، مطبوعات، و همچنین ورزش و گردشگری، خودشان یک رسانه محسوب می شوند. یکی از عمده‌ترین مشکلاتی که در حال حاضر وجود دارد، شکل نگرفتن این مدیوم ها به عنوان یک صنعت فرهنگی واقعی است به طوری که مرجندایزینگ (بازاریابی) این صنایع در دنیا نشان می دهد علی رغم رشد بطئی، حجم بازار و جامعه مصرف کنندگان در طی مدت یک و حتی دو دهه، شیب صعودی بسیار ملایمی را طی کرده است.

اکوسیستم این صنایع در حال حاضر یک چرخه کامل ندارد و از تامین کننده و تولیدکننده تا مصرف کننده اتصال درستی شکل نگرفته است. به طوری که در کشور ما، تولیدکنندگان زیادی در حوزه محتوای فرهنگی داریم، اما به دلیل اینکه صنایع نرم به درستی شکل نگرفته و چرخه اقتصادی کاملی ندارد، تولیدکننده اغلب با چالش های مالی و دسترسی به شبکه مخاطب مواجه می شود. از طرف دیگر، صنایع فرهنگی در عصر حاضر میل به فعالیت بیشتر در بسترفضای مجازی دارند و اگر فناوری مناسبی برای این صنایع فراهم نباشد، کسب و کار آنها مختل می شود و در نهایت کاربران و مخاطبان این صنایع نرخ ریزش بالایی خواهند داشت. امروزه ارزش های اصلی ایجاد زنجیره ارزش واقعی برای ایجاد یک محصول نهایی در صنایع فرهنگی و خلاق، از طراحی اولیه تا رسیدن به دست مشتری فراهم بودن فناوری ارتباطی و اطلاعاتی مناسب برای تامین کنندگان است.

از طرفی میان صنایع فرهنگی هم ارتباط خوبی شکل نگرفته است. در واقع بخشی از زنجیره ارزش این صنایع، اتصال درونی میان محصولات و خدمات این حوزه است. این صنعت زمانی مفهوم کاملی پیدا می کند که میان صنایع مختلف آن هم افزایی و هماهنگی ایجاد شود. مثلاً بین کتاب، بازی دیجیتال و گردشگری تقریباً ارتباط بسیار ضعیفی وجود دارد.

حوزه صنایع فرهنگی نیازمند چه پارادایم مشخصی است؟

موضوع صنایع فرهنگی به تنهایی برخاسته از پارادایم فکری مکتب فرانکفورت است که این مفهوم در دهه ۱۹۴۰ در مکتب فرانکفورت به وجود آمد و بعداً تبدیل به صنایع فرهنگی شد و سرانجام در دهه ۱۹۹۰ تبدیل به «صنایع خلاق» شد. اما این پارادایم فکری، قرار بود منجر به کشف صنایع بومی هر فرهنگ شود و جلوه ای از هنر و فرهنگ هر ملت را به نمایش بگذارد. برای اینکه صنایع فرهنگی در کشور ما بتواند عرضه صحیحی داشته باشد و از کپی کاری و بازنشر محتوای خارجی در کشور جلوگیری کند، باید به سمت بومی سازی و انعکاس هویت ایرانی اسلامی قدم بردارد. درواقع، صنایع فرهنگی داخلی ما باید هویت ساز باشند و به بازتولید فرهنگ اصیل بومی ما در شکل های جدید خود بپردازند.

به بحث تحول برسیم. به نظرتان تحول در صنایع فرهنگی نیازمند چه مواردی است؟

به نظر من توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی، هویت ملی، فرهنگ بومی و پرهیز از تولید محتوای تکراری و غیرخلاق از پایه ای ترین ضروریات صنایع فرهنگی ماست. تولید ایده های بکر و نوآوری در عرضه محصولات فرهنگی جدید می تواند این عرصه را متحول کند.

صنایع خلاق در هر کشوری بسترساز توسعه پایدار است و اگر به شیوه درستی به بازتاب فرهنگ بومی و ملی آن کشور نپردازد و صرفاً معطوف به بازنشر و کارتکراری شود، نه تنها در مسیر توسعه پایدار بلکه در عرصه های اقتصاد، فرهنگ و اجتماع هم نمی تواند موثر باشد. ترویج فرهنگ، خلاقیت و رقابت پذیری در عین حفاظت و ترویج میراث فرهنگی و کهن کشور باید در دستور کار تحول صنایع فرهنگی ما قرار گیرد.

چشم انداز ما در صنایع فرهنگی برای کشور مستلزم شکوفایی هنر و فرهنگ و توجه به کسب و کارهای نوپا ولی مستعد است. این نگاه باید به گونه‌ای باشد که در برنامه ریزی بلند مدت ضمن توجه به صنایع فرهنگی به عنوان یکی از پایه های توسعه پایدار، به حل و فصل زیرساخت ها و چالش های آن بپردازیم برای مثال در گزارش های مرچندایز صنایع فرهنگی و خلاق یونسکو به این موضوع اشاره شده که اتحادیه اروپا مدت زیادی است که بر صنایع خلاق تمرکز دارد و برنامه های مهمی مانند، «برنامه اروپای خلاق» را با بودجه ۲/۴۴ میلیارد یورویی برای دوره ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۷ راه اندازی کرده است.

امروز چند درصد از کسب و کارها در ردیف صنایع فرهنگی قرار می گیرد؟

یونسکو در فوریه ۲۰۲۲ اعلام کرده است که صنایع فرهنگی و خلاق ۶/۲ درصد از اشتغال در دنیا به خود اختصاص داده اند که سهم قاره آفریقا به میزان ۸/۲ درصد بیش از بقیه قاره ها بوده است.

صنایع فرهنگی ۳/۱ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی (GDP) و ۶/۲ درصد از کل اشتغال را به خود اختصاص داده و نزدیک به ۵۰ میلیون شغل در سراسر جهان ایجاد کرده است. صنایع خلاق به دلیل ماهیت نوآورانه و منعطف، در بحران کووید ۱۹ نیز کمتر از صنایع سخت متحمل ضربه شدند و صادرات این صنایع تنها ۱/۸ درصد کاهش داشت، در صورتی که شاهد کاهش ۲۰ درصدی صادرات سایر حوزه های صنعتی بودیم.

این در حالی است که در ایران با وجود استعدادهای زیاد، سهم کمی از GDP به حوزه صنایع فرهنگی و خلاق اختصاص یافته و طی سال های اخیر رشد چندانی در این زمینه حاصل نشده است. در دنیا سهم GDP (تولید ناخالص داخلی) کشورها از صنایع خلاق بین ۴ تا ۷ درصد، اما سهم تولید ناخالص داخلی ایران کمتر از ۲ درصد است. در مرحله نخست باید سهم GDP صنایع خلاق را به ۴ درصد جهانی برسانیم. پیش بینی می شود که در سال ۲۰۳۰ میلادی، ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی در کل دنیا را صنایع خلاق و فرهنگی تشکیل دهد. در سال جاری ارزش صنایع فرهنگی بالغ بر یک هزار میلیارد دلار در جهان است.

علاوه بر این شاهد تحولاتی که صنایع فرهنگی و خلاق در عرصه اقتصاد دیجیتال ایجاد کرده اند، هستیم. این صنایع با ایجاد زنجیره ارزش و قابلیت دسترس پذیری بالا در سطوح مختلف جامعه، به خلق حوزه های جدیدی از اقتصاد دیجیتال کمک می کنند که برای مثال رمزارزها و NFT (دارایی دیجیتال منحصربه‌فرد) که اقتصاد جدیدی در زمینه رمزارزها ایجاد کرده است، از این دست هستند.

ایده های خلاق چه قدر در صنایع فرهنگی مؤثر است؟

متاسفانه همان طور که گفتم، یکی از آفت های صنایع فرهنگی مسئله عدم نوآوری و بازنشر محتوای خلاق دیگران است. در واقع اگر کمی ریشه ای تر به این مسئله بپردازیم، مشکل اصلی عدم برنامه ریزی دقیق در حوزه توسعه صنایع خلاق و نوآور است. در حال حاضر کشورهای منطقه به ویژه عربستان در برنامه توسعه خود تا سال ۲۰۳۰، سهم قابل توجهی برای صنایع فرهنگی دیده اند و ضمن فراهم سازی بسترهای مناسب، این صنایع را عامل کاهش بیکاری و افزایش درآمد ناخالص داخلی در نظر گرفته اند.

نگاه کلان به این عرصه و برنامه ریزی برای توسعه از این مسیر، استارتاپ های صاحب ایده و خلاق را پای کار می آورد و از تکثیر ایده های قدیمی و فاقد مخاطب آن را دور می کند. درواقع باید بر این نکته تاکید کنم که دولت در ایجاد صنعت فرهنگ نقش شایانی دارد و بدون حمایت ها و برنامه ریزی های بلندمدت و پیوسته دولت تا نقطه خوداتکایی صنایع فرهنگی، توسعه این عرصه غیرممکن است.

از آفت های عدم نوآوری در محتوا را می توانیم در شرایط فعلی صنعت سینمای کشور شاهد باشیم. این مسئله تا جایی پیش رفته که موضوعات و طرح های تکراری و بدون جذابیت، مخاطب را دچار «سینمازدگی» کرده و ترجیح می دهد از VOD ها یا سینمای غرب برای مواجهه با محتوای مطلوب استفاده کند. همین جا نقش دولت در حمایت از صنعت پررنگ می شود. حالا که اقبال مردم به پلتفرم های ویدئو به درخواست افزایش یافته است، دولت می تواند با کمک به «اقتصاد محتوا» از طریق پرداخت هزینه های محتوا از ترافیک به تحول و توسعه این عرصه جدید فرهنگی و رسانه ای کمک کند.

شناسایی کسب و کارهای محلی و معرفی شان به نهادهای اجتماعی تا چه قدر به صنایع فرهنگی خلاق کمک می کند؟

همان طور که گفتم از مجموع سهم ۶/۲ درصدی صنایع فرهنگی در دنیا در آمار اشتغال، سهم قاره آفریقا بیش از بقیه قاره ها بوده است. این نشان می دهد که علی رغم انتظار و بضاعت کم این قاره نسبت به سایر قاره ها، کسب و کارهای محلی در آفریقا با تولید و صادرات صنایع محلی خلاق توانسته اند بر اقتصاد جهانی تاثیر گذار باشند.

شناسایی این کسب و کارها در ذیل روش های اجرایی اهداف و برنامه های ملی قرار می گیرد و از طریق مدیریت هوشمندانه جریان های فرهنگی و رسانه ای به تحقق می رسد. این صنایع به دلیل نقش قابل توجهی که در انسجام اجتماعی ایفا می کنند، نیازمند برنامه ریزی دقیق در عرصه دیپلماسی فرهنگی است. برای مثال با بررسی گزارش های مرچندایز کره جنوبی در زمینه این صنایع شاهد این هستیم که فرهنگ جدیدی به نام «کی پاپ» ایجاد و معرفی شده است.

در گزارش های مرچندایز صنایع فرهنگی و خلاق یونسکو به این موضوع اشاره شده که اتحادیه اروپا مدت زیادی است که بر صنایع خلاق تمرکز دارد و برنامه های مهمی مانند، «برنامه اروپای خلاق» را با بودجه ۲/۴۴ میلیارد یورویی برای دوره ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۷ راه اندازی کرده است. برای ژانر جدیدی برای معرفی هویت کره استفاده کرده که به خلق k-culture منتج شده است. این امر با برنامه ریزی کوتاه مدت و فشرده و ایجاد سازمان محتوای خلاق شروع شده و به محبوبیت جهانی این فرهنگ، صادرات و گردش اقتصادی قابل توجهی دست یافته است.

شما چه قدر ضرورت جمع سپاری در صنایع خلاق را احساس می کنید؟

این روش برای ترویج صنایع فرهنگی و خلاق موثر است به طوریکه در حال حاضر کسب و کارهای جدید با هوشمندی و بهره گیری از خرد جمعی در حال توسعه حجم بازار خود هستند. مثلاً برنامه آبادیران زیر نظر معاونت علمی، از حمایت مردمی به شیوه جمع سپاری مالی برای توسعه محصولات سبک زندگی ایرانی-اسلامی استفاده کرده است.

این مدل به ترویج کسب و کارهای خرد و فرهنگ سازی آن کمک می کند و از تامین سرمایه به روش نوآورانه کمک می گیرد که در نهایت انگیزه برای مشارکت در تولید ملی ایجاد می کند.

تغییر گفتمان صنایع فرهنگی باید در چه مسیری قرار بگیرد؟

این تغییر گفتمان مستلزم تغییر نگاه در سطوح کلان و خرد اجتماعی و فرهنگی است. برای دستیابی به این اهداف، سرمایه گذاری در زیرساخت ها و طرح هایی که از رشد صنعت خلاقه حمایت می کند می تواند به این تغییر کمک کند. این شامل ایجاد مراکز خلاق جدید، ارائه برنامه های آموزشی و توسعه‌ای و ایجاد مشارکت های دولتی و خصوصی جدید است.

همچنین ایجاد صندوق های سرمایه گذاری خطرپذیر، داشتن قوانین قدرتمند برای کپی رایت، رفع موانع دولتی و بوروکراتیک هم می تواند به توسعه صنایع فرهنگی کمک کند و سرعت رشد و توسعه آن را افزایش دهد.

در نهایت نگاهمان به حوزه صنایع فرهنگی باید چگونه باشد؟

چشم انداز ما در صنایع ف