

گفت‌وگو با سعید حسینی، مدیرعامل شبکه ملی فعالان صنایع فرهنگی

زیست‌بوم صنایع فرهنگی را در ساختار مردمی شکل بدهیم نه دولتی



گفت‌وگو
جواد محرمی

مهمی چون مشارکت مردمی شکل می‌گیرد که در حوزه فرهنگ می‌تواند شاخص‌ها را ارتقا داده و زمینه‌ساز یک چشم ملی باشد. در این ارتباط با سعید حسینی، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره شبکه ملی فعالان صنایع فرهنگی گفت‌وگو کردیم.

عنوان و عبارت صنایع فرهنگی واژه تازه‌ای برای افکار عمومی است. شاید بد نباشد برای ورود به بحث یک شمای کلی از ماهیت این صنعت ارائه دهید.

صنایع فرهنگی آن بخشی از امور فرهنگی است که از مسیر فروش و عرضه محصولات و خدمات جاری یک چرخه اقتصادی را شامل می‌شود. امروزه با تغییر سبک زندگی در کشور عمده چرخه فرهنگی از طریق صنایع فرهنگی شکل می‌گیرد. در حوزه تولید محتوا، سینما، پویانمایی، شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون، نشر و اسباب‌بازی، نوشت‌افزار و پوشاک و مد را شامل شده و سپس وارد حوزه خدمات مثل شهربازی‌ها می‌شود و در مجموع حدود ۴۰ صنعت را دربرمی‌گیرد. صنایع فرهنگی شامل ویژگی‌هایی می‌شود که اولاً هویت‌ساز است و از منظری دیگر هم سهمی در تولید ناخالص ملی کشور دارد و هم بحث اشتغال را دربرمی‌گیرد. با توجه به اهمیتی که دارد امروزه همه کشورها به آن توجه جدی دارند و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند. چون هم بعد فرهنگی و هم اقتصادی دارد و برای داخل کشور و هم بیرون کشور در برندسازی ملی موضوعیت جدی پیدا می‌کند. امروزه عمده برندسازی ملی یک کشور از طریق صنایع فرهنگی ایجاد می‌شود.

در این باره به نظر می‌رسد که ما در کشور مان یک غفلت تاریخی را شاهد بودیم، درست است؟

بله. به نسبت این سرعتی که تغییرات فرهنگی در جهان داشته است آن‌هم به واسطه شکل‌گیری فناوری‌های فرهنگی و اتفاقات جدیدی که رقم می‌خورد ما در کشور به میزان لازم به این مسئله دقت نکردیم. یکی از قالب‌های فرهنگی که ما نیاز داشتیم و از نیازهای مخاطب جانمان همیسن صنایع فرهنگی بود، اما در جریان مقابل فرهنگی در تمدن غرب روزه‌پرو و لحظه‌به‌لحظه متناسب با نیازهای مخاطب آنها هم نیاز را ساختند و هم مطابق ذائقه و متناسب آن عمل کردند و بخش مهمی از ذائقه فرهنگی جامعه ما را نیز همیسن محصولات دربرگرفت. در سال‌های اخیر پیمایش‌هایی در کشور انجام دادیم و شاهد بودیم هر ۱۰ شخصیت محبوب پویانمایی پچه‌های ایرانی متأسفانه امریکایی بودند یا یک پیمایش داشتیم درباره کلیت محتوای فرهنگی و فقط یک درصد از این محتوا بومی بود، اما خوشبختانه یک جریانی در سال‌های اخیر در کشور آغاز شده و شاهد رویش‌هایی در این ارتباط بودیم. در برخی عرصه‌ها و به طور مثال یکی از مهم‌ترین رویش‌هایی که داشتیم در حوزه پویانمایی بود که در ارتباط با مخاطب اتفاقات خوبی رقم خورد و برخی به سوددهی بالا هم رسیدند و برخی حتی اگران‌های خارج از کشور هم داشتند و با استقبال مواجه شدند که از شاهزاده روم آغاز شد و با بچه زرنگ و پسر لدفینی ادامه پیدا کرد و یک جریانی را رقم زد که منجر به اعتماد به نفس در میان قشر جوان شد و راه را باز کرد. در این ارتباط جریان نوشت‌افزار ایرانی اسلامی توانست یک سهمی در این رابطه در بازار بگیرد.

فکر می‌کنید پیش‌قراول صنایع فرهنگی در کشور امروز کدام بخش‌ها را شامل می‌شود؟

پرچمدار صنایع فرهنگی امروز در کشور کسب‌وکارها هستند. در خیلی از کشور برای این موضوع یک برنامه‌ریزی ملی منسجم شکل گرفته است. بعد از آمریکا، ژاپن و چین که در این عرصه میدان‌دار هستند برخی کشورهای دیگر هم در سال‌های اخیر با برنامه‌ریزی که انجام دادند با برایشان رقم زدند توانستند بازار این صنایع را به دست بگیرند. کره جنوبی و ترکیه مثال خوبی در این ارتباط است. کره جنوبی از سال ۲۰۰۰ شروع کرد و توانست با دو برنامه ۱۰ ساله سهمی برای خود هم در کشور و هم در دنیا تحت عنوان موج کرهای یا دارما باز کند که سریال کرهای و کی‌پاپ و موسیقی کرهای و بخشی در قالب گردشگری و غذاهای سنتی را دربرمی‌گیرد و توانست سهم هم جدی بگیرد و نه تنها در بحث فرهنگ اقتصادی، بلکه در زمینه برند ملی و بازاریابی کالا‌های اقتصادی مثل خودرو و لوازم خانگی و اقلام صنعتی دیگر نیز تأثیر جدی دارد. اینجاست که می‌توان به اهمیت صنایع فرهنگی در رشد همه‌جانبه‌ی ب‌ر د و به اینکه این مسئله چقدر می‌تواند جنبه کلان برای یک کشور داشته باشد را درک کرد؛ کما اینکه سال‌های قبل هم این موضوع مطرح بود آن تصویری که هالیوود از قدرت نظامی آمریکا در اذهان جهانی ساختن در فروش سلاح‌های امریکا هم تأثیر دارد و برندینگ این مسئله صرفاً یک بحث فرهنگی صرف نیست، بلکه کاملاً کلان و همه‌جانبه به این موضوع نگاه می‌شود. پس صنایع فرهنگی در هم‌زمنی و قدرت نرم هم جایگاه خاص خود را دارد.

در کشور خودمان این زنجیره و ساختار در چه وضعیتی است؟

در ایران هم خوشبختانه یک جریان مردمی شکل گرفت و ما شاهد چرخه‌های خوبی بودیم و کسب‌وکارهای موفق خود را

نشان دادند و فکر کردیم الان موقعیت خوبی است که با توجه به دانش و نیروی انسانی و توانمندی که داریم یک برنامه ملی و جامعی ایجاد شود تا زیست‌بوم این موضوع را پر کنیم و موارد خلاً را تکمیل کنیم تا شاهد این باشیم که با پرچم‌داری نیروهای مردمی بتوانیم سهم محتوای ایرانی را بیشتر کنیم.

در این باره چه مجموعه‌هایی شکل گرفته است؟

خیلی از این عرصه‌ها شکل‌هایی دارند. برای مثال انجمن تولیدکننده‌های اسباب‌بازی یا پویانمایی یا نوشت‌افزار داریم. جمع‌بندی که با مشارکت فکری دوستان داشتیم این بود که بتوانیم به امید خدا با ایجاد یک اتحاد غیر از اینکه هر کسی حوزه تخصصی خود را پیگیری می‌کند هم‌افزایی جدی ایجاد کنیم. به دلیل اینکه این عرصه نیازها و اقتضات مشترکی دارد که شامل حوزه تأمین مالی و تأمین زیرساخت‌ها می‌شود و بین همه عرصه‌های فرهنگی هم مشترک است و نیاز به بازاریابی و توسعه صادرات دارد تا یک اتحادیه‌ی شکل بگیرد و بتواند به لطف خدا پرچم‌دار شود و با یک گفتمان‌خواهی درست موضوعی رویکرد را برجسته کند و کار را در اولویت قرار بدهد. هم حاکمیت، دولت، رسانه‌ها و در رأس همه مردم را پای کار بیاورد و هر کسی به اندازه توانش مشارکت کند تا یک اجماع و جریان ملی فراغ از رفت‌وآمد دولت‌ها شکل بگیرد. اگر بتوانیم با یک سرعت و جهش قابل قبول همانطور که مورد خواست رهبر شهیدمان بود و در شعارهای سال هم نمود بارز داشت و اعتقاد و ایمان را سخا نشان به اینکه هر اتفاق مبارکی در کشور باید روی دوش مشارکت مردم شکل بگیرد شاهد این موضوع باشیم امیدواری‌های زیادی رقم خواهد خورد. با همین دغدغه حدود ۱۵ تشکل دور هم جمع شدند و شبکه ملی فعالان صنایع فرهنگی شکل گرفت که به نوعی دبیرخانه انجمن‌های فعال صنایع فرهنگی هستند و حدود ۲هزار عضو گرد هم آمدند. یکی از اهداف مطالبه‌گری از حاکمیت و دولت است که پای کار بیایند و این اهمیت دارد که الگوی صحیح در این رابطه داشته باشد چون فقط نقش آفرینی مهم نیست و نقش آفرینی غلط می‌تواند آسیب‌زا باشد. برای مثال یکی از رویکردهای غلط این است به‌جای اینکه زیرساخت‌ها را شکل بدهیم، بیاییم و تصدی‌گری کنیم و مداخله در تولید فرهنگی کنیم که متأسفانه بعضی جاها دچار این ضایعه شده‌اند و این باید به سرعت اصلاح شود و بیشتر به سمت شرکت‌محوری برویم. برای مثال شما ملاحظه می‌کنید که در شکل‌گیری شرکت‌هایی مثل دیزنی پتناگون پای کار آمده و کمک کرده است. حالا این کمک به چه نحوی می‌تواند باشد باید تعریف‌شود. اگر این کمک تعریف دقیق و درست نداشته باشد، می‌تواند آسیب‌زا باشد. این مشارکت می‌تواند پشت صحنه باشد و نه تصدی‌گری. اجازه داده شود تا زیست‌بوم شکل بگیرد و دولت صرفاً حمایت و پشتیبانی لازم را به عمل بیاورد و می‌بینید که در این ارتباط امریکایی‌ها تصویر را درست‌کم در نیم قرن اخیر در دست گرفته‌اند. این با یک تقسیم‌کار ملی و شکل‌گیری درست کسب‌وکارها قابلیت اجرا پیدا می‌کند.

چه موانعی برای این کار وجود دارد؟

ساختارها باید درست شکل بگیرد. موضوع هم به شدت میان‌رشته‌ای است و همه باید پای کار بیایند. اقتصاد، صنعت فرهنگی و رسانه باید پای کار بیایند. این کار اگر به لطف خدا محقق شود، می‌تواند همه شاخص‌های کشور را تحت تأثیر قرار بدهد. این مثال‌ها را زیاد شنیدیم که درآمد ژاپن در صنعت پویانمایی از درآمد نفت ما بیشتر است. معتقدیم اگر یک عزم ملی در این ارتباط می‌توانیم عقیم‌اندگی‌ها را جبران کنیم و در آینده‌ای نه چندان دور به امید خدا یک قطب جهانی باشیم.

فکر می‌کنید نقش حاکمیت به معنای کلی شامل قوای سه‌گانه چه اندازه می‌تواند روی شکل‌گیری و سرعت این موضوع تأثیر گذار باشد؟

وقتی حرف از دولت می‌زنیم برخی مواقع اظهار نظرهای افراطی یا تفریطی درباره میزان دخالت دولت را می‌شنویم. ما فکر می‌کنیم ورود دولت به این عرصه اتفاقاً باید حداکثری باشد، ولی در تعریف درست و به جای خودش. اگر الگو درست نباشد به نظر من وضعیت می‌تواند به ضد خود تبدیل شود. الگوی درست این است که ما صف و عملیات و تولید و توزیع را به مردم و بخش خصوصی بسپاریم و دولت برود و جای خود بایستد. حالا جای دولت اینجا کجاست؟ برای مثال ما الان سازمان فرهنگ و ارتباطات داریم و به نظر می‌رسد از آن کار کردی که دارد دور شده است. این مراکز

یکی از اهداف مطالبه‌گری

از حاکمیت و دولت است که

پای کار بیاید و این اهمیت

دارد که الگوی صحیح در این

رابطه داشته باشد چون فقط

نقش آفرینی مهم نیست و

نقش آفرینی غلط می‌تواند

آسیب‌زا باشد. برای مثال

یکی از رویکردهای غلط

این است به جای اینکه

زیرساخت‌ها را شکل بدهیم،

بیاییم و تصدی‌گری کنیم و

مداخله در تولید فرهنگی

کنیم که متأسفانه بعضی

جاها دچار این ضایعه شده‌اند

و این باید به سرعت اصلاح

شود و بیشتر به سمت

بخش خصوصی و مردمی و

شرکت‌محوری برویم

وقتی حرف از دولت می‌زنیم

برخی مواقع اظهار نظرهای

افراطی یا تفریطی درباره

میزان دخالت دولت را

می‌شنویم. ما فکر می‌کنیم

ورود دولت به این عرصه

اتفاقاً باید حداکثری باشد،

ولی در تعریف درست و به

جای خودش. اگر الگو درست

نباشد به نظر من وضعیت

می‌تواند به ضد خود تبدیل

شود. الگوی درست این است

که ما صف و عملیات و تولید

و توزیع را به مردم و بخش

خصوصی بسپاریم و دولت

برود و جای خود بایستد

نمی‌توانند در صادرات فرهنگی کمکی کنند، اما می‌توانند بستر آفرین باشند. اینکه تولیدکننده بخواهد به کشورهای دیگر برود و کار کند موضوعی پیچیده و پر مشقت است. خیلی از ما سؤال می‌پرسند الان کالا‌های فرهنگی خیلی گران است و دولت باید چه کار کند آیا باید یارانه بدهد و پاسخ این است که اصلاً لازم نیست یارانه بدهد. یارانه یک کار مقطعی است. کاری که دولت‌ها می‌توانند انجام دهند این است که در بحث زیرساخت‌ها وارد شوند و برای مثال زمین در اختیار قرار دهند یا مشکل سکوها و زیرساخت‌های فروش را حل کنند و هر کدام از اینها در قیمت تمام‌شود کار تأثیر مستقیم دارد. دولت می‌تواند در یک سازوکاری که انحصاری نباشد و تصدی دولت هم نباشد بخشی هزینه‌ها را با مشارکت مردم در قیمت تمام‌شود. اگر تأثیر مستقیم دارد، دولت می‌تواند تسهیلات مالیاتی مثال اعلام کند اگر محتوای داخلی مناسب تولید کنید از معافیت مالیاتی برخوردار می‌شوید. این سیاستگذاری‌ها باعث می‌شود خودبه‌خود ظرفیت‌های مردمی به سمت تولید محتوای داخلی برود. این الگو براساس تجربه بین‌المللی که کشورهای دیگر داشته‌اند و موفق هم بوده‌اند باید شکل بگیرد. به دولت این موارد را پیشنهاد می‌کنیم و جالب است که نیازی هم نیست هزینه خاصی بکند چون الان بر برخی هستند که می‌گویند دولت مشکل مالی دارد، در صورتی که بسیاری از این موارد به ارز خارجی هم ندارد. دولت می‌تواند با همین امکاناتی که دارد



در بحث تبلیغات، زمین‌های زیادی که دارد و منابع معطل زیادی که در اختیار دارد با مشارکت مردم کار را جلو بیندازد. این مستلزم این است که مشارکت مردمی را جدی بگیرد و ظرفیت‌های کشور را در اختیار مردم قرار بدهد. البته ایجاد ثبات در امنیت سرمایه‌گذاری هم اهمیت زیادی دارد. اساساً پول‌هایی که مردم می‌توانند بیاورند قابل قیاس با دولت نیست و خیلی بیشتر است. الان بودجه بر خ‌ی پویانمایی‌هایی که در جهان تولید می‌شود به اندازه بودجه وزارت ارشاد ماست. مسئله مهم این است که باید به این موضوع نگاه صنعتی داشت.

فکر می‌کنید مهم‌ترین نقطه قوت کشور ما در این باره کجاست؟

نقطه قوت ما به طور قطع در نیروی انسانی متخصص است. در این سال‌ها این حجم تربیت نیرویی که در دانشگاه‌های ما اتفاق افتاده و از آن استفاده نمی‌کنیم و بخش قابل توجهی از آن به مهاجرت ختم می‌شود قابل تأمل است. الان خیلی از شرکت‌های معتبر دنیا مثل دیزنی پچه‌های ایرانی را به کار گرفته‌اند. چون واقعاً استعداد‌های خوبی هستند و با قیمت تمام‌شده پایین کار می‌کنند. این را دولت می‌تواند در امر تسهیلگری نه تصدی‌گری وارد شود. یکی از کارویژه‌هایی که ما معتقدیم در این زمینه باید انجام شود، این است که به طور دانش‌بنیان باید کار را پیش ببریم و بینیم الگوی صحیح حکمرانی در مدیریت صنایع فرهنگی دنیا چیست؟ الان برای مثال در بحث پویانمایی یک سه‌ضلعی شکل گرفته و در حوزه سالن‌سازی حوزه هنری سالن‌های خوبی به این موضوع اختصاص می‌دهد و تلاش کرده به محصولات پویانمایی خوب ب‌ها بدهد و از طرفی دیگر آموزش و پرورش همکاری می‌کند و سعی می‌کند دانش اوزان را پای کار پویانمایی‌های خوب بیاورد و از طرفی تلویزیون و شبکه پویا تماماً پای کار آمده‌است و این سه ضلع کار کرده و شما پویانمایی داشتید که واقعاً در بحث فروش ۲میلیون مخاطب را درگیر خود کرده و به سوددهی رسیده‌است و این رقم کمی نیست. آثاری که به لحاظ فنی و تکنیکی و حتی محتوایی حرف برای گفتن دارند و در فروش بین‌المللی هم موفق نشان داده‌اند. دولت تسهیل کرده و بخش خصوصی پای کار آمده‌است.

الگوی موفق خاصی را می‌توانید مثال بزنید که در داخل کشور رقم خورده باشد و قابل توجه باشد؟

با این ویژگی‌هایی که عرض شد، یعنی برنامه‌محور بودن، جریان مردمی که هم در بخش سرمایه‌گذاری و هم توان تخصصی پای کار هستند و فقط یک هم‌افزایی و مددیت کلان لازم دارند و نیز استعمار سیاست در حوزه دانش‌بنیان‌ها که نقش برجسته‌ای دارند حوزه نانو را وقتی بررسی می‌کنیم می‌بینیم این جریان شهید کاظمی و ستاد نانویی که شکل داده بود و آن نقشه را که رهبر شهیدمان در حمایت از این جریان به عنوان یک مقام بر عهده داشتند واقعاً ویژه بود و باید کار الگو برای مسئولان دلسوز ما باشد. ایشان پشتیبانی مستمر از دانش‌بنیان‌ها در کشور داشتند و به دولت‌های مختلف مدام تذکر می‌دادند که این موضوع را پشتیبانی کنید. رها نکنید و تمرکز کنید و در نانو پس از حدود ۲۰ سال به چرخه تولید رسیدیم و البته هنوز در بحث بازاریابی و تجاری‌سازی جای کار زیاد داریم، اما در شکل دادن زیست‌بوم و دانش خیلی خوب پیش رفتیم. الان حوزه نانو کاملاً قابل الگوبرداری است. جالب است که در صنایع نظامی هم حالا آن جایی که در کلیت آن قابل استفاده‌ای مختلف پای کار آورده شد و کلان‌نگری انجام گرفت و به طور بیان است زیست‌بوم شکل گرفت و دانش‌بنیان عمل شد و همه ظرفیت‌ها و دانشگاه‌های مختلف پای کار آورده شد و کلان‌نگری انجام گرفت و به طور کل طراحی سیاست صنعتی درست و حاکمیت و استعمار آن را شاهد بودیم و اینکه زیست‌بوم در فعالیت‌های مردمی دیده شد نه صرفاً درون ساختار دولتی و این اهمیت ویژه‌ای داشت.

ظاهراً مشکل ما در بخش فرهنگ این است که الگوهای درست را پیاده‌سازی نمی‌کنیم.

بله، خیلی از شرکت‌های بزرگ ما شبیه‌دولتی هستند و مداخلاتی دارند که اجازه نمی‌دهند بخش خصوصی خیلی ورود پیدا کند چون شبکه‌ای ساخته‌اند که فکر می‌کنند باید حفظ شود و احتمالاً منافع شخصی و فردی برایشان رجحان دارد. امر ملی و سیاست‌ها هم مستمر نیست و اگر هم داشتیم منقطع بوده‌است. نمونه آن در مسئله کاغذ قابل مشاهده است. در دولت سیزدهم یک همتی شکل می‌گیرد که برای مثال آموزش و پرورش را موظف می‌کنند کاغذ دولتی بخرند تا دوسه تا کارخانه‌ای که نیمه‌کار ماند راه بیفتند و به سوددهی برسند. خود رئیس‌جمهور شهید آیت‌الله رئیسی شخصاً آن را پیگیری کرد تا ۸۰ درصد کار به صدر صد برسد و متأسفانه رها شد. چرا رها شد؟ چون به نظر من این موضوع حول یک جریان مردمی شکل نگرفت و اگر این اتفاق می‌افتاد به این سسادگی نمی‌توانست کار بر زمین بماند و همان جریان مردمی در مقابل جریاناتی که ورود کاغذ به کشور برایشان منفعت شخصی دارد می‌ایستاد و اجازه نمی‌داد منفعت عمومی عقبنشینی کند و حتی کمرنگ شود، اما وقتی منافع درون‌گرو‌هی و دولتی با افراد محدود درون دولت‌ها مطرح می‌شود و مردم مشارکتی ندارند کار می‌تواند به راحتی روی زمین بماند.

به نظر می‌رسد پارک‌های علم و فناوری هم نقش خوبی در این زمینه می‌توانند ایفا کنند.

بله. پارک‌ها هم زیرمجموعه وزارت علوم هستند، اما ما یک جاهایی زیرساخت‌های خوبی طراحی و اجرا کردیم، اما چون تکمیل زنجیره انجام ندادهایم و بازبگرهای تأمین مالی که بتوانند این شرکت‌ها را شکل بدهند کم داریم با خللاً رویبرو شدیم. حتی اگر این رشد مالی هم تأمین بشود در قدم بعدی، یعنی آمادگی‌هایی که در سطح بازار نیاز است مثل صادرات را پای کار نیاوردیم و اگر زنجیره صنایع فرهنگی کامل نباشد این رشد به شکل محدودی خود را نشان می‌دهد. برای مثال در بازار داخلی درست است که کشور بزرگی هستیم با یک جمعیت بزرگ، اما این برای کارهایی که سرمایه‌گذاری سنگین نیاز دارد نیاز دارد که جنبه بین‌المللی هم پیدا کند. در کل باید گفت این پارک‌ها الگوهای خوبی هستند، اما ناقصند به این معنی که آن زیرساخت‌های اولیه را دارند، اما زنجیره‌های بعدی آنها شکل نگرفته و بعضاً رها شده‌است.

در واقع می‌خواهید بگویید پارک‌های علم و فناوری در تک‌بعدی هستند؟

در واقع نقطه‌ای از زیست‌بوم هستند که لازم هم هستند، اما کافی نیستند. یکی از مشکلات صنایع فرهنگی این است که همه به شدت شامل وزارت ارشاد، آموزش و پرورش، وزارت خارجه، سمت و معاونت علمی باید درگیر باشند و آن‌وقت هر کسی اگر بخواهد کار خودش را بکند و اینها دست به دست هم دهند کار از دست می‌رود. جزیره‌ای عمل کردن در ایجاد چرخه صنعتی جواب نمی‌دهد.