

## عنوان مقاله:

مدل نظام نوآوری محصولات فرهنگی

## محل انتشار:

فصلنامه راهبرد فرهنگ، دوره 8، شماره 31 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

## نویسندگان:

فرهاد نظری زاده - دانشجوی دکتری آینده پژوهی دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

فرزانه میرشاه ولایتی - دانشجوی دکتری آینده پژوهی دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

## خلاصه مقاله:

به رغم جان مایه فرهنگی انقلاب اسلامی، بررسی ها در کشور نشاندهنده گسترش عرضه و مصرف محصولات فرهنگی خارجی توأم با مضامین و پیام های نامناسب در جامعه است. این وضعیت از سویی بیانگر تغییرات اجتماعی و فرهنگی و از سوی دیگر، نشاندهنده ضعف ها و عملکرد نامناسب در سیاستگذاری و ساماندهی فضای خلق، تولید، مصرف محصولات فرهنگی است. نظام نوآوری، چارچوبی توانمند برای تحلیل و ارائه راهکار به منظور بهبود وضع نوآوری و تولید محصولات فرهنگی است. «نظام نوآوری محصولات فرهنگی» نظامی است که مراحل ایده پردازی، تولید، فروش و مصرف محصولات فرهنگی و حتی پیامدهای پس از مصرف را در چارچوبی یکپارچه و نظام مند بررسی و تغییرات لازم برای رفع چالشها و ارتقای شرایط را پیشنهاد میدهد. نظام پیشنهادی، مواردی از این دست را مورد تاکید قرار میدهد: یکپارچه سازی سیاستی، اولویت بندی محصولات، تقویت پژوهش های صنایع فرهنگی، حمایت از افراد کلیدی و هنرمندان، بهبود سازوکارهای حمایت مالی و قانونی، آموزش و آگاهی بخشی عمومی، ایجاد پارک های صنایع فرهنگی، ایجاد خوشه ها و قطب های صنایع فرهنگی، توسعه کریدورهای تجاری سازی محصولات فرهنگی، حمایت از شرکت های کوچک و متوسط فرهنگ بنیان، استقرار نظام آینده پژوهی و رصد محصولات فرهنگی. این مطالعه با توجه به گستردگی، برمبنای روشی ترکیبی به کمک مطالعات کتابخانه ای (ادبیات و مبانی نظری)، مورد کاوی (تجربیات کشورها) و تحلیل محتوای کیفی دیدگاه های صاحب نظران انجام شده است و نتایج را در قالب الگوی نظام نوآوری محصولات فرهنگی ارائه کرده است.

## کلمات کلیدی:

نظام نوآوری، صنایع فرهنگی، محصولات فرهنگی، نظام نوآوری محصولات فرهنگی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1453269>

