

۱۵۱۵ ۵۵۷

اقتصاد فرهنگ

پژوهش‌ده علم اقتصادی

دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر شهزاد برومند جزی



انتشارات سپهر

سرشناسه	پرومندجزی ، شهزاد، ۱۳۴۸ -
عنوان و نام پدیدآور	اقتصاد فرهنگ / شهزاد پرومندجزی.
مشخصات نشر	تهران: سهش، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۱۷۴ ص.
شابک	978-600-97813-0-0
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	فرهنگ -- جنبه‌های اقتصادی Culture -- Economic aspects
موضوع	هنر -- جنبه‌های اقتصادی Art -- Economic aspects
موضوع	کالا‌های فرهنگی Cultural goods*
موضوع	کالا‌های فرهنگی -- ایران -- صنعت و تجارت Cultural industries -- Iran
موضوع	سیاست فرهنگی Cultural policy
رده بندی کنگره	۱۳۰۶ الف ب ۴۵۶ HM۶۲۱/
رده بندی دیوید	۳۳۰۶:
شماره کتابشناسی	۴۷۱۶۴۰



اقتصاد فرهنگ

مؤلف: دکتر شهزاد پرومندجزی

ناشر: انتشارات سهش

صفحه آرا: زهره برکمن

شابک: ۷۸-۰۰-۹۷۸۱۳-۰۰۰

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶

چاپ و صحافی: دیجیتال پارت

تیراژ: ۱۰۰ جلد

قیمت: ۱۴۵۰۰ ریال

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ و مسئولیت صحت مطالب کتاب به عهده مؤلف است.

تهران، بلوار فردوس شرق، روبروی کوچه قبادی - پلاک ۱۱۵، واحد ۸- انتشارات سهش

تلفن: ۴۴۰۷۹۴۱۹

مرکز بخش موسسه کتاب کوهسار

تهران - خیابان دوازده فروردین - کوچه نوروز - پلاک ۲۵ - ط دوم - ۶۶۴۱۷۶۸۰ - ۶۶۴۶۵۴۲۶

فهرست مطالب

۷.....	مقدمه
۱۳.....	فصل اول: مصرف و اشتغال در اقتصاد فرهنگ
۱۴.....	(۱) استفاده - ستادانه از داده‌های آماری در مصرف فرهنگی
۱۵.....	(۱-۱) منافع اجتماعی - اقتصادی
۱۷.....	(۲-۱) توزیع در برابر سرمایه فرهنگی
۱۸.....	(۳-۱) تجزیه و تحلیل انحصار آزمون مدل نئوکلاسیک
۲۳.....	(۴-۱) ویژگی‌های کالاها و تصمیم برای خرید
۲۵.....	(۵-۱) عدم اطمینان و اطلاعات: سهم‌اندازی جدید از تجزیه و تحلیل
۲۷.....	(۲) بازار کار
۲۷.....	(۱-۲) اهمیت اشتغال فرهنگی: افسانه‌ها و واقعیت‌ها
۲۸.....	(۲-۲) آیا هنرمندان در انتخاب حرفه خود عقلانی عمل می‌کنند؟
۲۸.....	(۳-۲) آیا درآمد کمتر است؟
۲۹.....	(۴-۲) مشاغل و حرفه‌های نامطمئن
۳۲.....	(۵-۲) شهرت باعث شهرت می‌شود
۳۲.....	(۶-۲) مخاطرات توسعه مشاغل فرهنگی
۳۳.....	(۷-۲) حقوق مؤلف
۳۶.....	(۸-۲) هک، کپی برداری و تکثیر غیر مجاز
۳۹.....	فصل دوم: نمایشهای زنده (هنرهای نمایشی)
۴۰.....	(۱) تابع تولید در هنرهای نمایشی
۴۱.....	(۲) تعهدات دولت نسبت به نمایشهای زنده
۴۲.....	(۳) مدل بامول و باوین
۴۴.....	(۴) مدل اجتناب ناپذیری هزینه‌ها
۴۵.....	(۱-۴) محدودیت‌های اجتناب ناپذیری هزینه‌ها

- ۴۶..... (۵) میزان کمک به نمایشهای زنده
- ۴۷..... (۶) استراتژی‌های نهادهای فرهنگی
- ۴۸..... (۷) دوراهی بین کیفیت/ تعداد تماشاگران
- ۵۰..... (۸) تعیین قیمت بلیط و نقش اهدا کنندگان
- ۵۱..... (۹) رفتار و ساختار بنگاه
- ۵۲..... (۱۰) وضعیت بودجه فرهنگی در ایران

فصل دوم: بازارهای هنر و میراث فرهنگی

- ۵۵..... (۱) تعریف میراث
- ۵۶..... (۱-۱) میراث فرهنگی چیست
- ۵۷..... (۲-۱) تجزیه و تحلیل هزینه - فایده پروژه‌های میراث
- ۶۱..... (۳-۱) روش‌های ارزش‌گذاری اقتصاد
- ۶۴..... (۴-۱) تحلیل اقتصاد میراث فرهنگی
- ۶۴..... (۱-۴-۱) میراث فرهنگی بنا بر اوان
- ۶۵..... (۵-۱) مداخله دولت
- ۶۷..... (۲) بازارهای هنر
- ۶۸..... (۱-۲) عوامل سه‌گانه بازار هنر
- ۷۰..... (۲-۲) تعیین قیمت
- ۷۳..... (۳-۲) قیمت، عوامل عینی
- ۷۶..... (۴-۲) بحران در بازار هنر
- ۷۷..... (۵-۲) آیا خرید آثار هنری سودآور است؟
- ۸۰..... (۳) موزه‌ها
- ۸۰..... (۱-۳) ارزش اقتصادی یک موزه هنر
- ۸۴..... (۲-۳) تعداد بازدیدکنندگان موزه‌ها
- ۸۴..... (۳-۳) تنوع در موسسه‌ها و وظایف
- ۸۷..... (۴-۳) انواع تامین مالی
- ۸۹..... (۵-۳) مدیریت موزه: تناقض ارزش
- ۹۰..... (۶-۳) تابع تولید

۳-۷	تعیین قیمت بلیط‌های ورودی	۹۰
۳-۸	انتخاب بین خرید یا نمایشگاه	۹۱
۳-۹	میراث یونسکو در ایران	۹۲
۳-۹-۱	آثار ملی در ایران	۹۳
۳-۹-۲	تبعات ثبت	۹۴
فصل چهارم: صنایع فرهنگی، کتاب، سی دی (دیسک)، سینما و بازی‌های ویدئویی		
۱	تعریف صنایع فرهنگی	۹۶
۲	تقاضا برای آثار هنری	۹۹
۳	عرضه آثار هنری	۱۰۱
۴	بازارهای کار	۱۰۴
۵	بازنشر و اصالت محصولات فرهنگی	۱۰۸
۶	تمرکز مصرف بر تعداد کمی از عناوین	۱۰۹
۷	بنگاه‌های سلطه‌گر (مازور) و بنگاه‌های مستقل	۱۱۲
۸	نشر کتاب به صورت الکترونیکی اولین قدم به طرف دیجیتال	۱۱۳
	بازار کتاب در ایران	۱۱۵
	گردش مالی بازار نشر در ایران	۱۱۸
۹	شبکه توزیع کتاب در ایران	۱۱۹
	یک بازار جدید	۱۱۹
۱۰	مزایای کتاب الکترونیکی	۱۲۱
۱۰-۱	کتاب الکترونیکی در ایران	۱۲۲
۱۰-۲	کپی‌رایت، آسیب جدی بازار کتاب‌های الکترونیکی	۱۲۳
۱۱	صنعت موسیقی	۱۲۳
۱۱-۱	فرآیند ضبط موسیقی در ایران	۱۲۵
۱۲	سینما	۱۲۵
۱۲-۱	آسیب پذیری شرکت‌های مستقل	۱۲۸
۱۲-۲	توزیع هزینه‌های تولید فیلم	۱۲۹
۱۲-۳	سینما در ایران	۱۳۰

- ۱۲-۱) توزیع در صنعت سینمای ایران ۱۳۳
- ۱۳) افزایش چشم گیر بازی های ویدئویی ۱۳۷
- استقبال از بازی های آنلاین ۱۳۷
- ۱۴) تجارت الکترونیک و صنایع فرهنگی ۱۳۸
- فصل پنجم: سیاست های فرهنگی** ۱۴۱
- ۱) پایه های اقتصادی، سیاست های فرهنگی ۱۴۲
- ۱-۱) معایب بازار ۱۴۲
- ۲-۱) سایر فعالیت هایی که از پیامدهای خارجی منتفع می شوند ۱۴۳
- ۳-۱) اثر مثبت فزاینده مخارج فرهنگی ۱۴۴
- ۴-۱) ارزش اعتبار میراث و ارزش آموزشی ۱۴۵
- ۵-۱) ویژگی های عرضه ۱۴۶
- ۶-۱) شیوه های احیاء و بیافزایش ۱۴۸
- ۷-۱) عدم اطمینان و مداخله دولت ۱۴۸
- ۲) اشکال سیاست های فرهنگی ۱۴۹
- ۱-۲) سیاست های مبتنی بر مقررات ۱۵۰
- ۲-۲) شبه مالیات ها و مالیات ها ۱۵۱
- ۳-۲) حمایت های مالی داوطلبانه، آیا جانشین یاران ها می شوند؟ ۱۵۲
- ۳) نقدهایی بر سیاست های فرهنگی ۱۵۴
- ۱-۳) حمایت های افراطی و رانت ۱۵۵
- ۲-۳) بوروکراسی نهادها و رانش بودجه ۱۵۶
- احیای خلاقیت ۱۵۷
- دموکراسی مستقیم، راه حل عدم کارایی ۱۵۹
- نتیجه گیری ۱۶۰

مقدمه

آلفرد مارشال در کتاب (اصول علم اقتصاد جلد ۱، صفحه ۳۹۱) در سال ۱۸۹۱، می‌نویسد: غیر ممکن است بتوان، اشیایی مانند تابلوهای نقاشی مشهور و یا سکه‌های نادر را ارزشیابی کرد، زیرا آن‌ها در نوع خود بی‌نظیراند، نه مشابهی و نه رقیبی برای خود دارند. [...] قیمت تعادلی فروش این‌گونه اشیاء بسیار تصادفی تعیین می‌گردد.

تعداد بسیار کمی از اقتصاددانان به موضوع هنر و یا فرهنگ از خود علاقه نشان داده‌اند، اگر هم تعدادی از آن‌ها به ندرت مطالعه‌ای در این زمینه داشتند، نه به‌عنوان یک اقتصاددان بلکه بنا بر علاقه و سلیقه خود به هنر، به این امر مبادرت ورزیدند. با این حال، برخی از مطالعات و تفکرات که بطور تصادفی صرف اقتصاد و هنر شده به هموارکردن راه به این زمینه کمک کرده‌است اقتصاد فرهنگ به‌عنوان یک رشته مطالعاتی، از سابقه طولانی برخوردار نیست و با اینکه برخی از اقتصاددانان چون آدام اسمیت، طبع هنری نیز داشته و مقالاتی درباره موسیقی، نقاشی و نوشته‌اند، اما هیچ‌گاه از اقتصاد فرهنگ سخن نگفتند.

آدام اسمیت و دیوید ریکاردو عقیده داشتند که هزینه برای منوعی فعالیت برای اوقات فراغت است و نمی‌توان آن را ثروت ملی تلقی کرد، اما هنر را به‌عنوان جوهر زمینه کار غیر مولد می‌بیند و فعالیت‌هایی مانند بازیافتی یک هنرپیشه، خوانندگی یک خواننده و یا تنظیم آهنگ توسط یک موسیقی‌دان، را از غیرمولد تلقی می‌کند و کار غیرمولد را اینگونه تعریف می‌کند: "در همان زمان تولید، ناپدید می‌شوند"، (کتاب دوم، فصل ۳). با این حال او بر منحصربه‌فرد بودن کار هنری و نیاز آن به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و پرهزینه اشاره دارد. همچنین وی در کتاب خود متذکر می‌شود که آموزش در هنر طولانی‌تر و گران‌تر است و نیاز به مهارت زیاد دارد. پاداش پرداختی به نقاشان، مجسمه‌سازان، حقوقدانان و پزشکان باید بسیار بالاتر باشد. (کتاب ۱، فصل ۱۰، بخش ۱). پاداش هنرمند منعکس‌کننده هزینه سرمایه‌گذاری

است که آن کار طلب می‌کند، البته، اسمیت بطور ضمنی، پیامدهای خارجی ناشی از این‌گونه هزینه‌ها را به رسمیت می‌شناسد: "[.....]".

پس از آن آلفرد مارشال اذعان می‌کند: «هرچه بیشتر به موسیقی گوش داده شود علاقه به آن بیشتر افزایش می‌یابد»، بدین ترتیب وی تحلیل در مورد مصرف هنر که در نظریه مطلوبیت نهایی نزولی یک استثنا محسوب می‌شود، را آغاز می‌کند.

علی‌رغم عدم وجود یک تحلیل اقتصادی از بخش فرهنگی، ما شاهد ظهور تدریجی از مفاهیمی که پایه و اساس اقتصاد فرهنگ است، می‌باشیم: پیامدهای خارجی، سرمایه‌گذاری بلند مدت، پاداش‌های خاص، عدم اطمینان، مطلوبیت نهایی فزاینده، اهمیت کمک‌های بخش عمومی و یا بخش خصوصی.

در سال ۱۹۷۳، برای اولین بار جان گالبرایت^۱ بحث تقابل اقتصاد و فرهنگ را در مقاله‌ای مطرح، و در آن به بررسی وضعیت اقتصادی هنرمندان و نقش طراحی مناسب کالاهای صنعتی را در افزایش ارزش افزوده مطرح کرد. کنیت بولدینگ^۲، هنر را وسیله‌ای برای ایجاد و گردش اطلاعات در نظر می‌گیرد، جان گالبرایت در مقاله‌ای در سال ۱۹۷۳، پیش‌بینی می‌کند، هدف اصلی فزاینده‌ای در اقتصاد به خود اختصاص خواهد داد، او ابراز تأسف می‌کند که تصمیم‌گیری‌ها در ارتباط با هنر، به وسیله افرادی اتخاذ می‌گردد که نسبت به محیط هنر بی‌تفاوت، با یادآوری این نکته که بانک‌دارها اغلب در وام‌دهی به هنرمندان محتاطانه برخورد می‌کنند و سعی دارند که به آن‌ها یاد دهند چگونه وام دریافتی را در مؤسسه‌های هنر خرج مدیریت کنند، «هنرمند و اقتصاددان، این دو باید یکدیگر را ملاقات کنند، کنفرانس ۱۸ رانه، ۱۹۸۳، شورای هنر بریتانیا»، لایونل رابینز، نقش اقتصادی دولت در حمایت از فعالتهای هنری و تامین موزه‌ها و گالری‌های عمومی، را مورد بررسی قرار داد. با این وجود، نقطه آغاز ظهور اقتصاد فرهنگ را باید در کتاب "هنرهای نمایشی- تناقض اقتصادی" نوشته ویلیام بامول^۳ و ویلیام بوون^۴ در سال ۱۹۶۶ جستجو کرد، که در آن هنرهای نمایشی مورد

1) John Galbraith

2) Kenneth Boulding, 'a new Theory of Social Evaluation 1978'.

3) William Baumol

4) William Bowen

تحلیل دقیق نظری و تجربی اقتصادی قرار گرفت. مطالعات، گری بکر^۱ در مورد مصرف کالاهایی که مطلوبیت آن‌ها در طول زمان افزایش می‌یابد و آلن پیکوک^۲ و مکتب انتخاب عمومی، مسیر آینده اقتصاد فرهنگ را هموار می‌کنند. اما آینده‌ای که از بین نتایج متناقض این مطالعات می‌بایستی ترسیم شود: از یکطرف بوون و بامول نشان می‌دهند که اقتصاد فرهنگ وابسته به یارانه‌های دولتی است، در حالی که بکر به دنبال احیای الگوهای سنتی اقتصاد سیاسی است، او تلاش می‌کند نشان دهد که رفتارهای عقلانی و حداکثرسازی در مورد مصرف فرهنگی نیز صادق است، و گروه آخر، نشان می‌دهند که همان عقلانیت، نهادها را وادار به ایجاد رانت برای خود می‌کند و گروه‌های فشار به مداخله دولت اصرار می‌ورزند. بدین ترتیب اقتصاد فرهنگ به توسعه‌ی خود ادامه می‌دهد و به تدریج علم و روش‌های خود را برای به دست آوردن شناخت‌های نهادین گسترش می‌دهد. تا آنجایی که انتشار مقاله‌ای در سال ۱۹۹۴ توسط دیوید تراسبی^۳ در مجله ادبیات اقتصادی، راه این مسئله است. سه عامل به این شناخت کمک کرده‌اند: ایجاد تمایل به جریان درآمدی، اشتغال، نیاز به ارزیابی تصمیم‌گیری - های فرهنگی به وسیله نظریه‌ها، توسعه اقتصاد سیاسی به ظرف زمینه‌های جدید (اقتصاد فعالیت‌های غیر بازاری، تجدیدنظر در فرض عقلانیت، اقتصاد سازمان‌ها، اقتصاد اطلاعات و عدم اطمینان، اقتصاد اینترنت)، اقتصاد فرهنگ را تبدیل به زمینه‌ی ممتاز برای تأیید تجربی در پیشرفت‌های جدید کرده است و این امر با تکیه بر نظریه‌های «اقتصاد خرد نوین» میسر گشته است.

هدف‌گذاری در اقتصاد فرهنگ

اقتصاد فرهنگ همچنان به رشد خود ادامه می‌دهد، از اقتصاد کالاهای فرهنگی منحصر به فرد (اجراهای زنده، هنرهای زیبا، میراث فرهنگی) تا صنایع فرهنگی سنتی (کتاب، سی دی، سینما و به تازگی بازی‌های ویدیویی) و رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون). به همین دلیل می‌بایستی به تحلیل مدل‌های اقتصادی در دنیای فیزیکی و در دنیای

1) Gary Becker

2) Alan Peacock

3) David Throsby

مجازی پرداخت، تحلیل‌ها، از دنیای غیربازاری به طرف بازارهای سنتی با خرید هر واحد و سپس به سوی اقتصادی با ویژگی‌های اقتصاد شبکه‌ای؛ خرید کالاهای مکمل، بازارهای دو جانبه، مدل‌های رایگان از محل بودجه تبلیغات، ادامه دارد.

وابستگی‌ها و مشترکات متعددی بین صنایع فرهنگی و هنرهای نمایشی و هنرهای زیبا وجود دارد، درآمد حاصل از اجرای‌های زنده جبران کسری درآمد حاصل از موسیقی‌های ضبط شده می‌شود. موزه‌ها از درآمد ناشی از فروش محصولات جانبی و آفریش‌های هنری در محل آن‌ها، زنده مانده‌اند و بطورکلی می‌توان گفت این‌ها مواد اولیه صنعت فرهنگی محسوب می‌شوند، به همین ترتیب، رسانه‌ها و فرهنگ در یک گروه صنعتی فرهنگی می‌شوند و در حال حاضر همه‌ی آن‌ها تحت یک عنوان در اقتصاد الکترونیک سرمایه‌گذاری می‌شوند.

فناوری دیجیتال به تشدید این همگرایی مرزهای موجود را تعیین می‌کند. کتاب الکترونیک، دارای سبک ده‌گانه است، از یک سو عملکردهای جدیدی را معرفی می‌کند، دارای تصاویر متحرک، صدا، بازی‌ها است که آن را از کتاب‌های چاپی متفاوت می‌کند، که این تغییرات باعث برهم زدن نقش عوامل مختلف زنجیره ارزش می‌شود. دو دیدگاه در خصوص اقتصاد و فرهنگ و تلفیق آن‌ها وجود دارد: اولین، تحلیل جنبه‌های مادی فعالیت‌های فرهنگی به شکل مبادلات پدید می‌آید؛ دومین، استفاده از روش‌شناسی اقتصادی یا انتخاب عقلایی برای امور فرهنگی است.

هنرهای زیبا و سالن‌های سینما، کتاب، تئاتر، رادیو و موسیقی چه اشتراکی با هم دارند؟ روش ایجاد تقاضای مشابه، حاصله از یکسو، نابرابری تعداد بازدیدکنندگان که خود معلول نابرابری‌های اجتماعی است، از سوی دیگر، هنرآفرینی یک هنرمند، اساس ایجاد ارزش است. مصرف و اشتغال باعث می‌شوند که به‌طور همزمان شک و تردید در مورد اهمیت اقتصاد فرهنگ و حصارهای موجود در تحلیل مشترک بخش‌های مختلف فرهنگ، مورد توجه قرار گیرند.

ما در اولین فصل از مطالعه خود این مهم را مورد بررسی قرار خواهیم داد. بسط نظریه‌هایی که اقتصاد فرهنگ را به اقتصاد خرد نوین مرتبط می‌کند؛ و همچنین بررسی حقوق خالقین هنر سه فصل بعدی ما را به خود اختصاص می‌دهد: مطالعه عرضه

نمایش‌های زنده (فصل)، سپس بررسی هنرهای زیبا، بررسی حرکات سفته‌بازی در بازارهای هنر و اقتصاد، موزه‌ها و میراث فرهنگی موضوع فصل ۳ است. مطالعه صنایع فرهنگی، کتاب، سی‌دی، سینما، بازی‌های ویدئویی ما را متوجه قطبی شدن بازار بین واحدهای کوچک کسب و کار، گاهی ناپایدار و گروه‌هایی که منطق توسعه آن‌ها روی‌آوری به فناوری اطلاعات جدید است، می‌کند (فصل ۴). در هر زمینه، دخالت دولت، اغلب بحث‌برانگیز است و منجر به شکل دادن عرضه و کاهش تقاضا می‌شود. موضعی که ما در سر تا سر کتاب کوشش بر بررسی آن خواهیم کرد، اصول و چشم‌اندازها در اقتصاد فرهنگ در فصل پنجم بدان اشاره خواهد شد و در نهایت در واپسین فصل از این نوع مطالعه تطبیقی در زمینه اقتصاد فرهنگ در کشورهای مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد.