

بسم الله الرحمن الرحيم

اقتصاد فرهنگ

(کتاب درسی)

مؤلف:

روی نویس

مترجم:

دکتر عبدالرحیم رحیمی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

با همکاری دکتر علی نوروزی

سرشناسه: تاو، روت، ۱۹۴۳ - م

Towse, Ruth

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد فرهنگ (کتاب درسی)/مؤلف روی توپس؛ مترجم عبدالرحیم

رحیمی، با همکاری علی نوروزی.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۶۳۵ ص.: جدول

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰۰-۳۱۳۲-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

اصلی عنوان یادداشت: A textbook of cultural economics, 2010

یادداشت: واژه نامه .

موضوع: هنرها - جنبه های اقتصادی

شناسه افزوده: رحیمی، عبدالرحیم، مترجم

شناسه افزوده: نوروزی، علی، ۱۳۶۳ -

شناسه افزوده: دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات

رده بندی کنگره: الف ۷۱۳۹۳ الف ۲/۲ / NX۶۳۴

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۷

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۴۲۷۲۹

اقتصاد فرهنگ

مؤلف: پرفسور روی توپس

مترجم: دکتر عبدالرحیم رحیمی - با همکاری دکتر علی نوروزی

طرح روی جلد: دکتر جواد جمالی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴

تیراژ: ۱۱۰۰ نسخه

قیمت: ۳۳۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰۰-۳۱۳۲-۱

ناشر: سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی

آدرس: میدان پونک - انتهای بزرگراه اشرفی اصفهانی - به سمت حصارک دانشگاه آزاد اسلامی واحد

علوم و تحقیقات - ساختمان علوم انسانی تلفن: ۴۴۸۶۵۱۱۱

شرح طراحی روی جلد کتاب

طراحی روی جلد کتاب که توسط آقای دکتر جواد جمالی مدرس دانشکده اوقات اسلامی واحد تهران جنوب صورت گرفته است بیانگر معنایی صنایع مختلف فرهنگی بشرح توضیحات زیر است:

استفاده از رنگهای سبز، سفید و قرمز در بالای جلد کتاب که نوشته عنوان «اقتصاد فرهنگ» را محصور نموده، نماد رنگهای پرچم مقدس جمهوری اسلامی ایران است.

استفاده از تمپر که برخی از صنایع مهم فرهنگی بر روی آنها نقش بسته است، به عنوان سمبل فعالیت‌های اقتصادی که کاربرد هنری ویژه هم دارد، لذا نگهداری تمپر طی بازه زمانی و جنبه میراثی پیدا می‌کند.

استفاده از تصاویر شاخه‌های هنر و تار هنری شامل صنایع مختلف، میراث فرهنگی، صنایع دستی، صنعت سینما و تئاتر، موسیقی، خطاطی، عکاسی، صنعت گردشگری و... به عنوان مواردی آورده شده است که وجه هنری آنها غالب است و جزء صنایع فرهنگی محسوب می‌شوند.

طراحی چینش صفحه به نحوی آورده شده است که نگاه مخاطب به تمپر و محتوای فرهنگی آن متمرکز می‌گردد.

نهایتاً استفاده از فونت متناسب با حوزه اقتصاد و فرهنگ که به لحاظ فضای روانی غالب بر فونت‌های دیگر می‌باشد، آورده شده است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه دکتر میثم موسایی استاد دانشکده تهران در باره این کتاب.....	۷
پیش گفتار مترجم کتاب.....	۱۱
پیش گفتار مؤلف کتاب.....	۱۵
یادداشتی در مورد اصطلاحات و منابع کتاب.....	۲۱
سیاست‌گذاری ها.....	۲۳
بخش اول: موضوعات عمومی در اقتصاد فرهنگ.....	۲۵
مقدمه.....	۲۵
فصل ۱: مقدمه‌ای راجع به اقتصاد فرهنگ.....	۲۷
ضمیمه: مقدمه‌ای کوتاه در مورد تئوری‌های اقتصادی مورد استفاده در اقتصاد فرهنگ.....	۴۷
فصل ۲: مشخصات اقتصادی بخش فرهنگی.....	۵۳
فصل ۳: بازار خدمات و کالاهای فرهنگی.....	۸۱
فصل ۴: سازمان اقتصادی صنایع خلاق.....	۱۱۱
فصل ۵: تولید، هزینه‌ها و عرضه کالاهای فرهنگی.....	۱۴۳
فصل ۶: مصرف خدمات و کالاهای فرهنگی.....	۱۷۵
فصل ۷: اقتصاد رفاد و مانیه عمومی.....	۲۰۷
بخش دوم: اقتصاد سنتی هنر و میراث.....	۲۴۵
مقدمه.....	۲۴۵
فصل ۸: اقتصاد هنرهای اجرایی (نمایشی).....	۲۴۷

فصل ۹: اقتصاد میراث فرهنگی ۳۹۱

فصل ۱۰: ارزیابی اقتصادی سیاست فرهنگی ۴۱۹

بخش سوم: هنرمندان، بازار نیروی کار و حق تکثیر ۳۴۷

مقدمه ۳۴۷

فصل ۱۱: اقتصاد بازار نیروی کار هنرمندان: نظریه ها ۳۶۵

فصل ۱۲: اقتصاد بازار نیروی کار هنرمندان: تحقیقات تجربی ۳۷۵

فصل ۱۳: اقتصاد حق تکثیر ۴۰۱

بخش چهارم: صنایع خلاق ۴۳۱

مقدمه ۴۳۱

فصل ۱۴: اقتصاد صنایع خلاق ۴۳۳

فصل ۱۵: اقتصاد صنعت موسیقی ۴۶۱

فصل ۱۶: اقتصاد صنعت فیلم ۴۹۱

فصل ۱۷: اقتصاد تلویزیون (شبکه های تلویزیون) ۵۲۵

فصل ۱۸: اقتصاد نشر (کتاب) ۵۵۵

فصل ۱۹: اقتصاد جشنواره ها، شهرهای خلاق و گردشگری فرهنگی ۵۸۳

بخش پنجم: نتیجه گیری و تمرین و مسایل ۶۰۹

مقدمه ۶۰۹

فصل ۲۰: نتیجه گیری ۶۱۱

تمرین و مسایل ۶۲۴

پیوسته: واژه نامه و فهرست علائم اختصاری ۶۳۱

مقدمه میثم موسایی

استاد دانشگاه تهران درباره این کتاب

فرهنگ از دو جهت نقشی بی بدیل در توسعه جوامع مختلف دارد: نخست این که تمام رفتارهای اجتماعی از فرهنگ سرچشمه می‌گیرد و بدون فرهنگ مناسب مکان، ظرفیت و بروز رفتارهای اجتماعی متناسب با توسعه وجود ندارد، در نتیجه بدون داشتن یک فرهنگ سازگار با توسعه، دستیابی به مقاصد توسعه ممکن نیست. در واقع پیشرفت و توسعه، حاصل یک نگرش خاص به عالم است و بدون ایجاد این نگرش خاص، پیشرفت و ترقی ممکن نیست و این نگرش خاص باینکه امروز وجود یک "فرهنگ مناسب" برای توسعه است. بنابراین عامل فرهنگ از جایگاه ویژه‌ای در توسعه برخوردار است. بی‌توجهی و کم‌توجهی به آن تمام برنامه‌های توسعه را با ناکامی مواجه خواهند ساخت.

دوم این که باید روی توسعه فقط با داشتن فرهنگ توسعه ممکن است. در توضیح این گزاره باید گفت رفتارهای انسان دو دسته اند: گروهی که به ندرت اتفاق می‌افتند و معمولاً مورد پذیرش همه احاد جامعه نیستند، و گروهی که پایدارند چرا که مورد پذیرش عموم اند و ناخودآگاه نکر می‌شوند. رفتارهای اجتماعی اقتصادی گروه‌های مختلف یک جامعه زمانی توسعه‌ی تعریف می‌شوند که پایدار باشند. به عنوان مثال داشتن رشد مثبت اقتصادی که نتیجه مجموعه عملکرد رفتار اقتصادی احاد یک جامعه است زمانی می‌تواند بیانگر تحول توسعه‌ای یک جامعه محسوب شود که دهها سال متوالی استمرار داشته باشد. استمرار و

بایداری این رفتارها و فعالیت‌ها زمانی تضمین شده است که از دل فرهنگ جامعه سرچشمه گرفته باشد. بنابراین بایداری توسعه هر جامعه، به فرهنگ آن جامعه بستگی دارد. اگر در فرهنگ جامعه‌ای عناصر مناسب و سازگار با توسعه نباشد، تحولات توسعه‌ای شروع می‌شود و چنانچه شروع شود این تحولات باید رخ دهد.

بر اساس آنچه گفته شد اگر فرهنگ جامعه‌ای برخورد در شرایط لازم برای توسعه نباشد باید دچار تحول شود تا توسعه ممکن گردد. به عبارت دیگر تحولات فرهنگی برای رسیدن به توسعه فرهنگی سازگار به توسعه، مقدم بر سایر تحولات است. تغییرات فرهنگی به کسی صورت می‌گیرند، به عبارت دیگر ایجاد ارزش‌های جدید به راحتی ممکن نیست و حتی سطح تغییرات فرهنگی در کوتاه مدت قابل اندازه‌گیری نیست. "کندی تغییرات فرهنگ" یکی از ویژگی‌های مهم تغییرات فرهنگی است. به عبارت دیگر سرعت تحولات فرهنگی با محدودیت مواجه است. سرعت تحولات اقتصادی به مراتب بیشتر از سرعت تحولات فرهنگی است. محدودیت سرعت در "تحولات فرهنگی" باعث می‌شود که "فرهنگ" به عامل تعیین کننده سرعت، حرکات و تحولات جماعتی تبدیل شود و به این معنی زیربنای تحولات و تغییرات باشد. در واقع، فرهنگ، اقتصاد و سیاست همچون حلقه‌های یک زنجیر تقلید می‌مانند که جرقه حرکت، فرهنگ است. لذا حرکت جرقه حرکت عامل محدود کننده سرعت سایر حلقه‌هاست. یعنی تدوین تحولات و رشد اقتصادی در گرو متحول و نوپا بودن فرهنگ است.

یکی از ویژگی‌های جامعه امروز ایران این است که به شدت خواهان تحول و توسعه است. شروع و تدوین توسعه بدون داشتن فرهنگی نوپا و توسعه یافته ممکن نیست. از طرف دیگر فرهنگ جامعه ما در بسیاری از زمینه‌ها دچار فقدان شرایط و بستارهای فرهنگی لازم برای توسعه

است؛ عدم اعتقاد به حکمیت علم برای حل مشکلات اقتصادی، اجتماعی، قانون‌گزینی، فقدان وجدان کار، بی‌تظمی اجتماعی، مصرف‌گرایی، وجود رشوه و اختلاس در سیستم اداری و ... همه از موانع فرهنگی توسعه محسوب می‌شوند. بنابراین می‌توان گفت ولایت و نقطه شروع ما برای تسهیل توسعه، توسعه فرهنگی است.

توسعه بخش فرهنگ، ابعاد مختلفی دارد ولی ساده‌ترین و اساسی‌ترین بعد آن، توسعه محصولات فرهنگی با محتوای متناسب با توسعه است. توسعه این بعد از فرهنگ با تولید محصولات فرهنگی سفارشی و فاقد بازار ناممکن است. به عبارت دیگر بندهای تولیدکننده محصولات فرهنگی فارغی که نتوانند محصولاتی تولید کنند که دارای بازو وسیع باشند اگر نگوئیم در بازارهای جهانی قابل عرضه باشند و در عمل حضور قابل توجهی در بازارهای جهانی داشته باشند به عنوان بخش‌های زاید و فاقد باردهی لازم نگریسته خواهند شد.

اگر بخواهیم در حوزه فرهنگ محصولاتی داشته باشیم که علاوه بر مصرف آن‌ها در بازارهای داخلی دارای بازارهای جهانی نیز باشند باید به جنبه‌های اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی توجه کافی مبذول کرد. اقتصاد فرهنگ پاسخی برای این نیاز است که در جامعه ما در حد شعار فراتر رفته و هزینه لازم برای تولید کارهای علمی در این زمینه صورت نگرفته است. به طوری که تولیدات علمی اعم از مقاله‌های علمی و کتب دانشگاهی در خصوص اقتصاد فرهنگ در ایران را نکشتن فراتر نمی‌رود. البته یکی از دلایل آن علاوه بر عدم تخصص اعتبار لازم برای انجام این تحقیقات، فقدان اطلاعات اقتصادی لازم در حوزه‌های مختلف فرهنگ است.

خوشبختانه در سال‌های اخیر در بسیاری از دانشگاه‌ها به اهمیت این موضوع پی برده و چند واحد درسی در رابطه با اقتصاد فرهنگ طراحی کرده‌اند. اخیراً نیز کمیته اقتصاد شورای

تحول علوم انسانی چند واحد درسی در زمینه اقتصاد فرهنگ برای رشته‌های اقتصاد پیشنهاد کرده‌اند اما به دلایل بیش گفته منابع نومی در این زمینه به اندازه لازم تولید نشده‌اند بنابراین تا زمانی که به نقطه مطلوب در این زمینه نرسدایم، چارهای جز این که به ترجمه کتب‌های خارجی روی بیاوریم نیست.

کتاب حاضر که توسط دکتر عبدالرحیم رحیمی اسنادیار محترم دانشگاه آزاد اسلامی و همکارانش به فارسی ترجمه شده یکی از کتاب‌هایی است که بخش‌های عمده‌ای از موضوعات اقتصاد فرهنگ را پوشش می‌دهد و می‌تواند در فقدان منابع نومی که باید به اقتصاد فرهنگ بخش‌های مختلف فرهنگی در ایران بیفزاید به عنوان یک منبع مناسب برای درس اقتصاد فرهنگ در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مورد استفاده قرار گیرد.

میدانست نتایج علمی و عملی این کتاب برای جامعه مفید فایده بوده و باعث توجه بیشتر محققان و سیاست‌گذاران فرهنگ به بررسی‌های اقتصادی فرهنگ شود.

دکتر مهتم موسایی

اساد اقتصاد و پژوهشگر برجسته دانشکده تهران

زمستان ۱۳۹۳

پیش‌گفتار مترجم کتاب

بار دیگر پروردگار متعال را شکر می‌نمایم که موفق یافتیم با این خدمت علمی هر چند ناچیز را به جامعه‌ی علمی و دانشگاهی، به‌ویژه پژوهشگران حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر کشور، هدیه نمایم و کتب حاضر را ترجمه کنیم. در کنار فعالیت‌های روزمره‌ی آموزشی (تدریس) و تحقیقات دانشگاهی، کار ترجمه این کتاب به کمک همکاران دکتر علی نوروزی بیش از یک سال به‌طول انجامید.

واقعیت این است که حداقل طی دو دهه‌ی گذشته، اکنون، کتاب درسی گامی در زمینه‌ی اقتصاد فرهنگ در ایران ترجمه نشده است. به‌جز کتاب تالیفی بسیر^۱ «رژیمند استاد کریمی‌ام، دکتر میثم موسایی تحت عنوان «اقتصاد فرهنگ»^۲ که اولین بار در سال ۱۳۷۶ به‌رسمت تحریر درآمده است. این درحالی است که دانشجویان مقطع لیسانس، فوق‌لیسانس و دکتری رشته‌ی مدیریت فرهنگی در دستگاه‌های کشور نیاز مبرم به چنین منابعی دارند. خلا ترجمه‌ی چنین کتابی به‌عنوان منبع درسی در کشور کاملاً احساس می‌شود. لذا این مهم، مترجم را بر این داشت تا با ترجمه‌ی کتاب حاضر تحت عنوان «Cultural Economics»، تالیف: روی نویسن، بخشی از این خلأ مرتفع گردد.

نمایان توجه است نویسنده‌ی این کتاب از اساتید - تجربه و مشهور اروپاست که سال‌ها در دستگاه‌های انگلستان، هلند و ایتالیا، در زمینه اقتصاد فرهنگ تدریس نموده است. از این‌رو، کتاب حاضر را نسبت به سایر منابع خارجی که تاکنون مضاعف نموده‌ام، غنی دیدم و این انگیزه اصلی من برای ترجمه بود.

^۱ اقتصاد فرهنگ، تألیف: میثم موسایی، منتشر شده توسط پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ دوم، سال ۱۳۸۸

این کتاب پس از ترجمه، به حدود ۶۳۰ صفحه بالغ شده است که شامل پنج بخش فنی و دربرگیرنده ۲۰ فصل می‌باشد. به ترتیب، بخش اول به موضوعات عمومی در اقتصاد فرهنگ اختصاص دارد، در بخش دوم اقتصاد سنتی میراث و هنر مطرح شده است. در بخش سوم هنرمندان، بازار نیروی کار و حق جاب مورد بررسی قرار گرفته است، همچنین در بخش چهارم این ترجمه، صنایع خلاق در اقتصاد فرهنگ مورد مطالعه قرار گرفته است و در پایان، در بخش پنجم، نتیجه گیری، تمرین و مسائل طرح شده است.

لازم به ذکر است از انجایی که در «استانه سال تحصیلی ترم جدید» مقرر شد این اثر بعنوان یک کتاب منبع درسی جاب و در اختیار دانشجویان رشته مدیریت فرهنگی دانشگاههای کشور قرار گیرد، به جهت قیمت کم از لحاظ ادبی و فنی آنچنان که باید ویراستاری دقیق، صحیح و بدون نارسایی مورد وضاحت کامل نگارنده بسد، صورت نگرفته است، لذا سرچشمه به این امر واقف بوده و سعی خواهد نمود در جاب‌های بعدی این نارسایی را به طور کامل رفع نماید.

همچنین ویسغدی خود می‌داند که از جناب آقای دکتر طه هاشمی، معاون محترم فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی که سخنان و حمایت فراوان جهت جاب و انتشار آن کتاب شدند، صمیمانه قدردانی نمائیم بدون شک حمایت ایشان در به ثمر رسیدن این اثر بسیار ارزشمند و راهگشا بود. در همین ارتباط، لازم است که از جناب آقای دکتر مدرسی معاون محترم پژوهشی واحد علوم و تحقیقات و همپسور از آقای حجری دبیر محترم شورای انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی و حد علوم و تحقیقات و کارکنان و مددکاران این دانشگاه، تشکر گردد.

ضمناً از همکار گرامیم جناب آقای دکتر جواد جمالی که رحمت طراحي چند کتاب را محمل شدند و تصاویر بسیار ارزنده که کوبای اقتصاد فرهنگ (صنایع مختلف فرهنگی) می‌باشد سپاسگزاری می‌نمائیم. همچنین از تمامی خوانندگان گرامی، بدوئزه مدحستوران و قدسمنندان این حوزه تقاضا دارم تا ارایدی نظرات انتقادی از ترجمه‌ی حاضر، گامی‌ها و نارسایی‌های موجود را به بنده هدیه نمایند بدون شک تا بازخوردی از سوی دانش‌پژوهان و متفکران جامعه نباشد، اصلاح، بهبود، تعالی فکر و اندیشه و تفکر که لازمی رشد و توسعه است، حاصل نخواهد

شد. امید است با انعکاس نقیص احتمالی ترجمه این کتاب که قطعه خالی از اشکال نیست، از سوی خوانندگان عزیز، ضمن رفع اصلاح نسبت به عتی سازی مطالب آن در جاب‌های آتی کام‌م‌ون برداشته شود.

همچنین از مسئولین و گرمندان محترم معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، به‌ویژه سرکار خاتم حاجی زاده که از هیچ‌گونه تلاش و کوششی در ارتباط با زبدهی راهم‌م‌ایی‌های بسیار زنده جهت جاب این کتاب دریغ نمودند، شکر می‌نمایم. در باین به‌جاست که بار دیگر از همکار محترم و کرامی‌ام جناب آقای دکتر علی نوروزی، به‌عنوان نگ همکار بسیار زحمتکش که در ترجمه این کتاب به‌طور حد‌س‌را یاری نمودند، تقدیر و شکر نمایم. هم‌چنین از استاد کرامی‌م جناب آقای دکتر میثم موسوی، استاد تمام دانشگاه تهران که مشوق اینجانب در ترجمه کتاب حاضر بودند، صمیمانه تش‌ودانی می‌نمایم.

دکتر عبدالرحیم رحیمی

استادیار پایه ۲۲ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

زمستان ۱۳۹۳

پیش‌گفتار مولف کتاب

این کتاب در اصل، به‌عنوان مقدمه‌ای بر اقتصاد فرهنگ به نگارش درآمده است. همان‌طور که در کتاب توضیح داده شده، مسأله این است که هیچ دانش اقتصادی، حتی عرضه و تقاضا و هر مفهوم اقتصادی نمی‌تواند این را معرفی نماید. این کتاب نشان‌دهنده نوع فرهنگ اقتصادی کشور من است و انکیزه‌ام در نگارش این کتاب در این اصل استوار بوده که اقتصاد فرهنگ را فراتر از دغدغه‌ی قلی خود که شامل صنایع حلق و مسائل قانون‌کی رایت مرتبط با آن‌ها است، بسط و گسترش دهم. رویکرد اقتصاد خلق صنایع خلق فقط یک مژده‌کننده در سیاست فرهنگی نیست (اگرچه قطعاً درست است)، بلکه شامل بسیاری از خفیه‌های اقتصادی است که برای مطالعه اقتصاد فرهنگ مهم و اساسی می‌باشد. امروزه، اصطلاح صنایع خلق که به‌طور گسترده در دولت و سازمان‌های بین‌المللی استفاده می‌شود، در برگیرنده‌ی تمامی موضوعات اقتصاد فرهنگ «سنتی»، اعم از هنر و میراث در کنار صنایع فرهنگی است. همان‌طور که این کتاب در تلاش برای تبیین آن است، خود کی رایت نیز در صنایع خلق نمودی از آن است.

انکیزه‌ی دیگر برای نوشتن این کتاب، این است که تا حد امکان از نمونه‌ها و تجربه‌های بین‌المللی استفاده شود. من به مدت ده سال در دانشگاه آراسموس روتردام هلند کار کرده‌ام و مدتی نیز در دانشگاه کانادا در اینالبا مشغول به تدریس بوده‌ام و متوجه شدم که چقدر دانشجویان با زمینه‌های مختلف در مورد اقتصاد فرهنگ و سیاست به‌طور متفاوت فکر می‌کنند. البته نباید متعجب شد، زیرا هر کشوری تاریخ و مجموعه قوانین متفاوتی دارد. مواجهه

شدن با این هدف بین‌المللی به منظور اجتناب‌ناپذیری بحث تأثیر تجربه‌ی و محدودیت‌های خود من می‌باشد. اگر چه در حال حاضر منابع بسیار خوب اطلاعاتی در مورد بسیاری از کشورهای زبان انگلیسی به صورت آنلاین قابل دسترسی است، اما در بعضی موارد به دست آوردن و تفسیر اطلاعات به زبان انگلیسی هنوز هم کار آسانی نیست. امروزه هیند یکی از کشورهای است که در گردآوری و تجزیه و تحلیل مقدار قابل‌توجهی از داده‌ها در بخش‌های فرهنگی و فرهنگی بخش زیادی از آن به انگلیسی پیشرو است، انگلستان نیز در حال حاضر اطلاعات خوبی تولید می‌کند و در زمینه‌ی بخش فرهنگی و صنایع خلاق پژوهش‌هایی انجام می‌دهد. بسته به کشور طبیعی تمایل من به دانستن بیشتر در مورد انگلستان است همیشه خواندن اطلاعات حتی برای پژوهشگران انگلیسی‌ای چون من آسان نیست با این وجود (با این انگلستان و در شمالی و برلند را نیز شامل می‌شود) اطلاعات مربوط به بریتانیا باید به طور کلی انگلستان، ویرجینیا، اسکاتلند و برلند شمالی را پوشش دهد) غذای و رفاه یونی به یونند هستند و من از این جهت به خوبی آگاهم که تلاش من برای نشان دادن مناطق مختلف نیست به انگلستان و هند مراجعه است. مقایسه‌ی بین‌المللی این کشورها با وجود طرح‌های متفاوت و گاه در طی سال در بخش است. ممکن می‌باشد. در واقع من صرفاً عدم توازن در دایره آماری و پیرو را نشان دادم، اما سعی در خواندن این اعداد و رقم محافظانه عمل کرد.

گفته شده است که اطلاعات بخش فرهنگی نیست و هفت کشور اتحادیه اروپا و کانادا در حال حاضر به پیرو به طریق تلاش‌های همه‌جانبه شورای اروپا و مؤسسه‌ی اروپایی برای مقایسه‌ی تحقیقات فرهنگی (ERICarts) در دسترسی است. من از این منبع اطلاعات بسیاری کسب کردم و توصیه می‌کنم هر خواننده‌ی به اطلاعات کشور خودش نگاهی بندد که سه این اطلاعات بر اساس موضوع ذکر شده‌اند. مرجع شورای اروپا (ERICarts) خلاصه‌ای از سیاست‌ها و روند فرهنگی در اروپا را در سال ۲۰۰۹ به چاپ رساند که است www.culturalpolicies.net (چون کنید) در ایالات متحده آمریکا، بنیاد ملی هنر (NEA) گزارش تحقیقات امور دولت فدرال را که به صورت آنلاین در دسترس هستند، منتشر می‌کند، و دولت‌های اسرائیل، کانادا و ژاپن نیز بر اساس فعالیت‌های فرهنگی خود اطلاعات قابل توجه و

املاپی را فراهم می‌کند. سازمان‌های بین‌المللی، به‌ویژه یونسکو-UNESCO سازمان فرهنگی، علمی، آموزشی ملل متحد و (وایپو-WIPO سازمان مالکیت معنوی جهان)، سازمان ملل متحد، اطلاعات مفیدی در خصوص منابع خلاق و وابسته به سازمان WIPO در اختیار همگان قرار می‌دهند.

فعالیت من در حیطه‌ی اقتصاد فرهنگ در دهه‌ی ۱۹۸۰ به مقایسه‌ی تجربی داده‌ی درباردی امور مالی هنر برای شورای رونا شروع شد. از آن پس، من علاوه (و تردید) خود را درباردی اطلاعات گماکان حفظ کرده‌ام و بر این باورم که درک منابع و محدودی کردآوری و تجربه و تحلیل اطلاعات یکی از مهم‌ترین جنبه‌های مطالعاتی علم اقتصاد به شمار می‌رود. از این رو، همین‌طور که در فصل ۱۲ این کتاب جزئیات تحقیق منده است، مقدار قابل‌توجهی از این اطلاعات، در کتاب به بحث و بررسی گذاشته شده است. فکر می‌کنم تاکنون به وجود منابع اینترنتی متعدد و وکیبیدا، تحقیق این قدر آسان صورت گرفته باشد. بسیاری از این سایت‌های اینترنتی عالی هستند، اگر چه، درباردی اعتبار وب سایت‌ها نیز به عمل قضاوت دارند. از نظر من بدون فرغیه‌های نظری و یا دست‌کم یک چارچوب نظری، برای تجربه و تحلیل آن‌ها، داشتن اطلاعات، صرفاً امری بی‌معنا خواهد بود. بنابراین، این کتاب نظریه‌های اساسی اقتصادی که تاکنون مطرح شده‌اند را تشریح می‌کند، و در اقتصاد فرهنگ با خواننده‌ای که نیز به آن شدن با ادبیات موضوعی در این زمینه دارد چه در مجله‌ی اقتصاد فرهنگ که مجله‌ای بین-المللی دانشگاهی و تخصصی در زمینه‌ی اقتصاد فرهنگ است و با دیگر نشریات، از جمله سازمان‌های دولتی و بین‌المللی، ارتباط برقرار می‌نماید.

بسیاری از دانشجویان و مردم به دلیل تکنیک‌ها و ریاضیاتی که بیش‌تاز اقتصاد است، و آن وحشت دارند و آن را غیرقابل‌دسرس احساس می‌کنند (در حقیقت، این تنها بخش کوچکی از هندسه و جبر است و کو مستلزم جبر بیشتر بود من نیز قادر بودم تا یک اقتصاددن شوم). در خلال کتاب هر گاه موردی فنی تشریح شده است (موارد زیادی وجود ندارد) بری روشن شدن آن مفهوم، مثال‌هایی از بخش فرهنگی استفاده شده است. اگر خوانان آن یاسید که بخشی از علم اقتصاد را در زمانی که این کتاب را می‌خوانید، بیاموزید، متعالی

بسیار بیشتری در این کتاب خواهید یافت. اما علاوه بر این، شما می‌توانید خودتان آن را بیابید. جدای از خواندن مقندها و بررسی کتاب در **مجله اقتصاد فرهنگ**، کتاب جامع حجمی (۲۰۰۶) در مورد اقتصاد فرهنگ و هنر وجود دارد که توسط ویکتور کسپرک و ... ترابسی ویرایش شده است. که مجموعه‌ای معینی از مقالات را که وضعیت سطح ... در اقتصاد فرهنگ را نشان می‌دهد، در بر می‌گیرد. این کتاب توسط کسانی نوشته شده که به آن‌ها همیشه در اقتصاد فرهنگ سرآمد بوده است. من توصیه می‌کنم یعنی به ... کتاب را بخوانید و بی‌گمان دیگران نیز قادر خواهند بود تا این کتاب را برای بررسی به ادبیات این مورد استفاده قرار دهند. حتی اگر شما آن را در مطالعه کردن سرچشمه ... ویرایش کتاب اقتصاد فرهنگ (Towse-2003a) که ۶۱ فصل کوتاه دارد به عمدی من بوده است. در صفحات ۶ تا ۱۰ فهرستی از موضوعات اقتصاد فرهنگ، برای مطالعه عمیق‌تر معرفی شده است. در تمام فصول کتاب منابعی با توجه به عناوین مربوطه ارائه شده است.

ساختار کتاب

این کتاب شامل پنج بخش و متشکل از بیست فصل می‌باشد. بخش اول به مسائل عمومی (داده‌ها و نظریه‌های مورد استفاده در اقتصاد فرهنگ و سازمان اقتصادی تسع حلق) می‌پردازد و شامل ۷ فصل است. فصل ۱ فصل مقدماتی است که بسیاری از موضوعاتی که در بقیه فصول این کتاب تجزیه و تحلیل می‌شوند، تشریح و خلاصه‌ای از تاریخ اقتصاد فرهنگ را ارائه می‌کند. در بین فصل انواع اصلی فناوری‌های اقتصادی‌ای که در حلق کتاب استفاده شده، به طور خلاصه آمده است و به عنوان یک منبع در نظر گرفته شده است. فصل ۲ شامل ای از بخش فرهنگی را ارائه می‌کند. فصل ۳: تسکیلات بازار را برای تولید فرهنگی شرح می‌دهد. فصل ۴: سازمان اقتصادی تسع حلق را توضیح می‌دهد. فصل ۵: طریقه‌ای تولید هزینه‌ها و عرضه‌ی کالاها و خدمات فرهنگی سروکار دارد. فصل ۶: به تجربه و تحلیل محاسبات و مشارکت و تقاضا برای کالاها و خدمات فرهنگی می‌پردازد. فصل ۷: موضوع اقتصاد رفاه، مالیه عمومی و چگونگی کاربرد آن‌ها در اقتصاد فرهنگ را دنبال می‌نماید. این فصول، زمینه‌ای

نارنجی و بنیادی جنبه‌های سازمان اقتصادی امروزی صنایع خلاق، و نظریه‌ی تولید و مصرف که اقتصاد فرهنگ در تجزیه و تحلیل بازار را از آن استفاده می‌کند را ارائه داده است. بخش دوم این فصل، هنرهای سنتی و میراث فرهنگی را پوشش می‌دهد. فصل ۸، فضا، ملبوایی در باب اقتصاد هنرهای نمایشی است، موضوعی که در آن چارچوب بسیار وجود دارد که در اقتصاد فرهنگ است. فصل ۹، در مورد اقتصاد میزده و میراث فرهنگی بنا شده است. در حالی که فصل ۱۰، ارزیابی سیاست‌های فرهنگی را از نقطه نظر اقتصاد فرهنگ فراهم می‌کند در واقع این فصل از آن حد که می‌دان آن را به عنوان حوزه‌ی اقتصاد فرهنگ «سنتی» نام نهد، تشکیل شده است. بطور کلی فصل ۱۱ تا ۱۰، محتای تدریس یک تمییزات تحلیلی برای درس اقتصاد فرهنگ باشد.

بخش ۳، کار اقتصاد فرهنگ در مورد بازارهای کار هنرمندان با اقتصاد حق جاب را در هم آمیخته است. فصل ۱۱، کاربرد اقتصاد کار، از جمله نظریه‌ی سرمایه‌ی انسانی، بازاری برای ارائه‌ی خدمات به هنرمندان است و فصل ۱۲، به طور خلاصه کار تجربی توسط اقتصاددانان فرهنگ در بازارهای کار هنرمندان را شرح می‌دهد. فصل ۱۳، خواننده را با وجود هنرمندان و بازارهای عرضه‌ی کار هنری‌شان، با اقتصاد کی‌رایت و تأثیر آن در دیجیتال شدن، و نیز کسانی که در صدد خلاق فعالیت دارند، آشنا می‌کند. با کنار هم قرار دادن این فصول نویسنده بر علاقه پژوهشی خود متمرکز شده، و نقش کی‌رایت بیشتر در این راه در متون اقتصاد فرهنگ گنجانده شده است. بخش سوم می‌تواند در رابطه با بخش‌های ۱ و ۲ به عنوان یک دوره‌ی ملبوایی در اقتصاد فرهنگ مورد استفاده قرار گیرد. متادبا، بخش سوم را می‌توان در راستای بخش چهارم مورد استفاده قرار داد.

بخش چهارم شرح بیشتری دقیق از اقتصاد صنایع خلاق است. در این بخش، و در فصل ۱۴ موضوع را به بحث در مورد تعریف و مفهوم صنایع خلاق و سیاست‌های مرتبط با آن آغاز می‌شود، و به دنبال کار در اقتصاد فرهنگ در صنایعی منحصر به فرد است. فصل ۱۵ در خصوص اقتصاد صنعت موسیقی است. فصل ۱۶ در خصوص اقتصاد صنعت فیلم؛ فصل ۱۷ در خصوص اقتصاد رادیو و تلویزیون؛ فصل ۱۸ در خصوص اقتصاد صنعت نشر و کتاب‌خوانی و

فصل ۱۹ در خصوص اقتصاد جشنواره‌ها، شهرهای خلاق و گردشگری فرهنگی است. بخش چهارم این کتاب به همراه فصل ۱۱ می‌تواند به عنوان یک نرم‌درسی برای اقتصاد صنایع فرهنگی مورد استفاده قرار بگیرد.

در نهایت، بخش ششم که متشکل از تنها یک فصل است (فصل ۲۰)، به بررسی کل کتاب، راه‌های برخی نتیجه‌گیری در مورد نقاط قوت و ضعف اقتصاد فرهنگ و منافع و انگیزش می‌گذارد که امکان کار در آن جایزتر است. در خلال کتاب، پژوهش نظری و عملی در اقتصاد فرهنگ امتحان و سنجیده و حلیف وسیعی از منابع بین‌المللی ارائه شده در موضوعات نوشته شده است. همچنین در این کتاب برخی از موضوعات و اطلاعات مورد علاقه‌ی خاص در داخل کارهای جداگانه از متن اصلی قرار گرفته‌اند و برخی حاوی برنامه‌هایی از زندگی‌نامه‌ی کوتاه و چیزهای مهم در اقتصاد فرهنگ است و در حالی که دیگران صرفاً قطعه‌ای از اطلاعات یا داده‌های خاص هستند. در پایان هر فصل نیز، توصیه به مطالعه‌ی بیشتر علاوه بر مراجعه به منابع استفاده شده، وجود دارد. همچنین در پایان کتاب مجموعه‌ای از پرسش‌ها و تمرین‌ها برای دانشجویان وجود دارد که برای آموزش خودشان طراحی شده است.

یادداشتی در مورد اصطلاحات و منابع کتاب

سه سال برای نوشتن این کتاب وقت صرف شده است. یک گزیده در اصطلاحات آن وجود دارد که به سمت ایده‌های «اقتصاد خلاق» و «کالاهای خلاق» و خدمات در محل (و هنوز هم در برخی محافل) اقتصاد فرهنگ و محصولات فرهنگی نهفته می‌شوند. و از این منابع خلاق، در حال حاضر نه خوبی نسبت شده، با این حال هر چند بسیاری از دانشمندان علاوه اجتماعی از این انتقاد می‌کردند، اما تیزی به تکراری بیش از حد در این باره وجود ندارد زیرا هر فهرستی از صنایع نشان می‌دهد که آن چه مورد بحث است با متن کتاب سر و کار دارد. در هر صورت، مأموریت یافته‌ام تا در مورد یک زیر مجموعه از این صنایع - هنرهای نمایشی، میراث فرهنگی، موسیقی، فیلم، رادیو و تلویزیون و صنایع چاپ و نشر و نیز یک فصل در خصوص حسواره، مطالبی را به نكاش در ورم، شهرهای خلاق و گردشگری فرهنگی، صنایع گوناگون را تحت پوشش خود قرار می‌دهند. به دلیل این که برای این، ادبیاتی توسط اقتصاددانان فرهنگ وجود دارد، این به آن معنا است که ممکن است شرایط مختلف اعمال شده به همان ایده را پیدا شود و یا ممکن است با آن سازگار نباشد.

یکی دیگر از اصطلاحات که اغلب بر در دسترس است، «میسارد» است که در این کتاب به معنای هزار میلیون (ده به توان ده) می‌باشد.

تغییر دیگری که در طول چند سال گذشته صورت گرفته، این است که از دولتهای ملی و سازمان‌های بین‌المللی، مقدار زیادی اطلاعات برخط گرفته شده است و این اطلاعات گاهی اوقات بدون وجود یک نسخه مقاله منتشر می‌شود. علاوه بر این اجازه برای استفاده از اطلاعات ممکن است به طور خاص بر روی وب سایت، برای استفاده‌ی منابع صحیح فراهم شده باشد.

این چیزی است که من در سراسر این کتاب دنبال کرده‌ام. این مهم است که همیشه بروی وب سایت‌ها هم چنین تغییر را زمان به زمان بررسی شود. من سایت‌های برخط قابل دسترسی برای داده‌ها و سایر اطلاعات را قبل از این که کتاب به ناشر سپرده شود را بررسی کرده‌ام. ما ممکن است برخی موارد پس از آن تغییر اتفاق بیفتد.

www.ketab.ir