

اقتصاد فرهنگی

(۱)

دکتر کاوین

ترجمه:

دکتر علی اکبر فرهنگی (استاد دانشگاه تهران)

دکتر احتشام رشیدی

دکتر انسیه ابری



سرشناسه: تاوژ، روث، ۱۹۴۳ - م.

Towse, Ruth

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد فرهنگی / روث تاوژ؛ ترجمه علی اکبر فرهنگی، احتشام رشیدی، انسیه ابری.

مشخصات نشر: تهران: دانژه، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۴۳۲ ص.

شابک: 978-600-250-082-3

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: A textbook of cultural economics, 2010.

موضوع: هنرها-- جنبه های اقتصادی

شناسه افزوده: فرهنگی، علی اکبر، ۱۳۲۱ -، مترجم

شناسه افزوده: رشیدی، احتشام، ۱۳۵۹ -، مترجم

شناسه افزوده: ابری، انسیه، ۱۳۶۱ -، مترجم

ه بندی کنگره: ۱۳۹۳ ۷ الف آت/ NX۶۳۴

ه بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۷

شماره کتابشناسی ملی: ۳۵۹۹۱۰۳

عنوان: اقتصاد فرهنگی

نویسنده: روث تاوژ

مترجمان: دکتر علی اکبر فرهنگی، دکتر احتشام رشیدی، دکتر انسیه ابری

مدیر تولید: سروش سازگاری

صفحه آرای: الاز ناشر

ناشر: دانژه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاووش - تهران

شمارگان: ۱۰۰ نسخه / قطع: وزیری

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۳

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۵۰-۰۸۲-۳

این اثرمشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هرکس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

تهران: خیابان استاد مطهری - خیابان سلیمان خاطر (امیراتابک)، کوچه اسلامی، شماره ۴/۲

تلفن: ۸۸۸۴۶۱۴۸-۸۸۸۴۳۵۴۳ تلفکس: ۸۸۸۱۲۰۸۳-۸۸۸۱۵۵۴۱۱۵۵ کد پستی: ۱۵۷۸۶۳۵۸۱۱

فروش اینترنتی و آشنایی با نشر دانژه: www.iketab.com

info@danjeh.org

www.danjeh.org

معرفی نویسنده

پروفسور روث تاووز استاد اقتصاد صنایع خلاق در مرکز مدیریت و سیاست گذاری مالکیت معنوی (CIPPM) در دانشگاه بورنماس^۱ و صاحب کرسی در دانشگاه اراسموس روتردام^۲ است. تاووز از جمله اقتصاددانان فرهنگی پیشرو جهان بوده که در دانشگاه‌های بریتانیا، هلند، ایتالیا و تایوان تدریس کرده است. او از سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۲ سردبیری نشریه اقتصاد فرهنگی و از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ ریاست انجمن بین‌المللی اقتصاد فرهنگی (ACEI)^۳ را بر عهده داشته است و همچنین از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ رئیس جامعه تحقیقات اقتصادی مالکیت معنوی (SEACI)^۴ بوده است. پروفسور تاووز در سال ۲۰۰۸ به‌عنوان کارشناس کمی‌رایت در هیات مشاوره اهرودی خط مشی مالکیت معنوی (SABIP)^۵ در بریتانیا منصوب شد.

1 - Centre for Intellectual Property Policy and Management (CIPPM)

2 - Bournemouth University

3 - Erasmus University Rotterdam

4 - Association for Cultural Economics International

5 - Society for Economic Research on Copyright Issues

6 - Strategic Advisory Board for Intellectual Property Policy

فهرست مطالب

۳	معرفی نویسنده.....
۱۸	مقدمه و چکیده.....
۲۱	پیشگفتار.....
۲۹	بخش اول: کلیات اقتصاد فرهنگی.....
۲۹	فصل اول: درآمدی بر اقتصاد فرهنگی.....
۳۱	- موضوع اقتصاد فرهنگی چیست.....
۳۱	- ۱۰ پرسش اصلی کتاب.....
۳۱	- اقتصاد فرهنگی.....
۳۳	- علم اقتصاد چیست و به چه مسائلی می‌پردازد.....
۳۳	- هزینه فرصت.....
۳۴	- انتخاب اجتماعی و اقتصاد رفاه.....
۳۴	- اقتصاد هنجاری و اثباتی.....
۳۶	- محدودیت‌های علم اقتصاد.....
۳۶	- ارتباط اقتصاد فرهنگی با سایر رشته‌ها.....
۳۷	- مروری اجمالی بر تاریخچه اقتصاد فرهنگی.....
۳۸	- کتاب هنرهای نمایشی: تناقض اقتصادی اثر بامول و بوون.....
۴۰	- تاریخچه تفکر اقتصادی در اقتصاد هنر و میراث فرهنگی.....
۴۴	- توسعه اقتصاد فرهنگی از دهه‌ی ۱۹۷۰.....

- ۴۶ - اقتصاد فرهنگی و صنایع خلاق.....
- ۴۸ - نیروهای بازار در صنایع خلاق.....
- ۵۰ - درباره کتاب.....
- ۵۲ - پیوست: خلاصه‌ای از نظریه‌های اقتصادی به کار رفته در اقتصاد فرهنگی.....
- ۵۳ - اقتصاد کلان.....
- ۵۳ - اقتصاد نئوکلاسیک.....
- ۵۴ - اقتصاد خرد.....
- ۵۴ - اقتصاد رفاه.....
- ۵۵ - نظریه انتخاب عمومی.....
- ۵۷ - اقتصاد هزینه مبادله.....
- ۵۷ - رویکرد حقوق مالکیت (به قرارداد).....
- ۵۸ - پی نوشت ها.....
- ۵۹ - فصل دوم: بخش فرهنگ از نگاه اقتصاد.....
- ۶۰ - مالکیت خصوصی و عمومی در بخش فرهنگی.....
- ۶۲ - کالاهای عمومی و خصوصی.....
- ۶۴ - چرا مالکیت حائز اهمیت است.....
- ۶۵ - مالکیت و حقوق دارایی.....
- ۶۶ - سازمان‌های غیرانتفاعی و انتفاعی.....
- ۶۸ - خط مشی فرهنگی.....
- ۶۹ - تدابیر خط مشی.....
- ۷۰ - مالیه عمومی.....
- ۷۳ - مقررات.....
- ۷۴ - کاربرد آمار در بخش فرهنگی.....

۷۵	- چه نوع آماری در بخش فرهنگی مورد نیاز است؟
۷۶	- منبع داده‌ها
۷۸	- محاسبه اندازه بخش فرهنگی
۷۸	- حوزه‌های بخش فرهنگی کدامند؟
۸۰	- طبقه‌بندی استاندارد صنایع
۸۱	- حسابداری درآمد ملی
۸۴	- مسائل مربوط به اندازه‌گیری بخش فرهنگی
۸۶	- وابستگی خدمات کالاها و خدمات خلاق
۸۸	- چگونگی استفاده از آمار
۸۹	- بررسی‌های تطبیقی
۹۱	- نتیجه‌گیری
۹۲	- پی‌نوشت‌ها
۹۳	فصل سوم: بازار کالاها و خدمات فرهنگی
۹۴	- اقتصاد بازار
۹۴	- چرا بازار محصولات فرهنگی حائز اهمیت است؟
۹۶	- اقتصاد بازار و مکانیسم قیمت
۹۷	- عرضه و تقاضا و قیمت تعادلی
۱۰۴	- «قانون قیمت واحد»
۱۰۶	- نظارت بر بازارها
۱۰۶	- انواع مقررات
۱۰۸	- نهادهای نظارتی
۱۱۴	- تاریخچه اقتصادی هنر
۱۱۴	- حمایت

- ۱۱۵ - بخش خصوصی در تولید فرهنگی.....
- ۱۱۵ - بازار محصولات هنری.....
- ۱۱۶ - موزه‌ها.....
- ۱۱۸ - نشر کتاب.....
- ۱۲۱ - روزنامه‌ها و نشریات ادواری.....
- ۱۲۲ - تشابه موسیقی.....
- ۱۲۳ - آب و باله.....
- ۱۲۵ - نفاذ.....
- ۱۲۶ - آنچه مطالعات تاریخچه اقتصادی هنر می‌توان فرا گرفت.....
- ۱۲۷ - نتیجه‌گیری.....
- ۱۲۹ فصل چهارم: سازمان اقتصادی صنایع خلاق.....
- ۱۳۰ - بازار آثار هنری.....
- ۱۳۲ - بازارهای اولیه و ثانویه.....
- ۱۳۳ - حراج آثار هنری.....
- ۱۳۳ - قیمت‌های حراج.....
- ۱۳۴ - آیا خرید آثار هنری سرمایه‌گذاری مناسبی است؟.....
- ۱۳۶ - صنایع دستی.....
- ۱۳۷ - موزه‌ها.....
- ۱۳۷ - انواع موزه‌ها.....
- ۱۳۸ - توزیع موزه‌ها و مجموعه‌های آن‌ها.....
- ۱۳۹ - مالکیت موزه‌ها و مجموعه‌های آن.....
- ۱۴۱ - فروش اشیای موزه.....
- ۱۴۳ - صنعت نشر.....

۱۴۴	- نشر کتاب
۱۴۶	- روزنامه‌ها و مجلات
۱۴۸	- صنعت موسیقی
۱۵۰	- آهنگ‌سازی
۱۵۱	- انتشار موسیقی
۱۵۲	- ضبط صدا
۱۵۴	- هنرهای نمایشی
۱۵۵	- ادبیات و موسیقی زنده
۱۵۶	- اپرا
۱۵۸	- حرکات موسیقی
۱۵۹	- تئاتر
۱۶۲	- صنعت فیلم
۱۶۴	- تولید فیلم
۱۶۴	- توزیع فیلم و سینما
۱۶۵	- رسانه‌های پخش
۱۶۷	- اینترنت
۱۶۷	- نتیجه‌گیری
۱۶۸	- پی‌نوشت‌ها
۱۶۹	فصل پنجم: تولید، هزینه‌ها و عرضه کالاهای فرهنگی
۱۷۰	- خلاقیت
۱۷۱	- انگیزه عرضه خلاق
۱۷۲	- کارآفرینی
۱۷۴	- منابع مالی

- ۱۷۶ - اهداف سازمانی
- ۱۷۷ - نظریه عرضه
- ۱۷۷ - قیمت پذیران و قیمت گذاران
- ۱۷۷ - تابع عرضه
- ۱۷۹ - کشش عرضه
- ۱۸۱ - موردی و جریان عرضه
- ۱۸۱ - عرضه کوتاه مدت و بلندمدت
- ۱۸۲ - اندازه گسترده
- ۱۸۳ - سازمان‌ها شرکت‌های چند-محصولی
- ۱۸۳ - هزینه‌ها و نظریه عرضه
- ۱۸۴ - تابع تولید
- ۱۸۵ - جایگزینی عوامل تولید
- ۱۸۵ - قیمت عوامل تولید
- ۱۸۶ - هزینه‌های کل، متوسط و نهایی
- ۱۹۰ - قانون بازده نزولی
- ۱۹۱ - صرفه‌جویی ناشی از مقیاس (بازده نسبت به مقیاس)
- ۱۹۲ - کشش کوتاه مدت و بلندمدت عرضه
- ۱۹۲ - هزینه‌های ثابت، برگشت ناپذیر و هزینه‌های تاریخ
- ۱۹۳ - ساختار بازار: نظریه سازمان صنعتی
- ۱۹۴ - شرکت انحصارگر
- ۱۹۶ - شرکت در بازار رقابتی
- ۱۹۸ - قیمت گذاری بر مبنای هزینه نهایی
- ۱۹۹ - انحصار طبیعی
- ۲۰۱ - مقایسه انحصار انتفاعی و غیرانتفاعی
- ۲۰۲ - سایر شرکت‌های ساختار صنعتی

۲۰۳	- جمع بندی دیدگاه نئوکلاسیک درباره نظریه عرضه
۲۰۴	- رویکردهای دیگر به سازمان صنعتی
۲۰۵	- یکپارچگی شرکت ها
۲۰۶	- ساختن یا خریدن؟
۲۰۷	- نظریه هزینه مبادله بنگاه
۲۰۹	- رویکرد حقوق مالکیت
۲۱۰	- خلاصه و نتیجه گیری
۲۱۲	- پی نوشت
۲۱۳	فصل ششم: مصرف کالا و خدمات فرهنگی
۲۱۴	- مشارکت و تقاضا
۲۱۵	- مشارکت و خط مشی فرهنگی
۲۱۵	- مصرف کالا و خدمات فرهنگی
۲۱۸	- تحقیقات مشارکت
۲۱۸	- خصوصیات اجتماعی- اقتصادی
۲۲۰	- مشارکت و مصرف
۲۲۱	- تحقیقات بودجه زمان
۲۲۱	- مخاطب پژوهی
۲۲۲	- تقاضا و درآمد
۲۲۳	- فروش و درآمد
۲۲۴	- تابع تقاضا
۲۲۴	- انتقال و حرکت روی تابع تقاضا
۲۲۶	- تقاضای انفرادی و تمایل به پرداخت (WTP)
۲۲۶	- مازاد مصرف کننده

- ۲۲۷ - تبعیض قیمت.....
- ۲۲۸ - درآمد نهایی (MR).....
- ۲۲۹ - کشش قیمتی تقاضا.....
- ۲۳۱ - ارتباط کشش تقاضا با درآمد.....
- ۲۳۲ - کشش درآمدی تقاضا.....
- ۲۳۲ - کشش منقطع تقاضا.....
- ۲۳۳ - ذائق و ترجیحات در نظریه تقاضا.....
- ۲۳۴ - انتقال تابع تقاضا.....
- ۲۳۴ - اعطای بینش آثار هنری.....
- ۲۳۷ - محدودیت های نظریه تقاضا در اقتصاد فرهنگی.....
- ۲۳۷ - رفتار عقلایی.....
- ۲۴۱ - هزینه های اطلاعات و جستجو.....
- ۲۴۴ - تمایل به پرداخت و تقاضای برابر.....
- ۲۴۵ - کاربرد های نظریه تقاضا.....
- ۲۴۵ - برآورد کشش تقاضا.....
- ۲۴۶ - ارزش گذاری اقتضایی.....
- ۲۴۸ - نتیجه گیری.....
- ۲۴۹ - پی نوشت ها.....
- ۲۵۱ - فصل هفتم: اقتصاد رفاه و مالیه عمومی.....
- ۲۵۲ - چرا دولت ها برای حوزه فرهنگ خط مشی تدوین می کنند؟.....
- ۲۵۳ - مفهوم رفاه اقتصادی.....
- ۲۵۴ - اقتصاد رفاه.....
- ۲۵۴ - معیار بهینگی و بهبود پارتو.....

۲۵۷	- قضایای اقتصاد رفاه
۲۵۹	- اقتصاد رفاه و شکست بازار
۲۶۰	- اقتصاد رفاه پیگویی
۲۶۳	- منابع شکست بازار در بخش فرهنگی
۲۶۳	- نایده‌های «قیمت‌گذاری نشده»
۲۶۵	- تصمیم احتمالی
۲۶۵	- مسائل اطلاعات
۲۶۶	- اطلاعات نامکمل: تقاضای مبتنی بر عرضه‌کننده
۲۶۷	- شکست بازار و حاکمیت مصرف‌کننده
۲۶۹	- چه مقدار یارانه؟
۲۷۰	- تحلیل هزینه-فایده
۲۷۱	- مثال
۲۷۵	- مزایای CBA برای خط‌مشی‌گذاران
۲۷۵	- مطالعات اثر اقتصادی
۲۷۶	- مخارج مستقیم و غیرمستقیم
۲۷۶	- مسائل مربوط به مطالعات اثر اقتصادی
۲۷۹	- مالیه عمومی
۲۷۹	- کارایی و عدالت
۲۸۱	- مالیات
۲۸۱	- مالیات مستقیم و غیرمستقیم
۲۸۴	- انواع یارانه
۲۸۸	- تحلیل اقتصادی یارانه
۲۸۸	- تأثیر یارانه بر بازار کالا یا خدمت
۲۹۰	- بُن‌ها و تخفیفات مالیاتی
۲۹۰	- تأثیر یارانه بر سازمان هنری

- ۲۹۳ - اقتصاد رفاه و انحصار طبیعی
- ۲۹۴ - یارانه و اهداف سازمان‌های هنری
- ۲۹۵ - منابع مالی برای غلبه بر شکست بازار
- ۲۹۶ - نتیجه‌گیری
- ۲۹۹ بخش دوم: اقتصاد هنرهای سنتی و میراث فرهنگی
- ۲۹۹ فصل هفتم: اقتصاد هنرهای نمایشی
- ۳۰۰ - مقدمه
- ۳۰۱ - خصوصیات اقتصاد هنرهای نمایشی
- ۳۰۲ - بامول و بوون و «بیمانی هزینه»
- ۳۰۳ - میزان مشارکت و مخارج مصرف‌کننده در هنرهای نمایشی
- ۳۰۳ - مشارکت
- ۳۰۵ - منابع مالی هنرهای نمایشی
- ۳۰۶ - درآمدهای اکتسابی و اهدایی در هنرهای نمایشی غیرانتفاعی
- ۳۰۷ - اعتبار عمومی در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی
- ۳۰۸ - اعتبار عمومی برای انواع هنرهای نمایشی
- ۳۱۰ - قیمت‌گذاری هنرهای نمایشی
- ۳۱۰ - عوامل مؤثر در قیمت‌های بلیط
- ۳۱۱ - تبعیض قیمت
- ۳۱۳ - چه کسی قیمت‌ها را برای هنرهای نمایشی تعیین می‌کند؟
- ۳۱۴ - تقاضا برای هنرهای نمایشی
- ۳۱۴ - کدام قیمت؟
- ۳۱۷ - کشش تقاضا
- ۳۱۸ - هزینه‌های تولید در هنرهای نمایشی

۳۱۹	- هزینه‌های ثابت و متغیر
۳۲۰	- هزینه‌های ثابت و متغیر شرکت هنرهای نمایشی
۳۲۴	- هزینه‌های سالن
۳۲۵	- کارایی سازمان‌های هنرهای نمایشی
۳۲۶	- صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس
۳۲۷	- استفاده کارآمد از یارانه عمومی
۳۲۸	- اخص‌های عملکرد
۳۲۹	- بیمار - هزینه بامول
۳۲۹	- شکاف عوارض
۳۳۱	- انتقادات مردم به بیماری هزینه بامول
۳۳۳	- شواهد تجربی بیماری هزینه
۳۳۶	- ویژگی‌های اقتصادی هنرهای نمایشی به تفکیک قالب هنری
۳۳۶	- ارکسترها
۳۴۰	- اپرا
۳۴۴	- حرکات موزون
۳۴۷	- تئاتر
۳۵۰	- تئاتر موزیکال
۳۵۱	- نتیجه‌گیری
۳۵۲	- پی‌نوشت‌ها
۳۵۵	فصل نهم: اقتصاد میراث فرهنگی
۳۵۶	- میراث فرهنگی و کالاهای عمومی
۳۵۷	- شناسایی آثار میراث فرهنگی
۳۵۹	- مشارکت و تقاضا برای خدمات موزه

- ۳۵۹ مشارکت -
- ۳۶۳ تقاضا برای بازدید از موزه‌ها -
- ۳۶۹ تأمین مالی موزه‌ها -
- ۳۷۱ موزه به مثابه یک بنگاه اقتصادی -
- ۳۷۱ محصول چندگانه -
- ۳۷۲ ارزش سرمایه‌ای مجموعه -
- ۳۷۴ ریشه‌های تولید -
- ۳۷۵ کارایی موزه‌ها -
- ۳۷۶ جمع‌بندی بحث موزه‌ها -
- ۳۷۷ میراث ابنیه -
- ۳۷۸ نظارت بر میراث ابنیه -
- ۳۸۳ تأمین مالی میراث ابنیه -
- ۳۸۵ مشارکت و میراث ابنیه -
- ۳۸۶ تقاضا -
- ۳۸۷ کاربرد تحقیقات CV و WTP در حوزه میراث ابنیه -
- ۳۸۹ تأثیر دیجیتالی شدن و اینترنت -
- ۳۹۰ نتیجه‌گیری -
- ۳۹۲ پی‌نوشت‌ها -
- ۳۹۳ فصل دهم: ارزیابی اقتصادی خط‌مشی فرهنگی
- ۳۹۴ اقتصاد فرهنگی و خط‌مشی فرهنگی -
- ۳۹۵ کارایی اجتماعی -
- ۳۹۶ ارزش فرهنگی و ارزش اقتصادی -
- ۳۹۹ پایه‌های نظری خط‌مشی و ارزیابی آن -

- ۳۹۹ - کاربرد اقتصاد رفاه
- ۴۰۱ - مسائل مربوط به بهبود و بهینگی پارتو
- ۴۰۴ - چه مقدار یارانه و برای چه هدفی؟
- ۴۰۴ - چه مقدار یارانه؟
- ۴۰۵ - کارایی و عدالت در یارانه فرهنگی
- ۴۱۰ - اثر جگرینی و اثر جاذبه‌ای
- ۴۱۲ - یارانه مستقیم در برابر غیرمستقیم
- ۴۱۴ - مسائل کارفرما کارکنار در خط مشی فرهنگی
- ۴۱۴ - رفتار فرصت طلبانه
- ۴۱۷ - شاخص‌های عملکرد
- ۴۲۰ - توافق‌نامه‌های تبلیغ اعتبار
- ۴۲۱ - استدلال‌های نادرست اقتصادی برای توجیه یارانه
- ۴۲۲ - بیماری هزینه بامول و توجیه یارانه
- ۴۲۳ - مطالعات اثر اقتصادی
- ۴۲۶ - مسئله تجميع
- ۴۲۸ - نتیجه‌گیری
- ۴۲۸ - پی‌نوشت‌ها

مقدمه مترجمان

طی سال‌ها تدریس در دوره‌های مختلف تحصیلات تکمیلی مدیریت امور فرهنگی و مدیریت رسانه، اقتصاد و مدیریت سازمان‌های ارتباطی با کمبود و حتی خلأ وجودی کتاب در خردی در اقتصاد سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای مواجه بوده‌ایم تا آنکه دو سال پیش کتاب «در نامه اقتصاد فرهنگی»^۱ نوشته خانم «روث تاووز»^۲ استاد اقتصاد صنایع خلاق در دانشگاه «پرنس»^۳ استاد برجسته و بازنشسته دانشگاه «اراسموس» روتردام به دستمان رسید. این کتاب از مسائل کمبریج بوده و کتابی جامع در این زمینه به نظر می‌رسد. با نگاهی اجمالی در می‌یابیم که کتاب از هر جهت مناسب و دربرگیرنده‌ی مطالب زیادی از مدیریت امور فرهنگی، مدیریت رسانه و مدیریت سازمان‌های مشابه است. با وجود رشته‌های دانشگاهی نامبرده در حلقه‌ی کنونی ما کمبود چنین کتابی به خوبی احساس می‌شد و ما را بر آن داشت به تدریجاً به ترجمه و انتشار آن اقدام کنیم. البته جا دارد که این گونه کتاب‌ها با ساز و کار حجم بر سازمان‌های فرهنگی و هنری کشور خودمان نوشته شود که فعلاً این مهم کمبود وقت و نیاز مبرم به چنین کتاب‌هایی میسر نیست. اما در گام‌های بعدی باید چنین فضیلتی انجام پذیرد. با ترجمه‌ی کتاب «مدیریت راهبردی در رسانه»^۴ که چند سال پیش بطریق این سطور انجام پذیرفته و راه را برای تألیف چنین کتاب‌هایی آماده کرده است، چنین به نظر می‌رسد که در حوزه اقتصاد فرهنگی و رسانه نیز چنین اتفاقی رخ دهد و مترجمان اجر خود را با مشاهده‌ی کتب قابل ملاحظه‌ای به صورت تألیفی و تصنیفی در این قلمروها دریافت دارند.

1 - A Textbook of Cultural Economics

2 - Ruth Towse

3 - Strategic management in the media: Theory to practice (Lucy Kung)

در سال‌های اخیر سازمان‌های فرهنگی زیادی در کشور به کار پرداخته و در تلاش برای اعتلای فرهنگ هستند. این سازمان‌ها برای اداره عقلایی خود و ارائه خدمات بهینه با ارزشی مناسب نیازمند آگاهی به اقتصاد و قواعد حاکم بر آنند. با نیاز فراوانی که برای این قبیل فعالیت‌ها وجود دارد محدودیت منابع مالی و کالبدی ضرورت اقتصاد و استفاده مطلوب از منابع کاملاً سرزنی شود. متأسفانه اکثر مدیران سازمان‌های فرهنگی دانش کمی از اقتصاد داشته و اساس آن را برای فعالیت‌های خود غیر لازم می‌دانند. در حالی که، بر عکس، باید از ذره ذره منابع بیشتر بهره گرفته و کارهای بیشتری را انجام دهند. کتاب همان‌طور که از عنوان آن بر می‌آید «درسنامه اقتصاد فرهنگی» است و به مسائلی چون سیر تکامل اقتصاد فرهنگی، تشریح تحلیل نظریه‌های اقتصادی با تأکید ویژه بر بخش فرهنگ و هنر، سیاست‌گذاری و خط سبب عمومی در بخش فرهنگ و هنر، نقش بخش خصوصی در کنار بخش عمومی و عمومی در تولید فراورده‌های فرهنگی، مباحث اقتصاد صنایع خلاق - تأمین اعتبار و مالکیت - صنایع مصرف کالاهای فرهنگی، اقتصاد رفاه و نظریه‌های پیرامون آن، مالیهی عمومی در عرصه فرهنگ و هنر، اقتصاد هنرهای نمایشی، اقتصاد میراث فرهنگی و موزه‌ها، بازار کار هنر و ادبیات و عرضه کنندگان فراورده‌های خلاقانه، اقتصاد مالکیت معنوی (کپی رایت)، اقتصاد نشر، اقتصاد رادیو و تلویزیون، اقتصاد فیلم و موسیقی، اقتصاد گردشگری و غیره می‌پردازد.

ساختار کتاب، آن‌طور که مؤلف در مقدمه‌ی آن نوشته است، مشتمل بر پنج بخش و بیست فصل است، که تمام موارد ذکر شده را در بر می‌گیرد و به نحو شایسته مسائل اقتصادی پیرامون سازمان‌های فرهنگی، هنری، رسانه‌ای و گردشگری را می‌پوشاند. مطالب

کتاب برای برنامه ریزان توسعه نیز مفید و حائز اهمیت اساسی اند.
از کارکنان نشر دانژه به‌ویژه از جناب آقای دکتر سازمند که همواره مشوق کارهای
تازه و خلاق در حوزه رسانه‌های مکتوبند تشکر می‌شود. همین‌طور تشکر ویژه می‌شود از
جناب آقای دکتر محمد مهدی شریعت باقری که نهایت همکاری را با مترجمان داشته‌اند.

علی‌اکبر فرهنگی
استاد دانشگاه تهران

www.ketab.ir

کتاب حاضر درآمدي بر اقتصاد فرهنگي است و بيان مباحث آن به گونه‌اي است که هر خواننده‌اي با حدس دانش در زمينه اقتصاد بتواند به راحتی آن را درک کند. از اين رو سعي گرديده تا با نگاهي اقتصادي که در متن کتاب به آن پرداخته شده، به طور خلاصه تشریح شود. اين کتاب با تکرار داشت من از اقتصاد فرهنگي است و يکي از انگيزه‌هاي نگارش آن توسعه دامنه اقتصاد فرهنگي به چيزي فراتر از صنايع خلاق و مسائل قانون حق نشر^۱ بوده است. رويکرد اقتصاد فرهنگي با صنايع خلاق صرفاً مد زودگذر در خط مشي فرهنگي نيست (که مسلماً نيز چنين است) و جنبه‌هاي اقتصادي بسياري را که براي مطالعه اقتصاد فرهنگي ضرورت دارند در برمي گيرد. امروزه واژه صنايع خلاق که در دولت و سازمان‌هاي بين‌المللي در سطح وسيعي به کار مي‌رود، علاوه بر صنايع فرهنگي کليه موضوعات سنتي هنر و ميراث را شامل مي‌شود؛ در اين کتاب نيز حق نشر به عنوان يکي از ابعاد صنايع خلاق شناخته شده است.

انگيزه ديگر من براي نگارش کتاب اين بود که تا حد امکان اقتصاد فرهنگي را با بيان تجارب و مصاديق بين‌المللي توسعه دهم. من ده سال در دانشگاه ارانرس در روتردام هلند فعاليت نمودم همچنين در دانشگاه کاتانيا^۲ ايتاليا تدریس نموده‌ام. در مبنای این تجارب پی بردم که دانشجویان با زمینه‌های فکری متفاوت درک بسيار متفاوتی از اقتصاد فرهنگي و خط مشي فرهنگي دارند، البته تعجبي ندارد زیرا هر کشور تاريخچه و نهادهای متفاوتی دارد. به هر حال نگارش اين کتاب نيز به ناگزير تحت تأثير محدوديت‌ها و تجارب شخصي قرار داشته و از هدف پوشش بين‌المللي دور شده است.

با وجود آنکه منابع اطلاعاتی بسیار خوبی در مورد اکثر کشورها به زبان انگلیسی و به صورت آنلاین وجود دارد اما هنوز هم کسب اطلاعات به زبان انگلیسی و تفسیر آن به آسانی میسر نیست. به عنوان نمونه کشور هلند یکی از کشورهایی است که در جمع‌آوری و تحلیل بخش قابل توجهی از داده‌های بخش فرهنگی خوب عمل کرده و بخش اعظم آن‌ها را به زبان انگلیسی ترجمه می‌کند؛ بریتانیا نیز در حال حاضر داده‌های خوبی تولید می‌کند و تحقیقاتی را در مورد بخش فرهنگی و صنایع خلاق انجام می‌دهد، اما این داده‌ها برای شهروندان بریتانیایی از جمله خود من به راحتی قابل فهم نیستند (آیا داده‌ها مربوط به انگلستان و ولز است؟ آیا ایرلند شمالی را در بر می‌گیرد؟ به طور کلی داده‌هایی که به بریتانیا مرتبط هستند باید انگلستان، ولز، اسکاتلند و ایرلند شمالی را پوشش دهد.) و ارقام پولی و مالی به واسطه پرده استرلینگ هستند. به همین دلیل علی‌رغم تلاش من برای تشریح مثال‌هایی از بخش‌های مختلف، در این کتاب سوگیری نسبت به داده‌های هلند و بریتانیا دیده می‌شود.

مقایسه‌های بین‌المللی با وجود داده‌های پیشین متفاوت که ارزش آن‌ها سالانه تغییر می‌یابد دشوار است؛ البته هر جا که لازم بود نرخ برابری سایر واحدهای پولی با واحدهای یورو یا دلار آمریکا نشان داده شده است، اما در تفسیر این ارقام باید دقت لازم را به عمل آورد.

اقدامات مشترک شورای اروپا و مؤسسه تحقیقات تطبیقی فرهنگی اروپا (ERICarts)^۱، امکان دسترسی به اطلاعات بخش فرهنگی ۲۷ کشور اتحادیه اروپا را برحسب واحد یورو فراهم نموده است. بخش اعظم داده‌های کتاب از این منابع گرفته شده است. من به خوانندگان پیشنهاد می‌کنم که داده‌های هر کشور را به طور مجزا و بر مبنای دسته‌بندی موضوعی ارائه شده، بررسی کنند؛ منبعی که داده‌ها به آن ارجاع داده می‌شود، «خلاصه گزارش خط مشی‌ها و روندهای فرهنگی در اروپا»، ویرایش دهم ۲۰۰۹ است که از سوی شورای اروپا/مؤسسه تحقیقات تطبیقی فرهنگی اروپا منتشر شده است؛ که می‌توانید به وب سایت آن به آدرس www.culturalpolicies.net مراجعه کنید. اطلاعات ایالات متحده از گزارش‌های

پژوهشی که بنیاد حمایت‌های ملی از هنر (NEA)^۱ درمورد آمار دولت فدرال منتشر می‌کند و به صورت آنلاین نیز قابل دسترسی هستند اخذ شده است، همچنین دولت‌های استرالیا، کانادا و نیوزلند داده‌ها و اطلاعات قابل توجهی در مورد فعالیت‌های فرهنگی خود به صورت آنلاین ارائه می‌کنند. سازمان‌های بین‌المللی خصوصاً یونسکو (سازمان علمی آموزشی و فرهنگی سازمان ملل)، سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO)^۲ و آیس‌الکیت معنوی سازمان ملل نیز اطلاعات خوبی را در مورد صنایع خلاق و حق نشر فراهم می‌کنند.

من کار در اقتصاد فرهنگی را در دهه‌ی ۱۹۸۰ با تحلیل تطبیقی داده‌ها در زمینه تأمین اعتبار بخش هنر برای شورای اروپا آغاز نمودم؛ و هنوز به تحلیل داده‌ها علاقه مندم و معتقدم که درک منابع، نحوه جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها یکی از مهم‌ترین ابعاد مطالعه اقتصاد است- از این رو بخش قابل توجهی از کتاب، از جمله فصل دوازدهم، به بررسی نحوه انجام تحقیق اختصاص یافته است. من به نظر می‌آورم که گذشته انجام کار تحقیقاتی به راحتی حال حاضر نبوده است زیرا امروزه با دسترسی پدیا و دیگر منابع آنلاین، که بسیاری از آن‌ها فوق‌العاده هستند، دسترسی به منابع داده و تحلیل آن به آسانی میسر شده است، البته ضروری است اعتبار وبسایت‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد. با این حال داده‌ها به خودی خود بی‌معنا هستند، و بدون داشتن فرضیات نظری و حداقل یک چارچوب نظری برای تحلیل آن‌ها، نمی‌توان بهره لازم را به دست آورد. بنابراین، این کتاب نظریات اصلی اقتصاد را که خواننده به منظور مطالعه ادبیات حرفه‌ای در این رشته به آن نیاز دارد مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد- از جمله ادبیات حرفه‌ای در این رشته می‌توان به *اقتصاد فرهنگی*^۳، که یک مجله تخصصی و دانشگاهی در حوزه اقتصاد فرهنگی و در سطح بین‌الملل است، و یا سایر نشریات، از جمله نشریات دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی اشاره کرد.

بسیاری از افراد و دانشجویان از رشته اقتصاد هراس دارند و احساس می‌کنند که به

1 - National Endowment for the Arts (NEA)

2 - World Intellectual Property [IP] Organization

3 - Journal of cultural Economics

خاطر «ریاضیات» مورد نیاز این رشته، نتوانند در یادگیری آن پیشرفتی حاصل کنند (در واقع، آشنایی با مباحث مقدماتی هندسه و جبر کافی به نظر می‌رسد؛ زیرا اگر بیش از این نیاز بود، من هم دیگر اقتصاددان نبودم!). در سراسر کتاب، وقتی مبحث فنی مطرح می‌شود، برای روشن شدن موضوع و همچنین تحقق رسالت کتاب، نمونه‌هایی از بخش فرهنگی ارائه شده است. در بخش «برای مطالعه بیشتر» نیز منابعی پیشنهاد شده که در سطح همین کتاب هستند؛ البته علاوه بر این‌ها منابع دیگری نیز وجود دارند. به غیر از مقالات مرئی اقتصاد فرهنگی، انبوهی از مقالات در کتاب مجموعه مقالات اقتصاد هنر و فرهنگ، و وبسایت ریکتور گینزبرگ و دیوید تراسبی^۲ (۲۰۰۶) وجود دارد، که نمونه بارزی از مقالات حوزه اقتصاد فرهنگی به شمار می‌روند. این مقالات توسط متخصصانی که نام آن‌ها همواره در مجله اقتصاد فرهنگی مطرح بوده به نگارش درآمده است؛ مطالعه برخی از فصول کتاب مزبور را به خوانندگان توصیه می‌کنم. من کتابی با عنوان مجموعه مقالات اقتصاد فرهنگی (تاووز، ۲۰۰۳ الف) منتشر نموده‌ام، که مشتمل بر ۶۱ فصل کوتاه است، و مقالات آن اغلب شامل شش تا ده صفحه است. این کتاب طیفی از موضوعات اقتصاد فرهنگی را به خوانندگان معرفی می‌کند. در سراسر کتاب حاضر بر حسب موضوع به فصول کتاب مزبور ارجاع داده شده است.

ساختار کتاب

این کتاب مشتمل بر پنج بخش و ۲۰ فصل است. بخش اول به موضوعات کلی می‌پردازد - داده‌ها و نظریات به کار رفته در اقتصاد فرهنگی و سازمان اقتصادی صنایع فرهنگی - و شامل هفت فصل می‌شود.

فصل اول به طرح مقدماتی موضوعاتی می‌پردازد که در فصول بعدی کتاب تحلیل می‌گردند و تاریخچه‌ای از اقتصاد فرهنگی ارائه می‌کند؛ پیوست ارائه شده در این فصل به اجمال نظریات اصلی به کار رفته در کل کتاب را معرفی می‌کند و به عنوان مرجعی برای مباحث کتاب به شمار می‌رود. در فصل دوم خصوصیات بخش فرهنگی با رویکردی

اقتصادی تشریح می‌شود. فصل سوم به بررسی سازمان بازارهای محصولات فرهنگی می‌پردازد. در فصل چهارم سازمان اقتصادی صنایع خلاق تبیین می‌شود، و فصل پنجم به نظریه تولید، هزینه‌ها و عرضه کالاها و خدمات اختصاص یافته است. فصل ششم مخاطبان، مشارکت و تقاضا برای کالاها و خدمات فرهنگی را تحلیل می‌کند. در ادامه آن، فصل هفتم بر نظریه اقتصاد رفاه و مالیه عمومی متمرکز شده است و کاربرد آن‌ها را در اقتصاد فرهنگی نشان می‌دهد. روی هم‌رفته این فصول پیش زمینه‌ای از ابعاد تاریخی و نهادی سازمان کنونی اقتصاد صنایع خلاق و همچنین نظریه تولید و مصرف که اقتصاد فرهنگی بر آن استوار است، مناسبت تحلیل بازارها در اقتصاد خلاق بهره می‌برد ارائه می‌نماید.

بخش دوم مشتمل بر «سنتی» و میراث را شامل می‌شود. فصل هشتم به‌طور مفصل به اقتصاد هنرهای نمایشی می‌پردازد. فصل نهم در مورد اقتصاد موزه‌ها و میراث ابنیه است، و فصل دهم به ارزیابی حملات فرهنگی از دیدگاه اقتصاد فرهنگی اختصاص دارد. در واقع این فصل یک نتیجه‌گیری از مبانی مطرح شده در بخش دوم، که به اقتصاد فرهنگی «سنتی» شناخته می‌شود، ارائه می‌نماید. فصل اول تا دهم را می‌توان به‌عنوان مبنایی برای تدوین یک دوره آموزشی در اقتصاد فرهنگی در نظر گرفت.

بخش سوم ترکیبی از اقتصاد بازار کار هنرمندان، اقتصاد حق نشر است. فصل یازدهم اقتصاد نیروی کار، از جمله نظریه سرمایه انسانی، را بر مبنای خدمات هنرمندان به کار می‌برد و فصل دوازدهم خلاصه‌ای از تحقیقات تجربی اقتصاد هنر و فرهنگی در مورد بازار کار هنرمندان است. فصل سیزدهم خواننده را با اقتصاد حق نشر دیجیتال که دیجیتالی شدن بر هنرمندان و بازارهای آن‌ها دارد آشنا می‌سازد. این فصول شامل موضوعات پژوهشی مورد علاقه نویسندگان بوده، به‌طوری که نقش حق نشر تا کنون به‌طور شایسته در متون اقتصاد فرهنگی مطرح نشده است. بخش سوم را می‌توان به همراه بخش اول و دوم مبنایی برای طراحی یک دوره در اقتصاد فرهنگی در نظر گرفت. و در روش دیگر، می‌توان بخش سوم را به همراه بخش چهارم مدنظر قرار داد.

بخش چهارم به‌طور مفصل به اقتصاد صنایع خلاق می‌پردازد. فصل چهاردهم بحث را با تعریف و مفهوم صنایع خلاق و خط مشی‌های مرتبط با آن آغاز می‌کند. در فصول

بعدی این بخش هر یک از صنایع به صورت جداگانه بررسی شده است؛ فصل پانزدهم در مورد اقتصاد صنعت موسیقی؛ فصل شانزدهم در مورد اقتصاد صنعت فیلم؛ فصل هفدهم در مورد اقتصاد رسانه‌های پخش؛ فصل هجدهم در مورد اقتصاد صنعت نشر کتاب و خواندنی‌ها؛ و فصل نوزدهم در مورد اقتصاد جشنواره‌ها، شهرهای خلاق و گردشگری فرهنگی است. بخش چهارم کتاب، در ترکیب با فصل یازدهم می‌تواند به عنوان یک دوره آموزشی در مورد اقتصاد صنایع فرهنگی استفاده شود.

سراسر نام، بخش پنجم، که مشتمل بر یک فصل (فصل بیستم) است، به مروری بر کلیه مباحث کتاب می‌پردازد. در این فصل نقاط قوت و ضعف اقتصاد فرهنگی مطرح می‌شود و حوزه‌هایی که به کرات تحت‌تقتی بیشتری نیاز دارند به محققان پیشنهاد می‌شود. در سراسر کتاب تئوری و تحقیق تجربی در اقتصاد فرهنگی به یکدیگر پیوند داده شده است و شواهدی از منابع مختلف بین‌المللی در مورد موضوعات مطرح شده ارائه گردیده است. برخی از موضوعات و اطلاعات خاص خارج از متن اصلی در قالب جعبه‌هایی بررسی شده است؛ پاره‌ای از این جعبه‌ها شرح کامل از چهره‌های مهم در اقتصاد فرهنگی را ارائه می‌دهد در حالی که پاره‌ای دیگر اطلاعات یا داده‌های خاصی را شامل می‌شوند. علاوه بر ارائه منابعی که در هر فصل به آن‌ها استناد شده در پایان هر فصل بخشی تحت عنوان برای مطالعه بیشتر برای تحریک دانشجویان به تحقیق بیشتر قرار داده شده است. همچنین مجموعه سؤالات و تمرین‌هایی که حاصل تدریس‌ها قبلی من است برای دانشجویان فراهم شده است.

نکته‌ای در مورد اصطلاحات و منابع

در طول سه سالی که صرف نگارش این کتاب نموده‌ام در کاربرد اصطلاحات تغییراتی رخ داده است، و ایده‌های «اقتصاد خلاق» و «کالاها و خدمات خلاق» جایگزین اصطلاح «اقتصاد فرهنگی» و «محصولات فرهنگی» شده است (البته هنوز هم برخی از این اصطلاح استفاده می‌کنند)؛ در حال حاضر اصطلاح «صنایع خلاق»، با وجود انتقادات نظریه‌پردازان علوم اجتماعی، به خوبی شناخته شده است. در متن کتاب، فهرستی از زیرمجموعه‌های

این صنایع معرفی شده است و فصلی به تشریح هر یک از آن‌ها - هنرهای نمایشی^۱، میراث، موسیقی، فیلم، رسانه‌های پخش و صنایع نشر- به علاوه فصلی در مورد جشنواره‌ها، شهرهای خلاق و گردشگری فرهنگی- اختصاص یافته است. در برخی موارد ممکن است برای یک ایده اصطلاحات مختلفی به کار رفته باشد؛ به عبارت دیگر، من در به کارگیری این اصطلاحات مُصر نبوده‌ام- و احتمالاً سایر نویسندگان هم نبوده‌اند! اصطلاح دیگری که اغلب در درس‌ساز بوده مربوط به «بیلیون^۲» یا میلیارد است که در این کتاب به معنای هزار میلیون به کار رفته است.

تغییر بزرگی در طول چند سال اخیر رخ داده این است که دولت‌های ملی و سازمان‌های بین‌المللی اطلاعات آنلاین فراوانی را منتشر می‌کنند، که گاهی نسخه «کاغذی» ندارند. به علاوه ممکن است وب‌سایتی مجوز استفاده از اطلاعات را به شرط ارجاع دهی صحیح ارائه نماید. من به سراسر این کتاب بدین گونه عمل نموده‌ام. البته کنترل اطلاعات بر روی وب‌سایت‌ها را در حائز اهمیت است، زیرا ممکن است در طی زمان تغییراتی در آن‌ها ایجاد شده باشد. من به بررسی به داده‌ها و سایر اطلاعات سایت‌های آنلاین را قبل از چاپ کتاب چک کردم، اما نباید در نظر داشت پس از این تغییراتی در برخی داده‌ها ایجاد خواهد شد که می‌تواند نشانه به‌روزرسانی باشد.