

اقتصاد هنر

ویکتور گینزبرگ و دیوید تراسبی

محمدرضا مریدی

مریم لاوی

معصومه تقی‌زادگان

زهرا شریعتی‌فر

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد هنر / [ویراستار] ویکتور گینزبرگ، دیوید تراسبی؛ [ترجمه] محمد رضا مریدی ... [و دیگران].

مشخصات نشر: مشهد: بدخشان، ۱۳۹۲.

مشخصات ظاهری: ۶۷۲ص: جدول، نمودار.

شابک: 978-600-6966-03-8

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Handbook of the economics of art and culture. 2006

یادداشت: [ترجمه] محمد رضا مریدی، مریم لاوی، معصومه تقی زادگان، زهرا شریعتی فر.

موضوع: هنر - جنبه های اقتصادی - کنگره ها

موضوع: فرهنگ - جنبه های اقتصادی - کنگره ها

شناسه افزوده: گینزبرگ، ویکتور، ویراستار

شناسه افزوده: Ginsburgh, Victor A

شناسه افزوده: تراسبی، دیوید، ویراستار

شناسه افزوده: Throsby, C. David

شناسه افزوده: مریدی، محمد رضا، ۱۳۵۷، مترجم

ر. ب. بندی کنگره: ۱۳۹۲ الف/۶۳۴ NX

رده دی.ری. ۷۰۰/۷۹

شماره کتاب شناسی ملی: ۳۳۲۴۹۰۴



انتشارات بدخشان

اقتصاد هنر

تالیف: ویکتور گینزبرگ، دیوید تراسبی

ترجمه: محمد رضا مریدی، مریم لاوی، معصومه تقی زادگان و زهرا شریعتی فر

ناشر: انتشارات بدخشان با حمایت حوزه هنری خراسان رضوی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

چاپ: معین

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

مرکز پخش: مشهد - خیابان سعدی - پاساژ مهتاب - شماره ۳۸ - کتاب هیواد

تلفن ۰۵۱۳۲۲۳۴۶۲۳ - ۰۹۱۵۸۱۰۴۴۹۴

فهرست مطالب

۱۵	پیش‌گفتار
۲۹	فصل اول: تعریف کلی هنر و هنری
۳۱	۱. مقدمه
۳۲	۲. تعریف موضوعات
۳۲	۱.۲ فرهنگ
۳۳	۲.۲ ارزش‌های اقتصادی و غیراقتصادی
۳۶	۳.۲ ارزش فرهنگی
۳۹	۴.۲ منشأ
۴۰	۵.۲ ارزش هنری
۴۲	۳. خلاقیت
۴۲	۱.۳ دیدگاه سایمون درباره خلاقیت
۴۳	۲.۳ زبان‌شناسی زایشی
۴۸	۳.۳ خلاقیت در مصرف
۴۹	۴. استنباط‌هایی برای مصرف‌کنندگان هنر
۵۰	۱.۴ یادگیری از طریق مصرف کردن
۵۲	۲.۴ کالاهای هنری به عنوان کالاهای انگیزشی
۵۳	۳.۴ مالکیت معنوی
۵۴	۵. نتیجه‌گیری
۵۵	فصل دوم: هنر و فرهنگ در تاریخ تفکر اقتصادی
۵۷	۱. مقدمه

۵۹	۲. سال‌های اولیه
۵۹	۱.۲. هنر و فرهنگ به مثابه مقولاتی تجملی، بیهوده و زاید
۶۲	۲.۲. واکنش‌های اولیه به قیمت‌ها، حمایت‌ها و پیامدهای خارجی
۶۵	۳. قرن هجدهم: تقلید و تخیل در عصر روشنگری
۶۵	۱.۳. دیوید هیوم
۶۸	۲.۳. آنه روبرت تارگوت
۷۲	۳.۳. آدام اسمیت
۷۸	۴. اقتصاد کلاسیک: سایه بنتام
۸۸	۵. منتقدان انسان‌گرا
۸۹	۱.۵. متیو آرنولد
۹۲	۲.۵. جان راسکین
۹۵	۳.۵. ویلیام موریس
۹۵	۶. انقلاب راجینال
۹۵	۱.۶. رویکرد بهای‌گرایی به فرهنگ و هنر
۹۷	۲.۶. آلفرد مریال
۹۸	۳.۶. ویلیام استنلی جونز
۱۰۳	۴.۶. لیونل رابینز
۱۰۴	۷. هنر در اقتصاد آمریکا
۱۰۷	۸. کینز و گروه بلومزبری
۱۰۸	۱.۸. هنر در زندگی بشر
۱۰۹	۲.۸. ویژگی تجربه هنری
۱۱۱	۳.۸. هنر در اجتماع
۱۱۲	۴.۸. بازارهای هنری
۱۱۳	۵.۸. اصلاحات سیاسی
۱۱۶	۹- نتیجه‌گیری
۱۱۹	فصل سوم: فرهنگ و توسعه اقتصادی
۱۲۱	۱. فرهنگ در تفکر توسعه
۱۲۴	۲. تنوع
۱۲۶	۳. نقش تضاد
۱۲۸	۴. جهانی‌شدن، توسعه و فرهنگ
۱۳۱	۵. گردشگری و توسعه
۱۳۵	۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۴۱	فصل چهارم: هنرها و سیاست اقتصادی
۱۴۳	۱. مقدمه
۱۴۴	۲. تغییر سناریوهای تحلیلی

۱۵۰	۳. بازار به عنوان تخصیص دهنده منابع
۱۵۲	۴. خدمات فرهنگی و بازار
۱۵۵	۵. منطق حمایت دولتی
۱۵۹	۶. اقتصاد و اجرای سیاست
۱۶۲	۷. نتیجه گیری: برنامه‌ای برای آینده

فصل پنجم: هنر در اقتصاد جدید

۱۶۷	۱. مقدمه
۱۶۹	۲. نوآوری فنی و تأثیرات آن بر هنرها
۱۶۹	۱.۲. آفرینش‌های هنری و «هنر مدرن»
۱۷۲	۲.۲. انتشار
۱۷۲	۱.۲.۲. در دسترس بودن هنرها برای مصرف‌کنندگان
۱۷۴	۳.۲. محصولات هنری در تجارت بین‌المللی
۱۷۵	۳.۲. حفاظت
۱۷۷	۴.۲. مشترکات تأمین‌کنندگان و بیماری هزینه
۱۷۸	۳. مسائل مربوط به قیمت گذاری هنر در اقتصاد جدید
۱۷۹	۱.۳. هزینه‌های مکرر، غیر قابل‌مسا (از دست‌رفته) و مسائل قیمت‌گذاری
۱۸۳	۲.۳. قیمت‌گذاری تحت قانون بی‌برائت و پاداش فعالیت خلاق
۱۸۷	۳.۳. قیمت‌گذاری مؤلفه‌های غیر قابل‌مسا
۱۸۹	۴. دیگر مسائلی که رسانه‌های جمعی در ایجاد آن‌ها نقش دارند
۱۸۹	۱.۴. سوپرستارها
۱۹۰	۲.۴. محدودیت‌های ناتوبه در مکان‌های اجرا
۱۹۲	۵. نتیجه‌گیری

فصل ششم: حراجی‌های هنر

۱۹۵	۱. مقدمه
۱۹۸	۱.۱. مکانیزم مزایده‌های هنری
۲۰۰	۲. قیمت هنر
۲۰۱	۱.۲. شاخص‌های قیمت هنر
۲۱۳	۱.۱.۲. هنر به عنوان زمینه سرمایه‌گذاری
۲۱۷	۲.۱.۲. تأثیر شاهکارهای هنری
۲۲۰	۲.۲. چرخه حیات یک هنرمند
۲۲۱	۳.۲. قانون تک قیمتی
۲۲۴	۳. مکانیزم مزایده و قیمت هنر
۲۲۴	۱.۳. رقابت (یا تبانی) میان خانه‌های مزایده
۲۲۸	۲.۳. نقش کارشناسان در برآوردها
۲۳۱	۳.۳. آیا شواهدی دال بر این وجود دارد که نقاشی‌هایی «سوخته‌اند» وجود دارد؟

۲۴۴	۴.۳. نرخ فروش و قیمت پایه
۲۴۷	۵.۳. چرا قیمت‌های پایه را محرمانه نگاه می‌دارند؟
۲۴۰	۶.۳. نابهنجاری قیمت نزول
۲۴۳	۴. نتیجه‌گیری
۲۴۴	پیوست مقاله

فصل هفتم: سرمایه انسانی و بازارهای کار هنرمندان

۲۵۰	۱. مقدمه
۲۵۱	۲. نظریه سرمایه انسانی
۲۵۱	۱.۱. نظریه پایه
۲۵۵	۲. مدل‌های طبقه‌بندی
۲۵۷	۱. توابع درآمد
۲۵۷	۱.۳. خمین
۲۶۰	۲.۳. توابع درآمد هنرمندان
۲۶۳	۳.۳. ابعاد روش‌شناسی
۲۶۵	۴. سوپرستارها؛ استعداد و خلایت
۲۶۹	۵. آموزش هنرمندان و انتخاب شعر
۲۶۹	۱.۵. درآمد قابل انتظار
۲۷۲	۲.۵. نقش آموزش
۲۷۲	۱.۲.۵. محتوای آموزش
۲۷۴	۲.۲.۵. مدرک تحصیلی در بازارهای کار هنر
۲۷۴	۳.۲.۵. انتظارات دانشجویان
۲۷۶	۳.۵. آیا مدل سرمایه انسانی توضیحی راجع به تصمیمات آموزشی هنرمندان دارد؟
۲۷۹	۶. سرمایه انسانی، اجتماعی، فرهنگی و پیامدهای آن‌ها برای آموزش هنرمندان
۲۸۵	۷. نظریه سرمایه انسانی، قانون کمی‌رایت و تکثیر
۲۸۹	۸. نتیجه‌گیری

فصل هشتم: سازمان صنایع هنر و سرگرمی

۲۹۳	۱. مقدمه: سازمان‌ها و قراردادهای در صنایع خلاق
۲۹۸	۲. کالاهای خلاق ساده
۲۹۸	۱.۲. عرضه و بازده در سرمایه‌گذاری
۳۰۰	۲.۲. سازماندهی عرضه کالاهای خلاق
۳۰۳	۳.۲. رواج قراردادهای اختیاری
۳۰۷	۴.۲. کارگزاران و هماهنگ‌کنندگان بازار
۳۱۰	۵.۲. کارگزاران و میانجی‌گری
۳۱۴	۶.۲. سازمان داخلی شرکت‌های کنترل‌کننده
۳۱۶	۳. ساختارها و قراردادهای در صنایع خلاق پیچیده

۳۱۷	۱.۳. یکپارچگی و از هم پاشیدگی
۳۲۱	۲.۲. قراردادهای کالاهای خلاق بیجیده
۳۲۳	۳.۲. استعدادهای عمومی تفکیک شده
۳۲۴	۴.۲. توزیع کالاهای خلاق بیجیده
۳۲۷	۵.۳. ساختار صنایع خلاق
۳۳۰	۶.۳. شرکت‌های چند فعالیتی در صنایع خلاق
۳۳۴	۴. نقش سرمایه‌گذاری‌های غیرانتفاعی
۳۳۴	۱.۴. سازمان‌های غیرانتفاعی و حکومتی در صنایع خلاق
۳۳۶	۲.۴. قیمت‌گذاری دو بخشی در عمل: سازمان‌های غیرانتفاعی حمایت‌کننده
۳۳۸	۵. نتیجه‌گیری
۳۴۱	فصل نهم: کپی‌رایت، هنر و اینترنت: مواهب تقریب شده؟
۳۴۴	۱. مقدمه
۳۴۸	۲. مثال‌آمیز برای نرم‌افزارها
۳۵۶	۳. بازاری برای آثار هنری
۳۵۹	۱.۳. تصاحب‌پذیر: قابلیت
۳۶۲	۲.۳. تصاحب‌پذیر: قدرت بازار
۳۶۷	۴. نتیجه‌گیری
۳۷۱	فصل دهم: تحلیل اقتصادی قوانین هنر
۳۷۳	۱. مقدمه
۳۷۵	۲. قانون کپی‌رایت و موضوعات مربوط به علایم تجاری
۳۷۵	۱.۲. اصول اساسی در اقتصاد کپی‌رایت
۳۷۸	۲.۲. حمایت قانون کپی‌رایت از هنرهای تجسمی
۳۸۰	۳.۲. هنر اقتباسی
۳۸۳	۱.۳.۲. ایجاد نسخه‌های متعدد
۳۸۴	۳.۲. اقتباس از چند منبع
۳۸۵	۳.۳.۲. ساخت مجسمه‌ها از یک منبع دارای کپی‌رایت
۳۸۷	۴.۳.۲. - اقتباس از اثر گذشته خود فرد
۳۸۸	۴.۲. کدام اقتباس از اثر هنری غیرقانونی است؟
۳۸۹	۵.۲. اقتباس از سبک و علامت تجاری یک اثر
۳۹۲	۳. حقوق اخلاقی
۳۹۳	۱.۳. اساس نامه
۳۹۶	۲.۳. اقتصاد حقوق اخلاقی
۳۹۸	۳.۳. مثال‌هایی در این زمینه
۴۰۴	۴. حق امتیازهای فروش مجدد
۴۰۶	۵. حل مناقشات بر سر مالکیت آثار هنری

۴۰۶	۱.۵. درآمد بحث
۴۰۸	۲.۵. مناقشات
۴۱۳	۳.۵. مثال‌ها و نمونه‌ها
۴۱۶	۶. بازار هنر: قرارداد و موضوعات مربوط به اعتبار
۴۱۶	۱.۶. درآمد بحث
۴۱۸	۲.۶. اعتبار اثر هنری و قانون
۴۲۴	۷. موضوعات مربوط به دارایی‌ها
۴۲۴	۱.۷. درآمد بحث
۴۲۴	۲.۷. ارزیابی دارایی‌ها
۴۳۱	۳.۷. مدیریت دارایی: دکترین سای پرس و انحراف اجرایی

۴۳۵	مجله یازدهم: گنجینه‌های آثار هنری: مورد نقاشی‌ها و آثار چاپی
۴۳۷	۱. مقدمه
۴۳۹	۲. بدل از گنجینه و حباب‌های مجدد: تعاریف و مرزها
۴۳۹	۱.۲. گنجینه‌ها: سه‌خانه جعلی
۴۴۱	۲.۲. گنجینه‌ها: نسخه‌های اصلی
۴۴۳	۳.۲. گنجینه‌ها و چاپ‌های مجسمه
۴۴۵	۳. هنرمندان و حامیان آن‌ها
۴۴۷	۱.۳. تقاضا برای گنجینه‌ها
۴۴۹	۲.۳. تغییر موقعیت گنجینه‌ها
۴۵۰	۴. بازار نسخه‌های چاپی
۴۵۴	۵. بازار نقاشی‌ها
۴۶۱	۶. گنجینه‌ها و تاریخ نگاران هنر: علاقه‌مندی دوباره؟
۴۶۵	۷. تنظیم بازار برای گنجینه‌ها
۴۶۶	۱.۷. چارچوب نظارتی نابایدار موزه‌ها: بررسی موزه لوور
۴۶۷	۲.۷. تعریف حقوقی اصالت
۴۷۱	۳.۷. حوزه عمومی و غیر عمومی
۴۷۲	۴.۷. گنجینه‌ها به عنوان کالاهای انحصاری
۴۷۴	۸. توضیحات پایانی
۴۷۶	پیموست: گنجینه‌ها و نسخه‌های اصلی فروخته‌شده در خانه‌های حراج هنر

۴۷۹	فصل دوازدهم: میراث فرهنگی
۴۸۱	۱. مقدمه
۴۸۳	۲. میراث به عنوان دارایی سرمایه‌ای
۴۸۶	۳. سرمایه فرهنگی، سرمایه طبیعی و پایداری
۴۸۶	۱.۳. سرمایه طبیعی و فرهنگی: برخی همانندی‌ها
۴۸۸	۲.۳. پارادایم‌های توسعه پایدار

۴۹۰	۳.۳. بایرداری سرمایه فرهنگی
۴۹۶	۴. شیوه‌های ارزیابی سرمایه‌گذاری برای پروژه‌های میراث فرهنگی
۴۹۶	۱.۴. تحلیل‌های هزینه - فایده اعمال شده در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با میراث
۴۹۷	۲.۴. تخمین منافع غیربازاری میراث
۵۰۱	۳.۴. تحلیل هزینه - فایده و ارزش فرهنگی
۵۰۳	۵. مداخله‌های عمومی در بازارهای میراث
۵۰۷	۶- رویکرد انتخاب عمومی برای تصمیم‌گیری میراث
۵۱۲	۷. تفویض اختیارات در شکل‌گیری و اجرای سیاست‌گذاری میراث
۵۱۲	۱.۷. مزایا و معایب تفویض اختیارات
۵۱۵	۲.۷. موضوعات عملی
۵۱۷	۳.۷. خلاصه
۵۱۸	۸. بخش‌های خصوصی
۵۱۸	۱.۱. تأثیرات تورانی
۵۱۹	۲.۸. بیداری امور مالی میراث
۵۲۲	۳.۸. نوع‌درستی میراث فرهنگی
۵۲۳	۹. نتیجه‌گیری

۵۲۵	فصل سیزده: فرهنگ در توسعه شهری و منطقه‌ای
۵۲۷	۱. مقدمه
۵۲۷	۱.۱. ارتباط بین توسعه اقتصادی و فرهنگ
۵۳۰	۲.۱. مفاهیم فرهنگ منطقه‌ای و توسعه منطقه‌ای
۵۳۴	۲. چگونه هنر و فرهنگ می‌تواند مولد توسعه شهری منطقه‌ای باشد؟
۵۳۴	۱.۲. اثرات کوتاه‌مدت
۵۳۵	۱.۱.۲. اندازه‌گیری اثرات هزینه‌ای کوتاه‌مدت: مطالعات اثر اقتصادی
۵۳۷	۲.۱.۲. کاربرد ۱: اثر یک رویداد یا نهاد
۵۴۰	۳.۱.۲. کاربرد ۲: تأثیر هنر بر یک شهر، یک شهرداری یا یک منطقه
۵۴۳	۴.۱.۲. نقش توریسم
۵۴۵	۵.۱.۲. ارزیابی و نقد
۵۴۹	۲.۲. اثرات بلندمدت
۵۴۹	۱.۲.۲. انتخاب مکان
۵۵۲	۲.۲.۲. ارزش‌های آموزشی و اخلاقی
۵۵۳	۳.۲. برنامه‌ریزی فرهنگی و شهری
۵۵۵	۳. چگونه رشد اقتصادی منطقه‌ای بر توسعه بخش فرهنگی تأثیر می‌گذارد؟
۵۵۶	۱.۳. قیمت‌های بازار و ارزش‌های غیربازاری
۵۵۸	۲.۳. تقاضا برای کالاهای فرهنگی
۵۵۸	۱.۲.۳. رفتار تقاضای قابل مشاهده
۵۶۱	۲.۲.۳. تقاضای غیربازاری

۵۶۸	۳.۳. عرضه کالاهای فرهنگی
۵۶۸	۱.۳.۳. فرایند تولید در هنر
۵۶۹	۲.۳.۳. بیماری هزینه بامول
۵۷۲	۳.۳.۳. نوآوری، جهانی‌شدن و تغییرات فرهنگی
۵۷۳	۴.۳.۳. تجارت
۵۷۵	۴.۳. توسعه و حمایت عمومی از هنر
۵۷۶	۵.۳. ارزیابی: تأثیر توسعه بر فرهنگ
۵۷۸	۴. مکان صنایع هنری و فرهنگی
۵۷۸	۱.۴. تعریف صنایع فرهنگی
۵۸۰	۲.۴. صرفه‌های ناشی از تجمع و مکان هنری و فرهنگی
۵۸۰	۱.۲.۴. نزدیکی به بازار
۵۸۱	۲.۲.۴. صرفه‌های ناشی از مقیاس و قلمرو در تولید
۵۸۲	۳.۲.۴. بازارهای نهاد
۵۸۴	۴.۳.۴. سرانجام خلاقیت و مکان هنرمندان
۵۸۵	۳.۴. روش‌های توسعه
۵۸۶	۵. نکات بایانی: توسعه فرهنگی و اقتصادی منطقه‌ای؛ یک همزمانی پیچیده
۵۹۱	فصل چهارده: ناحیه‌های فرهنگی و نه‌ش آن‌ها در توسعه
۵۹۳	۱. مقدمه
۵۹۵	۲. نظریه ناحیه‌های فرهنگی
۵۹۵	۱.۲. صنایع بومی‌شده مارشالی و رشد اقتصادی درون‌زا
۵۹۸	۲.۲. کالاهای فرهنگ‌مبنا به عنوان کالاهایی با طبعت عمومی
۶۰۰	۳. ناحیه‌های فرهنگی صنعتی و شاخه‌های آن
۶۰۰	۱.۳. در نظریه
۶۰۳	۲.۳. در عمل: مجموعه سینمایی لس‌آنجلس
۶۰۵	۳.۳. در عمل: ناحیه سفالگری کالتاگرونه (سیسیل)
۶۰۶	۴. ناحیه‌های فرهنگی نهادینه
۶۰۷	۴.۱. تنظیمات نهادی: حقوق مالکیت معنوی جمعی
۶۰۹	۴.۲. مدل‌سازی رفتار در استقرار حقوق مالکیت معنوی جمعی
۶۱۳	۳.۴. ناحیه فرهنگی نهادی: مورد لانگه، بیدمونت
۶۱۴	۵. دیدگاه‌های سیاست‌گذاری ناحیه‌های فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه
۶۱۷	۶. نتیجه‌گیری
۶۱۹	فهرست منابع

پیش‌گفتار

تاکنون آثار کمی در خصوص اقتصاد هنر در ایران منتشر شده است. به منابع محدودی مانند کتاب اقتصاد فرهنگ و هنر ایران نوشته میثم موسایی (۱۳۷۹) و اقتصاد موسیقی نوشته محمدرضا آزاده‌فر (۱۳۹۰) و معدود کتاب‌های ترجمه شده از آنتی پیکاک (۱۳۷۶)، ویکتور گینزبرگ (۱۳۷۹)، دیوید تراسبی (۱۳۸۹) و الکه یونگ (۱۳۹۰) می‌توان اشاره کرد. اگرچه این منابع، با ارزش و کارا هستند اما این تعداد کم، حکایت از فقدان پشتوانه نظری برای تحقیقات تجربی در اقتصاد فرهنگ و هنر ایران دارد. هدف اصلی این مجموعه نیز ارائه منبعی تازه برای محققان اقتصاد هنر در ایران است. اگرچه همه مقالات ترجمه شده با مقتضیات هنر و فرهنگ ایران انطباق ندارد، اما دیدگاه نظری و تحلیل تازه‌ای را در مطالعه اقتصادی فرهنگ و هنر پیشنهاد می‌دهند. در ادامه، ابتدا مروری بر رویکردهای کلی در اقتصاد هنر خواهیم داشت، سپس سیاست‌های اقتصاد فرهنگ و هنر در ایران را مطالعه می‌کنیم و در نهایت به ساختار کلی کتاب می‌پردازیم.

الگوهای کشورهای سرمایه‌داری از فرهنگ و هنر اغلب بر پایه سرمایه و فایده بنا شده است؛ یعنی تولید فرهنگی، محصول‌های فرهنگی و یا سفارش‌های فرهنگی حول محور افزایش سرمایه معنا پیدا می‌کند. در غرب، جهت‌گیری‌های اجتماعی، فرهنگی و ارزشی توسط شرکت‌های بزرگ اقتصادی معنا می‌شوند و باید‌ها و نبایدها بر پایه محاسبه‌های اقتصادی تعریف شده‌اند؛ اقتصاد فرهنگ نیز به پردازش و تحلیل سفارش‌هایی می‌پردازد که از حوزه اقتصاد درخواست شده است (صالحی امیری، ۱۳۸۷). بنابراین با توجه به تفاوت‌های ارزشی میان کشور ایران و کشورهای سرمایه‌داری غرب باید گفت: **اولین مسأله** در سیاست‌گذاری اقتصاد هنر ایران این است که اقتصاد به رونق کدام فرهنگ و هنر می‌پردازد؟

دومین مسأله در سیاست‌گذاری اقتصاد فرهنگ ایران به ساختار اقتصادی کشور مربوط است. با توجه به اقتصاد مبتنی بر مکتور و سهم عمده دولت در سرمایه‌گذاری‌ها و فقدان انباشت سرمایه کافی در حوزه خصوصی، مواز این انتظار وجود دارد که دولت مهم‌ترین سرمایه‌گذار در حوزه فرهنگ و هنر باشد؛ تلقی نادرست از این امر آن است که دولت بزرگ‌ترین خریدار و مصرف‌کننده محصولات فرهنگی و هنری، مانند به عنوان مثال نقاشان انتظار دارند که دولت سالانه به خرید تابلوهای نقاشی اقدام کند و ناشران نیز انتظار دارند که دولت سالانه به خرید عمده کتاب بپردازد؛ همچنین دیگر تولیدکنندگان محصولات فرهنگی نیز انتظار دارند دولت با توزیع بین خرید محصولات فرهنگی به ارائه یارانه‌های فرهنگی در بخش مصرف اقدام کند. مجموعه این اقدامات بر متولی بودن دولت در بخش فرهنگ و هنر تأکید دارند. با این حال برخی دیگر، اقدامات دولت در رونق بخشی به اقتصاد فرهنگ را راهی برای کنترل و نظارت بر محصولات تولید شده و گسترش هژمونی فرهنگ رسمی می‌دانند.

در برنامه‌ریزی دولتی دو شیوه مستقیم و غیر مستقیم برای ورود دولت در حوزه اقتصاد فرهنگ وجود دارد. شیوه مستقیم مبتنی بر سرمایه‌گذاری در تولید و خرید آثار فرهنگی و مهم‌تر از آن اعطای یارانه‌های فرهنگی است. شیوه غیرمستقیم، اغلب رویکردهای حمایتی دارد مانند اعطای تسهیلات بانکی و ایجاد معافیت‌های مالیاتی و گمرکی. همان‌گونه که گفته شد با توجه به سهم عمده دولت در اقتصاد ایران، تصدی‌گری دولت در بخش فرهنگ نیز زیاد است و مهم‌ترین سازوکار برای برنامه‌ریزی دولتی در رونق بخشی به اقتصاد فرهنگ پرداخت یارانه‌ها

است. با این حال این پرسش مطرح است که آیا با پرداخت یارانه، هدف‌های دولت محقق می‌شود؟ پاسخ منطقی به این پرسش در گرو مقایسه وضعیت جامعه پیش و پس از پرداخت یارانه (به فرض ثابت ماندن سایر شرایط) طی مطالعه‌ای تجربی است. به عبارت دیگر، ضروری است مجموع هزینه‌ها و فایده‌های پرداخت یارانه شناسایی و برآورد شده، خالص رفاه اجتماعی محاسبه گردد. اما همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، در ایران داده‌های لازم برای چنین مطالعه‌ای وجود ندارد و تلاش چندانی در حوزه برآورد هزینه و فایده‌های اختصاص دادن یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری صورت نگرفته است. اما این مشکل مانع از آن نیست که دست‌کم، نظریه مربوط به پی‌آمدهای منفی پرداخت یارانه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی و هنری را مطرح نکنیم. این نظریه، در مقابل، نظریه هنجاری پرداخت یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری، هزینه‌های اجتماعی سیاست مذکور را تبیین می‌کند و زمینه مطرح شدن و به کارگیری ابزارهای کارتر و اثربخش‌تر جهت حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری را فراهم می‌آورد. برخی هزینه‌ها و انتقادهای وارد بر سیاست پرداخت یارانه‌ها عبارت است از: الف) هزینه‌های اداری توزیع یارانه؛ ب) وقوع رانت‌جویی؛ ج) کسب درآمدهای بادآورده؛ در هنگام وضع یارانه‌های تولیدی؛ ج) توزیع نابرابر منافع یارانه‌های تخصیص یافته؛ د) ر جامعه؛ در واقع امکان افزایش دسترسی طبقات کم‌درآمد به کالاهای فرهنگی و هنری یکی از هدف‌های اختصاص یارانه به تولید یا مصرف این کالاها در جامعه است، با این حال مکانیزم اعطای یارانه هیچ تضمینی برای توزیع برابر و عادلانه را در بر ندارد؛ د) پی‌آمدهای غیراقتصادی اعطای یارانه به تولیدات فرهنگی و هنری که بیشتر به ابعاد فرهنگی مربوط است مانند گسترده شدن تجارت دولت و غلبه هژمونیک فرهنگ رسمی بر خلاقیت‌های هنری و محصولات فرهنگی؛ ه) ...

بنابراین در سیاست‌گذاری اقتصاد فرهنگ ایران باید؛ در گام اول، به شناسایی الگوها و مدل‌های تخصیص یارانه‌های فرهنگی پرداخت و مدل‌های راهبردی مناسب ارائه داد. در گام دوم، برای سیاست‌گذاری اقتصاد فرهنگ باید به مطالعه مشکلات و مسائل جاری پرداخت؛ مسائلی همچون بحران اشتغال در بخش فرهنگ، مشکلات اعطای تسهیلات بانکی به بنگاه‌های فرهنگی، ابهام در ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری کالاهای فرهنگی و هنری، که رفع آن‌ها موجب جلب اعتماد برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی خواهد شد.

یکی دیگر از مسائل و مشکلات اقتصاد فرهنگ و هنر در ایران، فقدان نهادهای متولی و برنامه‌ریز در این زمینه است. با توجه به سهم کم اقتصاد کالاهای فرهنگی و هنری، نهادهای اقتصادی خود را چندان ملزم به برنامه‌ریزی در آن نمی‌دانند و تنها برخی از نهادهای فرهنگی به این امر می‌پردازند. مهم‌ترین سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در بخش فرهنگ طی سال‌های اخیر، در شورای عالی انقلاب فرهنگی و کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی طراحی شده است. این سیاست‌ها به ویژه طی برنامه سوم و چهارم توسعه به تصویب رسید؛ اگرچه اجرای بسیاری از این سیاست‌ها محقق نشد.

شورای عالی انقلاب فرهنگی، در مقطعی به راهکارهای رونق‌بخشی اقتصاد فرهنگ و هنر پرداخته است. در جلسه شماره ۴۳۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی (مورخ ۱۳۷۸/۰۱/۲۳) اهداف، سیاست‌های کلی فرهنگی برنامه‌ی سوم توسعه کشور برای تقویت بنیه مادی و رونق اقتصاد فرهنگ به شرح زیر تصویب گردید: ۱- وضع یا اصلاح قوانین مربوط به حوزه تولید و توزیع آثار و خدمات فرهنگی، ۲- زمینه‌سازی، ایجاد تسهیلات و حمایت از صادرات محصولات فرهنگی در بازارهای جهانی، ۳- توسعه صنعت ایران‌گردی و جهانگردی از طریق تبیین و تدوین الگوی متناسب با ارزش‌های نظام و انقلاب اسلامی و رفع موانع و مشکلات موجود و معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران در سطح بین‌الملل خصوصاً جاذبه‌های معنوی و اسلامی در سطح بین‌الملل و جهان، ۴- تدوین راهبرد و تعیین جایگاه صنایع فرهنگی و فن‌آوری مرتبط با فرهنگ در توسعه صنعت کشور و تشویق سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی حوزه فرهنگ، ۵- ایجاد مؤسسه‌های اعتباری به منظور حمایت از تولید و عرضه آثار و خدمات فرهنگی و استمرار پرداخت یارانه‌های بخش فرهنگ، ۶- تبیین و ترویج فرهنگ مسئولیت‌پذیری خانواده‌ها در تأمین نیازهای فرهنگی و تدوین شیوه‌های افزایش سهم مصرف فرهنگی در کل هزینه‌های خانوار.

از دیگر مصوبات مهم شورای عالی انقلاب فرهنگی در رونق بخشی اقتصاد فرهنگ و هنر، باید به مصوبه جلسه ۵۳۱ (مورخ ۱۳۸۲/۱۰/۹) اشاره کرد. در این مصوبه سیاست‌های حمایت از اشتغال هنرمندان به تصویب رسید و به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور (شهرداری‌ها) و سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان میراث فرهنگی و فرهنگستان هنر تأکید

گردید تا ظرف مدت کوتاهی (حداکثر یک سال) طرح‌ها و برنامه‌های اجرایی شدن مصوبات را به شورای هنر (شورای عالی انقلاب فرهنگی) ارائه دهند.

در برنامه‌ی چهارم توسعه (فصل نهم)، مبحث اقتصاد فرهنگ به طور ویژه‌ای مورد توجه قرار گرفت. همچنین برای اجرایی‌شدن اهداف توسعه فرهنگ در برنامه‌ی چهارم توسعه، هیأت وزیران به تصویب اسنادی پرداخت که طی آن دستگاه‌های اجرایی را مکلف به تهیه طرح، آیین‌نامه، لایحه و دستورالعمل می‌کرد. مرکز پژوهش‌های مجلس طی گزارشی به ارزیابی اجرایی‌شدن بندهای ماده ۱۰۴ برنامه چهارم پرداخت (غلامپور آهنگر، ۱۳۸۸) که به شرح زیر بود:

۱. ساماندهی نظام تدوین اعتبارات بخش فرهنگ و هنر متناسب با رشد تولید، مصرف و تقاضای بازار (اقدام مشخصی انجام نگرفته)،
۲. تهیه و اجرای تقویت تعامل میان تولیدکنندگان صنعتی و خدماتی و هنرمدان و طراحان (در دست اقدام)،
۳. تهیه و اجرای صندوق ضمانت و تشویق صادرات آثار هنری و هنری (در دست اقدام)،
۴. ساماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ با رویکرد پرداخت یارانه از تولید به مصرف (نامشخص)،
۵. تهیه و اجرای بیمه تضمینی تولیدات، آثار و خدمات فرهنگی و هنری (نامشخص)،
۶. تدوین و اجرای طرح بهره‌مندی اشخاص حقیقی و حقوقی از تسهیلات ویژه برای توسعه‌ی صنایع بخش فرهنگ (در دست اقدام)،
۷. تهیه و اجرای طرح جامع توسعه صادرات کالاهای فرهنگی و هنری با رویکرد حمایت از فعالیت‌های بازاریابی، معرفی و ترسیم طرح‌های تهیه نشده)،
۸. بازنگری و اصلاح قوانین جهت روان‌سازی و تسهیل امور فعالان حوزه فرهنگ، کاهش یا حذف مقررات و قوانین و آیین‌نامه‌های مزاحم (نامشخص)،
۹. حمایت از توسعه گسترش بنگاه‌های اقتصادی (تعاونی) بخش فرهنگ (در دست اقدام)،
۱۰. طرح خرید آسان‌سازی فرهنگی، هنری، سینمایی و مطبوعاتی از نیم درصد (۰/۵٪) اعتبارات دستگاه‌های دولتی (متوقف شده و نامشخص)،
۱۱. تهیه لایحه شغلی و پوشش بیکاری اصحاب فرهنگ (در دست اقدام و در بخش‌هایی به اجرا درآمده)،
۱۲. تهیه آیین‌نامه نحوه تخصیص یک درصد (۱٪) از اعتبارات احداث بناها و ساختمان‌های کلیه دستگاه‌های اجرایی برای طراحی، ساخت، نصب و نمایش آثار هنری (در دست اقدام)؛
۱۳. حمایت از تأسیس موزه‌های خصوصی (نامشخص).

گزارش‌ها نشان می‌دهد بسیاری از مصوبات به مرحله تنظیم آیین‌نامه و سازوکار اجرایی شدن نرسیدند و طرح‌های رونق‌بخشی به اقتصاد فرهنگ در برنامه توسعه چهارم، در حد طرح و ایده باقی ماندند.

در برنامه‌ی پنجم توسعه به طور مشخص، به بحث اقتصاد فرهنگ پرداخته نشده است؛ علت اصلی این است که شیوه سیاست‌گذاری و برنامه‌نویسی در این دوره تغییر اساسی کرد؛ تنها نکته قابل توجه در برنامه پنجم توسعه، که می‌تواند به ارتباط بیشتر فرهنگ و صنعت منجر گردد، «آکید بر لزوم ارائه «پیوست فرهنگی» برای طرح‌های مهم اقتصادی و صنعتی است (دوره ۲ در برنامه پنجم). پیوست فرهنگی یک راهکار عملیاتی، برای همه طرح‌های صنعتی، عمران و در بخش اقتصادی است که طی آن باید در کنار برنامه و نقشه اجرایی هر طرح ملی و منطقه‌ای، برنامه پیوست فرهنگی آن هم تدوین و ضمیمه شود؛ برای مثال، در هر منطقه از ایران که قرار است صنایعی ایجاد شود، لازم است پیامدها و بازخوردهای فرهنگی آن هم بررسی، کارشناسی و لحاظ شود. پیامد این طرح برای توسعه اقتصاد فرهنگ این است که، موجب افزایش توجه‌های پژوهشی و آموزشی به صورت غیر متمرکز خواهد شد. با برنامه‌ریزی صحیح می‌توان، رمایه‌های وارد شده به بخش فرهنگ از طرح‌های ملی را به چرخه تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی در منطقه اجرایی طرح‌ها (مانند طرح ملی نفت و گاز در جنوب، طرح ملی معادن در مرکز کشور و ...) تبدیل کرد.

در پایان باید گفت تاکنون دولت‌ها سیاست‌ها و برنامه‌های متعددی را برای رونق‌بخشی به اقتصاد فرهنگ و هنر دنبال کرده‌اند. برنامه‌هایی مانند طرح تعاونی‌های فرهنگی، طرح برنامه جامع اشتغال در حوزه فرهنگ، طرح اعطای تسهیلات بانکی به مشاغل فرهنگی، طرح معافیت‌های مالیاتی بخش فرهنگ، طرح صندوق حمایت از نویسندگان، روزنامه‌نگاران و هنرمندان (مریدی و تقی‌زادگان، ۱۳۸۹). اما دلایل ناکارآمدی آن‌ها را باید ریشه‌ای‌تر دنبال کرد. این کار مستلزم دانش نظری و مطالعات دقیق‌تری است تا مکانیزم‌های رونق‌بخشی به اقتصاد فرهنگ و هنر کارشناسانه‌تر پیشنهاد و اجرا گردد.

۳- ساختار کتاب

کتاب حاضر منتخبی از مجموعه مقالات «اقتصاد هنر و فرهنگ» است که زیر نظر گینزبرگ و تراسبی منتشر شده است. بدیهی است که همه فصل‌های این مجموعه با شرایط اقتصادی فرهنگ و هنر ایران هم‌خوانی نداشت؛ لذا فصل‌هایی انتخاب شد که به لحاظ نظری تعریف خوب و منسجمی از اقتصاد هنر و فرهنگ ارائه دهند، همچنین به لحاظ تجربی مدل‌های آزمون‌شدنی و قابل انطباق با شرایط ایران داشته باشند.

مقالات اگرچه در یک مجموعه گرد آمده‌اند اما مباحث هر یک مستقل است؛ برای یک‌دست‌سازی و ساده‌سازی مقالات، برخی پاورقی‌ها توسط مترجم (م) یا ویراستار (و) به متن افزوده شد و البته برخی پاورقی‌ها که به منابعی دور از دسترس برای مخاطب فارسی اشاره داشت حذف گردید. همچنین به منظور ساده‌سازی مباحث پیچیده و مطالعه روان‌تر مقالات توسط دانشجویان غیر رشته‌های اقتصاد، مانند رشته‌های پژوهش هنر و مدیریت فرهنگی، برخی بخش‌ها سیرات در متن داده شد و نکاتی افزوده یا کوتاه گردید.

فصل اول به «تعریف کالاهای فرهنگی و هنری» می‌پردازد و تمایز ارزش‌های اقتصادی و غیراقتصادی را روشن‌تر می‌کند. این مقاله سبک‌سال می‌کند که خلاقیت به عنوان مفهومی اصلی، نه تنها در تولید کالاهای هنری بلکه حتی در مصرف کالاهای هنری است. این مقاله در جستجوی ارزش ذاتی آثار هنری است و از دیدگاه‌های مختلف اقتصادی و انسان‌شناختی به آن می‌پردازد.

فصل دوم به «هنر و فرهنگ در تاریخ تفکر اقتصادی» می‌پردازد؛ در این مقاله تعاریف مختلف فرهنگ و هنر را از دید متفکران اقتصادی قرن هفده تا دوران مارن مانند مندویل و گالیانی، هوم، تارگوت، اسمیت، بنتام و کینز مرور می‌کند. اگرچه در بیشتر این دیدگاه‌ها، هنر به عنوان مد یا ارزش‌های تمایزجویانه اشرافی یا سرگرمی فاسد ثروتمندان تلقی می‌شد با این حال برخی از آن‌ها تأثیرات پیچیده هنر را در جامعه درک کرده و سیاست هنر را در میان انواع سیاست‌های موجود در رتبه بالاتری قرار داده‌اند. مرور تاریخی در اقتصاد هنر ریشه‌های مفاهیم امروزی را روشن‌تر می‌سازد.

فصل سوم به نام «فرهنگ و توسعه اقتصادی» با ذکر این نکته شروع می‌شود که فرهنگ به عنوان جزئی از توسعه اقتصادی، در اقتصاد توسعه کشورهای جهان سوم نادیده گرفته شده است. اغلب نویسندگان به فرهنگ، همچون مانعی برای توسعه نگریسته یا حتی آن را نادیده انگاشته‌اند؛ البته اخیراً تغییری در این تفکر روی داده است. همچنین این فصل به تأثیرات فراگیر جهانی شدن بر اقتصاد و فرهنگ جهان می‌پردازد و این امکان را که یکپارچگی جهانی به عدم یکپارچگی ملی منتهی می‌گردد را مورد بحث قرار می‌دهد. در نهایت به نقش گردشگری به عنوان یک نیروی مهم اقتصادی و فرهنگی در کشورهای در حال توسعه می‌پردازد.

فصل چهارم به مباحث «هنرها و سیاست اقتصادی» می‌پردازد و احترام به حقوق مصرف‌کننده و نگرش پاریس به تقاضای اجتماعی خدمات فرهنگی را دلیل اصلی ماهیت و اشکال مداخله در عرضه عمومی می‌داند. از جمله چنین خدمات فرهنگی می‌توان به حمایت دولت‌ها از هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی و میراث فرهنگی اشاره کرد. برخی از آن‌ها مانند موزه‌ها و گالری‌ها موقعیت عمومی دارند و خرد می‌بایست برای استفاده از آن‌ها هزینه پرداخت نمایند و بخش‌هایی همچون تئاتر، اپرا، رادیو و تلویزیون و برخی هنرمندان، از دولت حمایت مالی قابل توجهی در قالب کمک هزینه، حمایت مالیاتی دریافت می‌کنند. نکته دیگری که مقاله به آن می‌پردازد، اقدامات خصوصی‌سازی است.

فصل پنجم با عنوان «هنر در اقتصاد جدید» به تغییرات تکنولوژیکی موثر بر هنر جدید می‌پردازد که روش‌های سنتی انتشار و حفاظت از هنرها را به چالش کشیده است. این پیشرفت‌ها و توسعه‌بخشی‌ها مشکلات زیادی را برای حمایت‌های مالی و قیمت‌گذاری آثار هنری ایجاد کرده است. این مقاله به ماهیت اقتصادی پیشرفت‌ها در هنر می‌پردازد و مشکلات ناشی از بیماری هزینه بامول را مطرح می‌کند؛ همچنین بحث کوتاهی را درباره اصول قیمت‌گذاری و تسهیل انتشار آثار هنری در دوران جدید مطرح می‌نماید.

فصل ششم به «حراجی‌ها یا مزایده‌های هنر» و نحوه‌ی عملکرد آن می‌پردازد. این مقاله حول دو موضوع اصلی سازماندهی شده است: موضوع اول: چگونه محققان از قیمت‌های مزایده استفاده کرده‌اند؟ این بحث با بررسی میزان بازدهی سرمایه‌گذاری در

هنر دنبال می‌شود و با این مسأله که آیا مزایده‌های گوناگون به طور سیستماتیک، قیمت‌های مختلفی به دست می‌آورند یا خیر، به پایان می‌رسد. موضوع دوم: تمرکز بر روی مطالعاتی است که تأثیر مکانیزم مزایده را بر قیمت‌ها بررسی می‌کنند. این بحث با بررسی پرونده تبانی قیمت کریستی و سابی و نقش رفتار رقابتی خانه‌های مزایده در تعیین قیمت‌ها شروع می‌شود؛ سپس به نقش متخصصان و تخمین‌های قیمت در مزایده می‌پردازد و در نهایت این پرسش دنبال می‌شود که آیا اقلامی که در مزایده شکست می‌خورند، متعاقباً کمتر از کالاهایی که شکست نخورده‌اند، بازدهی دارند؟ علاوه بر این، در مورد نرخ فروش و قیمت پایه و تبانی در قیمت‌گذاری نیز مباحث مفصلی ارائه شده است.

فصل هفتم به مآله «سرمایه انسانی و بازارهای کار هنرمندان» می‌پردازد. ابتدا این پرسش را دنبال می‌کند که چه عوامل اقتصادی محرک خلاقیت هنرمندان است و چگونه خلاقیت به عنوان بخش از سیستم فرهنگی دولت می‌تواند مورد تشویق قرار گیرد. سپس نشان می‌دهد که سرمایه‌انسان هم‌تراز از نیروی کار، در این جا هنرمند، جدا شود؛ این عامل بر آموزش هنرمند و بازار کار او به‌طور مؤثر است.

فصل هشتم به بحث گسترده‌ای در خصوص «سازمان صنایع هنر و سرگرمی‌ها» می‌پردازد. سازمان صنایع خلاق که هنرها و سرگرمی‌ها را شامل می‌شود، بر پایه انوعی از قراردادهای بنا شده که ویژگی کارهای هنری و تولیدات خلاق را در نظر می‌گیرد. این سازمان‌ها از یک سو توزیع کالاهای خلاق را کنترل کنند و از سوی دیگر مانند «کنترل‌گرها و میانجی‌ها» که جوینده نیوغ‌اند، هنرمندان را یافتن به‌سکلی سودمندانه، به بازار ارائه کنند.

فصل نهم به مسأله نوپدید «کی‌رایت، هنر و اینترنت» می‌پردازد و مطرح می‌کند که فن‌آوری‌های نوین دیجیتال و اینترنت موقعیت هنرمندان و دلالان را در بازار تهدید می‌کند؛ هنرمندان را از آن جهت تهدید می‌کند که فن‌آوری تولید آثار، ممکن است به آسانی در اختیار مردم باشد و استادی و هنرمندی دیگر ویژگی هنر نباشد؛ دلالان را از آن جهت تهدید می‌کند که اجاره و درآمد آن‌ها، وابسته به موانع ورود در بازار توزیع است. البته بالای فن‌آوری‌های نوین در پس این چهره، موامبی نیز دارند؛ چرا که امکان تولید،

توزیع و ظهور آثار هنری جدید را نیز افزایش می‌دهد. با این حال مسأله کپی‌رایت در این موقعیت جدید باید بازنگری و بحث شود.

فصل دهم به «تحلیل اقتصادی قوانین هنر» می‌پردازد. این مقاله به بررسی اقتصادی از برخی موضوعات حقوقی مهم و اثرگذار بر بازار هنر شامل خلاقیت، فروش، ارزیابی، حفاظت و در برخی موارد نابودی آثار هنری می‌پردازد. همچنین قوانین هنر، به ویژه قوانین کشور آمریکا، را مرور می‌کند مانند: قانون کپی‌رایت و مارک‌های تجاری، قوانین اخلاقی (وارا) که دربرگیرنده حقوق هنرمند به منظور ممانعت از ناقص‌سازی و خرابکاری در آثار وی است، حق الامتیازهای فروش مجدد، قوانین ناظر بر اختلافات مالکیت، و اختلافاتی که در خصوص اعتبار آثار هنری وجود داشته و موجب تغییر در ارزش بازاری آثار هنری و نیز ارزش‌گذاری دارایی‌های هنری گردیده است.

فصل یازدهم به بحث «کپی‌رایت آثار هنری» به ویژه وضعیت نقاشی‌ها و موارد چاپی می‌پردازد. این مقاله نشان می‌دهد که درک کپی آثار هنری به عنوان آثار بی‌ارزش و تقلبی در طول زمان توسط حقه‌دانان، فیلسوف‌ها، تاریخ‌نگاران هنر و موزه‌داران تغییر کرده است. امروزه رشد بازار برای کپی‌ها، بخشی از پرسشی بزرگ‌تر درباره مرزهای بین اثر اصلی و کپی آن است. در این مقاله به تحلیل این موضوع پرداخته می‌شود که چگونه هنرمندان، گردآورندگان، حقوق‌دانان، موزه‌داران، تاریخ‌نگاران هنر و فیلسوفان در ارزش‌گذاری بازار هنر، خلق یا همزمان در از بین بردن نسخه کپی و نسخه‌های جعلی شرکت می‌کنند.

فصل دوازدهم به بحث در خصوص «میراث فرهنگی» و تحلیل اقتصادی و سیاست عمومی در این حوزه می‌پردازد. در نظر گرفتن میراث به عنوان سرمایه فرهنگی، توجه‌ها را به جنبه‌های پایدار آن جلب می‌کند و موازی با رفتار سرمایه طبیعی در نظریه اقتصادی، اجازه می‌دهد تا قانون پایداری را برای انباشت سرمایه فرهنگی استنتاج کنیم. در این مقاله راه‌های مداخله دولت‌ها در بازارهای میراث را مورد آزمون قرار می‌دهد و در نهایت، نقش بخش خصوصی در زمینه میراث مورد توجه قرار می‌گیرد.

فصل سیزده به نقش «فرهنگ در توسعه شهری و منطقه‌ای» می‌پردازد. این فصل از نقطه نظر اقتصادی و به شکل نقادانه‌ای، نقش هنر و فرهنگ را در توسعه و رشد شهری و منطقه‌ای ارزیابی می‌کند. این ارزیابی شامل تحلیل اثرات هزینه‌ای کوتاه‌مدت و بلندمدت بر کیفیت مکان و خلاقیت است. همچنین استفاده از هنر و فعالیت‌های فرهنگی به عنوان نقطه کانونی در استراتژی‌های احیای شهری مورد بحث قرار می‌گیرند که شامل نقش توریسم، تقاضای غیربازاری برای هنر و فرهنگ به عنوان عاملی در تمایل محلی برای حمایت از سیاست‌های توسعه شهری و منطقه‌ای و دیگر موارد می‌شود.

فصل چهارده به مسأله مناطق یا «حوزه‌های فرهنگی و نقش آن‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه» می‌پردازد. حوزه‌های فرهنگی مثال خوبی از توسعه اقتصادی بر پایه بنگاه‌های محلی هستند. این فصل، ابتدا به رابطه بین فرهنگ و فرضیه مارشالی درباره ناحیه‌های صنعتی می‌پردازد؛ سپس دو مدل از ناحیه‌های فرهنگی را ارائه می‌دهد: حوزه فرهنگی صنعتی (که بیشتر بر پایه اثرات مثبت خارجی، فرهنگ محلی شده و سنت‌های موجود در هنر و صنایع دستی قرار دارد) و ناحیه فرهنگی نهادی (که بیشتر بر پایه واگذاری حقوق مالکیت و ارزش‌ها و موبلیک قرار دارد). در نهایت مسائل سیاست‌گذاری، با توجه ویژه به کاربرد دو مدل حوزه‌های فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، تحلیل شده‌اند.

۴- تشکر و قدردانی

این کتاب بدون حمایت‌های حوزه هنری خراسان رضوی به انجام نمی‌رسید. از جناب آقای سید جواد رفائی، ریاست حوزه هنری خراسان رضوی و دوست بزرگوارم جناب آقای علی صداقت کریمی برای همکاری‌هایشان بسیار سپاسگزارم. همچنین از همکاران این طرح، خانم مریم لاوی (کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری)، خانم زهرا شریعتی‌فر (کارشناس ارشد مدیریت مالی) و معصومه تقی‌زادگان (دانشجوی دکترای علوم ارتباطات اجتماعی) که با دقت بسیار به ترجمه این مجموعه پرداختند و ویراستاران این مجموعه

خانم مینا عساریان (کارشناس ارشد زبان انگلیسی) و مریم دالایی (کارشناس ارشد اقتصاد هنر) که متن را بازخوانی و اصلاح کردند و آقای مصطفی نعمتی (کارشناس ارشد اقتصاد) که ویراستاری مفاهیم اقتصادی کتاب را انجام دادند و خانم مریم تقی‌زادگان (کارشناس ارشد برنامه‌ریزی گردشگری) که ویراستاری متن فارسی را بر عهده گرفتند، تشکر و قدردانی می‌کنم.

این مجموعه تلاشی برای توسعه ادبیات نظری اقتصاد هنر در ایران است؛ نظرات و پیشنهادات خوانندگان موجب رفع اشکالات خواهد شد و باب گفت‌وگو را در این زمینه باز خواهد کرد. امیدوارم این مجموعه برای محققان و دانشجویان رشته‌های اقتصاد هنر، که به تازگی در دانشگاه‌ها، ایران تأسیس شده، و همچنین دانشجویان رشته‌های پژوهش هنر و اقتصاد که علاقه‌مند به مطالعه بازار هنر هستند، مفید باشد و توسط آن‌ها مطالعات میدانی در اقتصاد هنر ایران توسعه یابد.

محمد رضا مریدی

استادیار دانشگاه هنر تهران

moridi@art.ac.ir