

۱۶۳۰۸۱۳

به نام خداوند جان و خرد

اقتصاد و فرهنگ

مؤلف

افسر افشاری نادری

تهران: ساکو

سرشناسه	۱. افشاری نادری، افسر، ۱۳۳۴ -
عنوان و نام پدیدآور	۲. اقتصاد و فرهنگ / مؤلف افسر افشاری نادری.
مشخصات نشر	تهران، ساکو ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۲۰۶ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۷۹-۰۴۶-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	۱. فیبا
یادداشت	۲. وازنامه.
یادداشت	۳. کتابنامه: ص. [۲۱۲] - ۲۱۶.
موضوع	۴. فرهنگ - جنبه‌های اقتصادی
موضوع	۵. هنر - جنبه‌های اقتصادی
موضوع	۶. کالاهای فرهنگی - صنعت و تجارت
موضوع	۷. رشد اقتصادی - ایران
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۷ الف۶۵/۷ HM۶۲۱
رده‌بندی دیویی	۳۰۶/۳
شماره کتابشناسی ملی	۵۳۵۹۲۸۶



انتشارات ساکو

www.nashresaco.ir

نام کتاب	۱. اقتصاد و فرهنگ
مؤلف	۲. افسر افشاری نادری
تصویر روی جلد	۳. طرح شاهنامه فرش استاد رسام عرب‌زاده است که هم اکنون در بنیاد فرهنگی هنری فرش رسام عرب‌زاده به ثبت ملی رسیده و در معرض نمایش قرار دارد.
ناشر	۴. ساکو
چاپخانه	۵. عطا
سال نشر	۱۳۹۷
نوبت چاپ	اول
شمارگان	۱۰۰۰
قیمت	۲۶۰۰۰ تومان
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۷۹-۰۴۶-۸
ISBN:	978-600-479-046-8

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو است.

دفتر مرکزی: انقلاب، روبروی درب اصلی دانشگاه تهران، فیابان ففر (ازی)،

فیابان و میدان نظری شرقی، پلاک ۶۱، واحد A21

دفتر مرکزی: ۶۶۹۵۶۰۴۸ - ۶۶۹۵۶۰۵۵

مرکز فروش: ۶۶۴۹۰۷۲۵ - ۶۶۴۹۴۵۲۴

فهرست مطالب

عنوان	صفحه	عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۷	منحنی عرضه.....	۴۲
مقدمه.....	۹	نظام قیمت‌ها.....	۴۳
		مفهوم مصرف.....	۴۵
		مطلوبیت و مصرف‌کننده.....	۴۵
		رابطه درآمد و مصرف.....	۴۶
		خودآزمایی.....	۴۸
		بخش نخست: مفاهیم کلی اقتصاد	
		فصل ۱: اقتصاد	
		مفهوم و تعریف اقتصاد.....	۱۶
		ضرورت مطالعه اقتصاد.....	۱۸
		مسائل اساسی اقتصادی.....	۱۸
		اقتصاد فرهنگی هنری.....	۱۹
		هنرمند.....	۲۱
		فعالیت‌های اقتصادی بخش عمومی، خصوصی و دولتی.....	۲۲
		فعالیت‌های اقتصادی بخش عمومی.....	۲۲
		فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی.....	۲۳
		روش‌های واکناری فعالیت اقتصادی دولت به بخش خصوصی.....	۲۶
		راهکارهای پیش روی دولت‌ها در حمایت از بخش خصوصی.....	۲۷
		فعالیت‌های اقتصادی بخش دولتی (در حوزه فرهنگ).....	۲۸
		مالکیت خصوصی و عمومی در بخش فرهنگی.....	۲۹
		خودآزمایی.....	۳۰
		فصل ۲: بازار	
		مفهوم بازار.....	۳۲
		اصطلاح «بازار» از نظر اقتصاددانان.....	۳۳
		انواع بازارها.....	۳۴
		نظارت بر بازارها.....	۳۴
		بازار محصولات فرهنگی.....	۳۵
		بازار هنری.....	۳۶
		بازار صنایع دستی.....	۳۷
		تقاضا.....	۳۹
		قانون تقاضا.....	۳۹
		منحنی تقاضا.....	۴۰
		عرضه.....	۴۱
		قانون عرضه.....	۴۲
		بخش دوم: اقتصاد فرهنگی	
		فصل ۱: نقش فرهنگ و هنر در توسعه اقتصادی	
		مفهوم توسعه.....	۷۴
		ویژگی‌های توسعه.....	۷۶
		نقش فرهنگ و هنر در توسعه.....	۷۷
		نقش زیبایی‌شناسی در توسعه.....	۷۸
		توسعه فرهنگی.....	۸۰
		اهمیت توسعه فرهنگی.....	۸۰

سیاستگذاری‌های رسانه‌های پخش	۱۱۳
اینترنت	۱۱۴
سیاستگذاری‌های مرتبط به بازاریابی آثار هنری	۱۱۴
سیاستگذاری بازاریابی هنر صنایع دستی ایران	۱۱۵
محصول	۱۱۶
قیمت	۱۱۷
مکان	۱۱۸
ترفع	۱۱۹
سرمایه‌گذاری اقتصادی در صنایع فرهنگی و هنری	۱۲۰
سرمایه فرهنگی	۱۲۰
جلب مشارکت در خط مشی فرهنگی به منظور توسعه	
فرهنگی	۱۲۲
خودآزمایی	۱۲۴

فصل ۴: جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی

کالاها و خدمات فرهنگی	۱۲۶
کالاها عمومی	۱۲۶
کالاها خصوصی	۱۲۷
کالا و خدمات فرهنگی	۱۲۸
میراث فرهنگی به عنوان کالاها عمومی	۱۲۸
انواع موزه‌ها	۱۲۹
هزینه‌های موزه‌ها	۱۳۰
تأمین مالی موزه‌ها	۱۳۲
میراث ابنیه	۱۳۲
نظارت بر میراث ابنیه	۱۳۳
دیجیتالی شدن و میراث	۱۳۵
تأثیر دیجیتالی شدن میراث	۱۳۵
صورت‌برداری یونسکو	۱۳۶
میراث معنوی	۱۳۷
خودآزمایی	۱۳۸

فصل ۵: پیامدهای اقتصادی جلوه‌های فرهنگ (هزینه یا درآمد)

اثرات اقتصادی درآمدی فعالیت‌های فرهنگی	۱۴۰
شهر پایدار	۱۴۰
گردشگری فرهنگی	۱۴۱

ایزارهای توسعه فرهنگی	۸۱
مفهوم اقتصاد بدون نفت	۸۱
موانع توسعه در ایران	۸۳
برنامه‌ریزی فرهنگی و هنری برای رسیدن به توسعه	۸۶
خودآزمایی	۸۹

فصل ۲: نقش صنایع فرهنگی و هنری در اقتصاد کشور و سرمایه‌گذاری در آن

صنایع فرهنگی	۹۲
طبقه‌بندی آنکاد از صنایع فرهنگی (با تأکید بر صنایع خلاق)	۹۳
ویژگی‌های صنایع فرهنگی	۹۴
اهمیت صنایع فرهنگی	۹۵
نقش صنایع فرهنگی در روابط بین‌الملل	۹۷
رویکردهای کارکردی نقش فرهنگ در روابط بین‌الملل	۹۸
خودآزمایی	۱۰۰

فصل ۳: سیاستگذاری اقتصادی در حوزه صنایع فرهنگی و هنری

سیاست فرهنگی	۱۰۲
کارکرد سیاست فرهنگی	۱۰۲
متمایز بودن سیاست فرهنگی از سیاستگذاری فرهنگی	
	۱۰۳
سیاست فرهنگی در زمینه کپی رایت و ایجاد انگیزه اقتصادی	۱۰۳
سیاستگذاری صنعت نشر	۱۰۴
مسأله‌شناسی چاپ و نشر در ایران	۱۰۶
قرارداد نشر	۱۰۷
سیاستگذاری در صنعت موسیقی	۱۰۸
آهنگسازی	۱۰۹
انتشار موسیقی	۱۰۹
ضبط صدا	۱۱۰
توزیع محصولات ضبط صدا	۱۱۰
اجرای موسیقی زنده	۱۱۱
سیاستگذاری‌های مرتبط با تئاتر	۱۱۱
سیاستگذاری‌های تولید فیلم	۱۱۲
توزیع فیلم	۱۱۳

درآمدهای خالص گردشگری	۱۴۳
جشنواره ها و نمایشگاه‌های فرهنگی هنری و اقتصاد	
شهری	۱۴۵
کارکرد جشنواره‌ها	۱۴۶
صنایع فرهنگی به منظور احیای شهری و توسعه	
منطقه‌ای	۱۴۸
اقتصاد هنرهای نمایشی	۱۴۹
قیمت کالاها و مکمل	۱۵۱
حمایت‌های مالی دولت در حوزه فرهنگ و هنر	۱۵۱
یارانه	۱۵۱
پرداخت یارانه	۱۵۲
یارانه به ازای هر واحد	۱۵۲
یارانه بر حسب ارزش	۱۵۲
اعطای بن برای آثار هنری و فرهنگی	۱۵۳
خودآزمایی	۱۵۴

فصل ۶: آشنایی با نظام قیمت گذاری

ارزش در اقتصاد فرهنگی	۱۵۶
ارزش فرهنگی و ویژگی‌های آن	۱۵۷
ارزش زیبایی‌شناختی	۱۵۷
ارزش معنوی	۱۵۷
ارزش اجتماعی	۱۵۸
ارزش تاریخی	۱۵۸
ارزش نمادین	۱۵۸
ارزش اصالت	۱۵۸
قیمت و قیمت گذاری	۱۵۸
روش‌های ارزش گذاری کالاها و خدمات فرهنگی	۱۶۰
روش تخمین تقاضای بازار	۱۶۰
روش ارزش گذاری مشروط یا اقتضایی	۱۶۰
تکنیک‌های WTP و WTA	۱۶۱
روش ارزش گذاری جهانگردی مسافرت	۱۶۱
روش هدونیک	۱۶۱
تکنیک رجحان آشکار شده	۱۶۲
مدل انتخاب CE	۱۶۲

مطالعات اثرسنجی	۱۶۲
خودآزمایی	۱۶۳

فصل ۷: اقتصاد اخلاق

حقوق اخلاق	۱۶۶
حمایت‌های بین‌المللی از حق مؤلف و حقوق مرتبط با	
آن در محیط دیجیتال	۱۶۸
معاهدات اینترنت سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO)	۱۶۸
معاهده‌ی کپی رایت	۱۶۹
درآمدهای هنرمندان از کپی رایت	۱۷۱
اینترنت و خدمات موسیقی دیجیتال	۱۷۲
اینترنت و سرقت موسیقی	۱۷۲
مالیات کپی رایت	۱۷۳
مالکیت اشیای موزه‌ای	۱۷۳
بقایای انسانی و اشیای متبرک و مقدس برای افراد محلی	
	۱۷۴
سرقت و تخریب آثار موزه‌ای	۱۷۵
خودآزمایی	۱۷۸

فصل ۸: اقتصاد اطلاعات

اطلاعات	۱۸۰
ویژگی‌های اطلاعات	۱۸۰
اقتصاد اطلاعات	۱۸۲
ویژگی‌های اقتصاد اطلاعات	۱۸۳
مزایای اطلاعات به‌عنوان یک کالا	۱۸۴
دشواری روش محاسبه ارزش کالای اطلاعاتی	۱۸۴
اهداف اقتصاد اطلاعات	۱۸۵
بازاریابی خدمات اطلاعاتی	۱۸۶
خودآزمایی	۱۸۷
پیوست	۱۸۹
کتابنامه	۱۹۶
واژگان	۲۰۱

فهرست نمودارها

شرح

صفحه

نمودار ۱.۱. منحنی تقاضای مصرف کننده.....	۴۰
نمودار ۲.۱. منحنی عرضه.....	۴۳
نمودار ۳.۱. درآمد قابل تصور.....	۴۷
نمودار ۴.۱. چگونگی تهیه و تنظیم بودجه جاری استانی (اکبری، دانشگاه بیرجند).....	۶۶
نمودار ۵.۱. چگونگی بررسی و تصویب بودجه در هیات وزیران (اکبری، دانشگاه بیرجند).....	۶۶
نمودار ۱.۲. ابعاد تحولات توسعه.....	۷۵
نمودار ۲.۲. توسعه پایدار (اقتصاد بدون نفت).....	۸۲
نمودار ۳.۲. درخت توسعه.....	۸۶
نمودار ۴.۲. مقابله فرهنگ و نیروهای نوسازی و نتایج نهایی قابل تصور.....	۸۷
نمودار ۵.۲. متغیرهای مؤثر بر کارایی و رسیدن به توسعه.....	۸۸
نمودار ۶.۲. اجزای بازاریابی و ترفیع.....	۱۲۰

فهرست جدول

شرح

صفحه

جدول ۱.۱. مقایسه فعالیت‌های اقتصادی واحدهای خصوصی و دولتی.....	۲۵
جدول ۱.۲. وجوه مشترک نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها.....	۱۴۷

پیشگفتار

مؤلف در کتابی که در پیش روست؛ تلاش نموده است تا دغدغه تاریخی اقتصاد فرهنگی و هنری در ایران را، بار دیگر گوشزد کند تا شاید با خواست خدا و کوشش عاملان این حوزه، این مسیر پر پیچ و خم هموار گردد.

مزیت مهم و عمده کتاب پیش رو، این است که مؤلف از سال ۱۳۷۷، یک معلم حرفه‌ای در امور فرهنگی بوده است و در طول زندگی آموزشی طولانی خود، همواره در این فکر بوده است که چگونه می‌توان بر کسب درآمد از طریق فرهنگ در جامعه تلاش کند، چراکه زیباترین راه درآمدزایی در جامعه از طریق فرهنگی است. اصولاً نباید یک هنرمند و یا یک فرد فرهنگی با تمام تلاش پرثمری که برای قرار گرفتن در جایگاه فرهنگی و یا هنری به عمل آورده است؛ قادر نباشد از این راه مانند دیگر حرفه‌ها، کسب معیشت کند. کاملاً بر همه فعالان این حوزه روشن است؛ که مسیر فرهنگ و هنر در حال حاضر بسیار پر تلاطم و پیچیده است و با نوشتن یک یا چند کتاب نمی‌توان امیدوار بود که نگرانی‌های مرتبط با فرهنگ و هنر در جامعه بر طرف گردد و اقتصاد فرهنگی و هنری به سرعت شکوفا شود.

اما پرسش اصلی این است که آیا این کتاب توانسته است، به سؤالاتی که در اذهان فرهنگیان و هنرمندان جامعه شکل گرفته است، پاسخ آشکار دهد و یا چشم انداز روشنی از این مسیر طولانی را ترسیم کرده باشد؟

پاسخ این است که تلاش مؤلف بر این بوده است تا بتواند حداقل، اهمیت کسب درآمد از طریق فرهنگ و هنر را در جامعه جا بیندازد و با توجه به میراث فرهنگی غنی که از گذشته

با کوشش فراوان هنرمندان تاریخ ساز و فرهنگ ساز ایران برای ما بر جا مانده است، امروز بتوانیم گشایشی در اقتصاد مبتنی بر نفت را فراهم سازیم.

در جهان کنونی؛ موزه‌ها، گالری‌ها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها، تولید فیلم‌های سینمایی، کنسرت‌های موسیقی، رسانه‌ها و به طور کلی سایر هنرها، یکی از منابع درآمدزا در سطح جهان و کشورهایی چون آمریکا می‌باشند و چون این مراکز و نهادها دارای عملکرد مشخصی در جهان هستند، مانند هر فعالیت دیگر اجتماعی، منافع اقتصادی با ارزش افزوده قابل توجهی را دارا می‌باشند.

این کتاب مانند هر تولید فرهنگی دیگر، دارای اشکالاتی خواهد بود که مؤلف را نیازمند همکاری مخاطبان و سایر مؤلفان می‌سازد. لذا تمامی موارد، پیشنهادها و انتقادهای را به جان خریده و در چاپ بعدی اعمال خواهد نمود.

در اینجا اجازه می‌خواهم از همکار محترم فرهنگی و ادیب خود آقای غلامی که برای تأمین منابع رشته فرهنگ و هنر و سایر رشته‌های دانشگاه جامع علمی و کاربردی دلسوزانه و صمیمانه در سال‌های اخیر تلاش نموده‌اند و قطعاً کم و کاستی‌هایی نیز در تولیدات فرهنگی‌شان به چشم می‌خورد، سپاسگزاری کنم و آرزو کنم روز به روز بر غنای فرهنگی انتشارات ساکو افزوده گردد.

دکتر افسر افشاری نادری

مهرماه ۱۳۹۷