



A comparative study of the role of the government in the development of cultural economy in advanced and developed countries and Iran

Davood Parchami¹ | Fatemeh Derakhshan²

1. Assistant Professor in Sociology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran; E-mail: dp206pd@yahoo.com

2. Corresponding Author, Assistant professor in Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran;

E-mail: f.derakhshh@gmail.com.

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received: 2024 - 10 - 27 Received in revised form: 2025 - 1 - 92 Accepted: 2025 - 3 - 9 Published online: 2025-5-10 Keywords: cultural economy, cultural industries, development, government, governance, comparative study.	Focusing on the production, distribution, and consumption of cultural industries as high-value-added sectors is a central development strategy for many countries. Cultivating a thriving cultural economy requires coordinated policymaking and functional integration across relevant institutions. Realizing this complex goal necessitates an optimal role for the government as the primary policymaking body in society. The purpose of this study is to compare the development of the cultural economy in developed, emerging countries, and Iran, and examine how governments shape these trajectories. Using a comparative approach and secondary data analysis, the study examines the cultural economic development of the top 10 developed and emerging countries, alongside Iran. The role of their respective governments was also investigated through expert interviews conducted both domestically and internationally. The findings indicate that all the countries under investigation exhibit strong government involvement in their cultural economies. However, the degree and modalities of this involvement vary based on the state of the society and cultural industries in each context, with Iran exhibiting weaknesses in both areas. Governments in these nations have supported initiatives such as human resource development and training, promotion of small and medium-sized cultural enterprises, internal and external marketing and advertising, networking of cultural and artistic communities, and the establishment of domestic and international laws protecting intellectual property rights.
Cite this article: Parchami, D; & Derakhshan, F. (2024) A comparative study of the role of the government in the development..., <i>Journal of Social Problems of Iran</i>, 15 (2),139-176. https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.384436.671266	
 © The Author(s). Publisher: University of Tehran Press.	
DOI: https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.384436.671266	

چگونگی نقش آفرینی دولت‌ها در توسعه اقتصاد فرهنگ مطالعه تطبیقی کشورهای پیشرفته، رشد یافته و ایران

داود پرچی^۱ | فاطمه درخشان^۲

۱. استادیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی؛ تهران، ایران؛ رایانامه: dp206pd@yahoo.com
۲. نویسنده مسئول، استادیار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی؛ تهران، ایران؛ رایانامه: f.derakhshh@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	تمرکز بر تولید، توزیع و مصرف صنایع فرهنگی با ارزش افزوده بالا، از محوری‌ترین مسیرهای توسعه در کشورهای توسعه یافته است. در اغلب کشورهای پیشرفته‌ی جهان، دولت‌ها در برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصاد فرهنگ به عنوان صناعی راهبردی در اقتصاد ملی و توسعه، نقش مهمی داشته‌اند. توسعه اقتصاد فرهنگ نیازمند نظامی درسیاست‌گذاری است که هماهنگی و هم‌سویی کارکردی نهادهای مرتبط با یکدیگر را مبنای قرار داده، تولید، توزیع و مصرف مستمر و متعادل کالا و خدمات فرهنگی را در سطوح مختلف هدف‌گیری نماید. تحقق چنین هدف مهم و پیچیده‌ای، نیازمند نقش آفرینی بهینه دولت به عنوان سیاست‌گذار اصلی در این زمینه است. هدف این مطالعه، بررسی مقایسه‌ای میزان توسعه‌یافتگی اقتصاد فرهنگ کشورهای پیشرفته، رشد یافته و ایران، و چگونگی نقش آفرینی دولت‌ها در آن می‌باشد. با رویکرد تطبیقی و تحلیل ثانوی آمارهای موجود، توسعه اقتصاد فرهنگ ۱۰ کشور اول توسعه یافته و ۱۰ کشور اول رشد یافته، با ایران مقایسه و چگونگی نقش آفرینی دولت‌های آنها نیز با مصاحبه با متخصصین خارجی و داخلی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که در همه کشورهای مورد بررسی دولت بر اساس الگوی حکمرانی خود در اقتصاد فرهنگ حضور موثر دارد اما میزان حضور و چگونگی نقش آفرینی آن متناسب با شرایط جامعه و صنایع فرهنگی است اما در ایران ضعف‌هایی در این خصوص وجود دارد. در این کشورها، آموزش و تامین نیروی انسانی، کسب و کارهای خرد و متوسط فرهنگی، تبلیغات و بازاریابی داخلی و خارجی، شبکه‌سازی کنشگران فرهنگ و هنر و وجود قوانین حمایت از حقوق مالکیت معنوی هم در داخل و هم در سطح بین‌المللی مورد حمایت دولت‌هایشان بوده است.
کلیدواژه‌ها: اقتصاد فرهنگ، صنایع فرهنگی، توسعه، دولت، حکمرانی، مطالعه تطبیقی.	

استناد: پرچی، داود؛ و درخشان، فاطمه (۱۴۰۳) چگونگی نقش آفرینی دولت‌ها در توسعه اقتصاد فرهنگ مطالعه تطبیقی کشورهای پیشرفته، رشد یافته و ایران، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۱۵ (۲)، ۱۳۹-۱۷۶. <https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.384436.671266>



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

DOI: <https://doi.org/10.22059/IJSP.2025.384436.671266>

طرح مسأله

با گذشت زمان نقش فرهنگ و اقتصادفرهنگ در پیشرفت جوامع بیشتر و در تولید ثروت اقتصادی و سرمایه فرهنگی برنامه‌ای راهبردی گردیده است. اقتصادفرهنگ از طریق تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی، بر توسعه اقتصادی و توسعه فرهنگی موثر است و می‌تواند عاملی برای شکوفایی استعدادهای انسانی در سطح خرد، رشد و ارتقا خرده‌فرهنگ‌ها در سطح میانه و توسعه و پیشرفت جامعه و ارتقاء ضریب نفوذ فرهنگی کشورها در روابط بین‌المللی، و تبادلات فرهنگی فراملی در سطح کلان باشد (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۲). یونسکو دارایی‌های فرهنگی ملی اعم از آثار، محصولات و میراث فرهنگی را به عنوان قدرت جایگزین در اقتصاد سیاسی کشورها می‌شناسد. از اوایل قرن بیست و یکم، یونسکو به‌طور رسمی فرهنگ را به‌عنوان یکی از متغیرهای ضروری توسعه اقتصادی اعلام و بر اهمیت آن در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی کشورها توسط دولت‌ها تاکید کرد (UNESCO-UIS, 2012).

دولت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع مادی و معنوی، نقش حیاتی در حفظ و نگهداری عناصر فرهنگی یک ملت ایفا می‌کند. این نقش از طریق سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های دقیق در زمینه‌های مختلف فرهنگی، به‌ویژه در صنایع فرهنگی، به وضوح مشاهده می‌شود. بنابراین، یکی از اصلی‌ترین وظایف دولت‌ها در سطح جهانی، طراحی و اجرای سیاست‌هایی است که به تولید، توزیع و مصرف صنایع فرهنگی مربوط می‌شود. این امر نه تنها به توسعه فرهنگی کمک می‌کند، بلکه تأثیر مستقیم بر اقتصاد فرهنگ نیز دارد. طبق گزارش اولین نقشه جهانی صنایع فرهنگی و خلاق، اقتصاد فرهنگ در بسیاری از کشورهای پیشرفته، به‌ویژه در مناطق آمریکا، اروپا و آسیای شرقی، به‌عنوان یک صنعت راهبردی در اقتصاد ملی شناخته می‌شود. دولت‌ها در این زمینه نقش کلیدی ایفا کرده و با اتخاذ سیاست‌های مناسب، به رشد و توسعه این صنایع کمک می‌کنند.

به‌طور خاص، منطقه آسیا-اقیانوسیه با ۳۳ درصد از درآمد کل جهانی، بیشترین سهم را در درآمد اقتصاد فرهنگ دارد. پس از آن، اروپا و آمریکای شمالی قرار دارند. این آمار نشان‌دهنده اهمیت و تأثیرگذاری صنایع فرهنگی در اقتصاد کشورهاست و ضرورت توجه بیشتر دولت‌ها به این حوزه را نمایان می‌سازد (Cultural times, 2015). مطالعات بیانگر آن است که دولت‌های این کشورها در ایجاد نظم کارکردی در اجزای نظام اجتماعی مرتبط با فرایند تولید، توزیع و مصرف مستمر کالا و خدمات فرهنگی نقش آفرینی موثر داشته‌اند.

بر اساس آمارهای موجود، میزان درآمد اقتصادفرهنگ ایران از مهم‌ترین صنایع فرهنگی (Cultural Times, 2015: 13) مانند فیلم، کتاب، موسیقی، هنرهای نمایشی و هنرهای تجسمی فاصله زیادی با کشورهای توسعه‌یافته و حتی کشورهای مشابه خود مانند ترکیه دارد. با وجود منابع و ذخایر غنی فرهنگی فراوان، سهم ایران در این بخش از اقتصاد بسیار ناچیز و نزدیک به صفر می‌باشد^۱ که نشان‌دهنده ضریب نفوذ کم در عرصه جهانی در حوزه فرهنگی نیز هست.

در جدول زیر، به‌عنوان نمونه، آمار مربوط به برخی از شاخص‌های اقتصاد فرهنگ ایران با آمریکا، که یکی از کشورهای پیشرفته در حوزه اقتصاد فرهنگ به شمار می‌رود (شامل درآمد صنایع فرهنگی، تجارت و اشتغال فرهنگی)، و همچنین ترکیه مقایسه شده است.

^۱ <http://www.mehrnews.com/news/3601575>

جدول ۱. مقایسه وضعیت اقتصاد فرهنگ ایران، امریکا و ترکیه

کشور	فروش فیلم	فروش موسیقی	فروش کتاب	فروش بازی	صادرات کالای فرهنگی	واردات کالای فرهنگی	درصد اشتغال فرهنگی
امریکا	۱۱۰۸۰	۵۹۱۶	۱۵۹۰۳,۶	۳۱۵۳۵	۲۷۸۶۷,۵	۳۰۳۷۸,۵	۸۲,۶
ترکیه	۲۳۰	۳۱۸	۱۵۷,۷	۸۵۳	۴۱۹۵	۱۴۲۵	۶۲,۸
ایران	۲۷,۹	۲۸	۲۶	۴۸۷	۶۵۵	۱۲۲,۵	۲۵,۷

منبع: نقشه جهانی صنایع فرهنگی و خلاق (۲۰۱۵)، تجارت فرهنگی جهانی^۱ (۲۰۱۵)، موسسه آماری یونسکو^۲ (۲۰۱۸).

وضعیت فعلی ایران نشان می‌دهد اقتصاد فرهنگ ایران توسعه نیافته است و فاصله زیادی با کشورهای پیشرفته دارد. به نظر می‌رسد. تعیین سیاست‌های مناسب برای تسهیل عملکرد بخش‌های اقتصاد فرهنگ، از جمله تولید، توزیع و مصرف صنایع فرهنگی، یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عوامل در توسعه این حوزه است. رشد و پیشرفت اقتصاد فرهنگ می‌تواند به‌طور بالقوه به توسعه سایر بخش‌ها نیز کمک کند. بنابراین، سوء مدیریت در ایجاد شرایط مناسب برای ارتقاء بخش‌های اقتصاد فرهنگ، شامل تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، و همچنین عدم مشارکت بخش‌های دیگر جامعه، از جمله بخش خصوصی و حضور فعال مردم در این حوزه، به یکی از بزرگ‌ترین موانع توسعه این بخش تبدیل می‌شود.

لذا از مهمترین علل آن عدم نقش آفرینی موثر دولت در ایجاد بسترهای مناسب برای تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی باشد. تغییر این شرایط نیازمند نوعی سیاست‌گذاری نظم‌محور است که هماهنگی و هم‌سویی کارکردی نهادهای مرتبط با یکدیگر را هدف قرار داده و بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ، اعم از تولید، توزیع و مصرف را به‌طور مستمر و متعادل در سطوح مختلف هدف‌گیری نماید (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۳۸). دولت به‌عنوان نهادی تاثیرگذار در مقایسه با سایر نهادهای دیگر نقش مهمی در ایجاد این تعادل و هماهنگی دارد.

نبود یک الگوی مناسب در مدیریت اقتصاد فرهنگ خسارات زیادی به کشور وارد می‌کند که نشانه‌های آن را می‌توان در معضلات اجتماعی- فرهنگی، کاهش تأثیر اقدامات سازمان‌های فرهنگی در حل این مسائل، موازی‌کاری، و ضعف در تولید و مصرف محصولات فرهنگی مشاهده کرد. این وضعیت اهمیت نقش دولت، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در اقتصاد فرهنگ را دوچندان می‌کند. در میان کشورهای پیشرفته و رشدیافته در اقتصاد فرهنگ، کشورهایی وجود دارند که بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ و چگونگی نقش آفرینی دولت در آن‌ها می‌تواند به مدیریت اقتصاد فرهنگ در ایران کمک کند، به‌ویژه در زمینه‌های الگوی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، تعیین حدود نقش دولت، و فراهم کردن بسترهای لازم برای توسعه اقتصاد فرهنگ و فعالیت بخش‌های دیگر جامعه، از جمله بخش خصوصی، جامعه مدنی و مردم. بنابراین هدف این مطالعه، بررسی مقایسه‌ای میزان توسعه- یافتگی کشورهای پیشرفته و رشدیافته در اقتصاد فرهنگ با ایران، و چگونگی نقش آفرینی دولت‌ها در این فرایند می‌باشد. سوال اصلی تحقیق این است که دولت چگونه می‌تواند از طریق الگوهای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب در توسعه اقتصاد فرهنگ نقش آفرینی کند؟

1 The Globalisation of Cultural Trade

2 UNESCO Institute for Statistics

پیشینه تحقیق

حوزه مطالعات اقتصاد فرهنگ به سال ۱۹۵۹ میلادی برمی‌گردد و کشورهای پیشرفته توانسته‌اند تا حدی مبانی نظری این حوزه را توسعه دهند و تجربیات عملی کسب کنند. در مقابل، تحقیق در زمینه اقتصاد فرهنگ در ایران پدیده‌ای نوظهور است که سابقه‌اش به بیش از دو دهه نمی‌رسد. به همین دلیل، مطالعات کمی، به‌ویژه از منظر جامعه‌شناختی، در مورد اقتصاد فرهنگ و نقش دولت از رویکرد تطبیقی انجام شده است. در این مطالعه، به تناسب موضوعات مورد بررسی، از نتایج نظری و تجربی این مطالعات استفاده شده است. در ادامه، به برخی از مطالعات داخلی و خارجی موجود اشاره خواهد شد.

انتظاری و درخشان (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «حکمرانی و توسعه اقتصادفرهنگ؛ مقایسه ایران و کشورهای پیشرفته» از طریق روش تحلیل تطبیقی- کمی در میان ۲۰ کشور توسعه‌یافته و رشدیافته در اقتصادفرهنگ و ایران به بررسی رابطه میان شاخص‌های حکمرانی خوب و توسعه اقتصادفرهنگ کشورها پرداخته می‌شود. ایچ تحقیق نشان می‌دهد که اقتصادفرهنگ ایران و شاخص‌های حکمرانی خوب فاصله زیادی با کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته دارند و این معرف توسعه‌نیافتگی اقتصادفرهنگ در ایران است.

پرچی و درخشان (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تطبیقی رابطه توسعه اقتصادفرهنگ و نظم در جامعه» به این نتیجه رسیده‌اند که بین توسعه اقتصاد فرهنگ و میزان نظم در یک جامعه ارتباط مستقیمی وجود دارد. با مقایسه ده کشور پیشرفته و ده کشور توسعه‌یافته در حوزه اقتصاد فرهنگ با ایران، محققان نشان داده‌اند که در کشورهایی با سطح نظم اجتماعی بالاتر، توسعه اقتصاد فرهنگ نیز بیشتر بوده است. همچنین، سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی و فرهنگی نقش مهمی در تبیین تغییرات در اقتصاد فرهنگ داشته‌اند.

بهمنی خدنگ و ایوبی (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تطبیقی سیاستگذاری فرهنگی در کشورهای اسلامی» با هدف بهره‌گیری از تجربیات سایر کشورهای اسلامی، به ویژه ترکیه و مصر، به مطالعه تطبیقی سیاست‌های فرهنگی این دو کشور پرداخته‌اند. محققان با تحلیل اسناد و داده‌های مرتبط، هشت مولفه کلیدی شامل رویکرد به فرهنگ، حوزه‌های فرهنگی، ساختارهای حکومتی، نقش نهادهای غیردولتی، ارتباطات فرهنگی بین‌المللی، اهداف فرهنگی، اصول سیاستگذاری و ابزارهای اجرایی را مورد بررسی قرار داده‌اند.

ابوترابی و بهرامی (۱۳۹۴) در مطالعه خود با عنوان «نقش دولت در توسعه اقتصاد هنر»، از رویکردی اقتصادی و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و نظری به بررسی تأثیرات دولت بر بازار هنر پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که هرچند دخالت دولت در بازار محصولات هنری، مانند پرداخت یارانه، به عنوان یک روش متعارف شناخته می‌شود، اما این اقدام به تنهایی نمی‌تواند به بهبود کیفیت بازار کمک کند. بنابراین، دولت باید با ایجاد شرایط مناسب برای مشارکت از طریق سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی، به کاهش نارسایی‌های موجود در بازار بپردازد.

صیادی و ناظمی اردکانی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور» به بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ در ایران پرداخته و آن را به عنوان کاربرد نظریه‌های اقتصادی در حوزه تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی تعریف کرده‌اند. این پژوهش با مقایسه وضعیت اقتصاد فرهنگ ایران با کشورهای منتخب جهان، به ویژه کشورهای سند چشم‌انداز، نشان می‌دهد که ایران از نظر وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در جایگاه مطلوبی قرار ندارد.

چن^۱ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «مقایسه رقابت پذیری صنایع فرهنگی چین و کره بر اساس دیدگاه اقتصاد نهادی جدید» بر اساس دیدگاه اقتصاد جدید نهادی، به مقایسه رقابت‌پذیری صنایع فرهنگی در چین و کره جنوبی می‌پردازد و مشابهت‌ها و تفاوت‌های این دو کشور را از نظر محیط نهادی، ساختار بازار و نمونه‌های کسب‌وکار تحلیل می‌کند. وی با بررسی چارچوب نظری اقتصاد جدید نهادی، تأثیر عواملی مانند سیستم حقوق مالکیت، هزینه‌های معاملاتی و کارایی صنعت فرهنگی بر توسعه این صنعت را بررسی می‌کند.

اشنایدر و گاد^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «حکمرانی خوب برای سیاست فرهنگی: مطالعه‌ای درباره توسعه فرهنگی و هنری در آفریقا و اروپا»، با استفاده از رویکرد تاریخی-تطبیقی، به بررسی ارتباط بین حکمرانی خوب و تأثیر آن بر فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی و هنری در قالب سیاست‌های فرهنگی می‌پردازند. آنها بر این باورند که سیاست‌های فرهنگی باید به ایجاد و حمایت از ساختارهایی بپردازند که خلاقیت هنری و فرهنگی را در مردم تقویت کند، و این امر نیازمند تضمین رفاه و نوآوری از سوی دولت است. این فرآیند در اروپا و برخی کشورهای آفریقایی در چارچوب حکمرانی خوب اتفاق می‌افتد و در این شرایط، زمینه‌های لازم برای هنر، آموزش آن و آزادی عمل هنرمندان فراهم می‌شود.

لی و لیم^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «سیاست‌های فرهنگی در شرق آسیا: پویایی میان دولت، هنر و صنایع خلاق»، با استفاده از روش تطبیقی-تاریخی، روند تحولات سیاسی و حکومتی را در کشورهای چین، ژاپن، سنگاپور، کره جنوبی و تایوان بررسی می‌کنند و تأثیرات آن را بر بخش فرهنگ و هنر تحلیل می‌نمایند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که با وجود برخی شباهت‌ها در سیاست‌ها و شیوه‌های حکمرانی در کشورهای آسیای شرقی، تفاوت‌هایی نیز با شاخص‌های اروپایی و غربی در سیاست‌ها و حکمرانی این کشورها وجود دارد.

ادکینسون و مکفرین^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «فرهنگ و حکمرانی خوب: یک بررسی تجربی»، با به‌کارگیری تحلیل رگرسیون، به بررسی ارتباط بین فرهنگ و حاکمیت با استفاده از داده‌های بانک جهانی در ۶۸ کشور می‌پردازند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در اکثر موارد، مؤلفه‌های فرهنگی مانند دینی یا سکولار بودن جامعه و فعالیت‌های فرهنگی در حوزه فرهنگ و هنر، ارتباط قوی‌ای با شاخص‌های حکمرانی خوب دارند.

مرور پیشینه تجربی نشان می‌دهد که مهم‌ترین هدف این مطالعه بررسی نوع و چگونگی نقش‌آفرینی دولت در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ از رویکردی جامعه‌شناختی و بین‌رشته‌ای و همچنین به لحاظ روشی تطبیقی در کشورهای مختلف جهان است که خلا آن در مطالعات موجود قابل مشاهده می‌باشد.

مبانی نظری

توسعه اقتصادفرهنگ

اقتصادفرهنگ مناسبات و فراگردهای فرهنگی، با توجه به زمینه و شرایط اقتصادی (Galbraith, 1974: 3; Boulding, 1985: 8) و شاخه‌ای از اقتصاد، و معطوف به فعالیت‌ها و تولیدات فرهنگی است (Pratt, 2004: 407). اقتصادفرهنگ شاخه‌ای از علم اقتصاد، و

1 Chen

2 Schneider and Gad

3 Lee and Lim

4 Adkisson and McFerrin

ترکیبی از مطالعه علم اقتصاد و فرهنگ است که تأثیر نیروهای اقتصادی بر تولید کالاهای فرهنگی یا به عبارتی صنعت فرهنگی را بررسی می‌کند و با ارائه مفاهیم و مسائل اقتصادی عرصه فرهنگ را هدایت یا محدود می‌نماید (Anderson, 2006: 9).

گرچه هنر و کالاهای فرهنگی را می‌توان نوعی کالای اقتصادی دانست که می‌توان با مفاهیم اساسی اقتصاد، نظیر هزینه فرصت، عرضه و تقاضا و تولید و مصرف، درباره آن صحبت کرد، اما ویژگی‌های خاص هنر و صنایع خلاق، ایجاب می‌کند که نظریه‌های اقتصادی برای آنها را با دقت و توجه با این تفاوت‌ها استفاده نماییم. این همان چیزی است که اقتصاد فرهنگ را از اقتصاد متمایز می‌کند. در این نگرش مباحثی مانند خلاقیت، ایده‌ها، نوآوری، تولیدات فرهنگی و هنری، مصرف فرهنگی، ذائقه فرهنگی، سبک زندگی، سرمایه‌ها، کالاهای و خدمات فرهنگی (کالاهای ملموس و غیرملموس)، ارزش‌های فرهنگی، صنایع فرهنگی، بازار فرهنگی و نهادهای فرهنگی مطرح می‌شود (تراسبی، ۱۳۹۳).

در جامعه‌شناسی اقتصادی علاوه بر متغیرها و عوامل اقتصادی، در تجزیه و تحلیل مفهوم اقتصاد فرهنگ به عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز توجه می‌شود. کنش اقتصادی تنها تابع قانون‌مندی‌های صرفاً اقتصادی نیست، بلکه قواعد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هم بر آن تأثیرگذارند. بنابراین با رویکردی جامعه‌شناختی اقتصاد فرهنگ نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنش‌گران و الگوهای ارتباطی است که هم در پی کسب بیشترین سرمایه اقتصادی از طریق تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی است و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی کمک نماید. اقتصاد فرهنگ، الگوهای نسبتاً ثابت کنش برای کسب سرمایه اقتصادی از تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی است (پرچی و درخشان، ۱۳۹۸: ۸).

در بسیاری از مواقع اقتصاد فرهنگ به صنایع فرهنگی تقلیل یافته و صنعت فرهنگ که تولید ثروت اقتصادی از طریق تولید و توزیع و ازدیاد مصرف کالاهای فرهنگی را در بر می‌گیرد مفهوم مرکزی اقتصاد فرهنگ گردیده است. استفاده از واژه صنعت درباره فرهنگ، تمرکز بر فرایندهای اقتصادی است که از طریق آن کالاها و خدمات فرهنگی تولید، به بازار عرضه شده و مصرف‌کنندگان آنها را می‌خرند و مصرف می‌کنند.

تولیدات صنایع فرهنگی به دو گروه کالا و خدمات فرهنگی تقسیم می‌شوند. کالای فرهنگی شیء و خدمتی است که برای ارضا نیازهای فرهنگی افراد، با کالاها و خدمات دیگر اعم از فرهنگی یا غیر فرهنگی مبادله می‌گردد (Palgrave, 2006). خدمت فرهنگی ارائه سرمایه فرهنگی برای ارضاء نیاز یا خواست فرهنگی دیگری و کالای فرهنگی صورت مادی یا عینیت یافته قابل مصرف سرمایه فرهنگی است که قابلیت مبادله با سرمایه اقتصادی دارد (پرچی و درخشان، ۱۳۹۸: ۹). خدمات فرهنگی، خدماتی است که معرف کالاهای مادی نیست اما با هدف تامین نیازها و یا علایق فرهنگی ارائه می‌شود. (رشیدپور، ۱۳۹۳: ۳۰۰). اقتصاد فرهنگ سه بعد تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی دارد.

تولید فرهنگی فرایند خلق و ایجاد و ارائه، آموزش، تربیت نیروی انسانی، ارزیابی و حفظ محتوای فرهنگی است که حاوی عناصر نمادین فرهنگی، زیباشناختی و هنری می‌باشد. (Peterson and Anand, 2004). از مهم‌ترین عناصر تولید فرهنگی سرمایه، نیروی انسانی، آموزش و کسب و کارهای فرهنگی است (تراسبی، ۱۳۷۹: ۴۹).

سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی حوزه اقتصاد فرهنگ در قالب آموزش، از جمله راهبردهای سیاستی است که دولت‌ها با همکاری بخش خصوصی و هنرمندان می‌تواند به رشد اقتصاد فرهنگ کمک نماید (تراسبی، ۱۳۹۳: ۳۰۹). فراهم شدن شرایط ساختاری آموزش از طریق نهادها و مراکز آموزشی نظیر مدرسه، دانشگاه و سایر موسسات آموزشی، نیروی انسانی مورد نیاز برای بخش فرهنگ را آماده می‌نماید (تاووز، ۱۳۹۳: ۲۸۳).

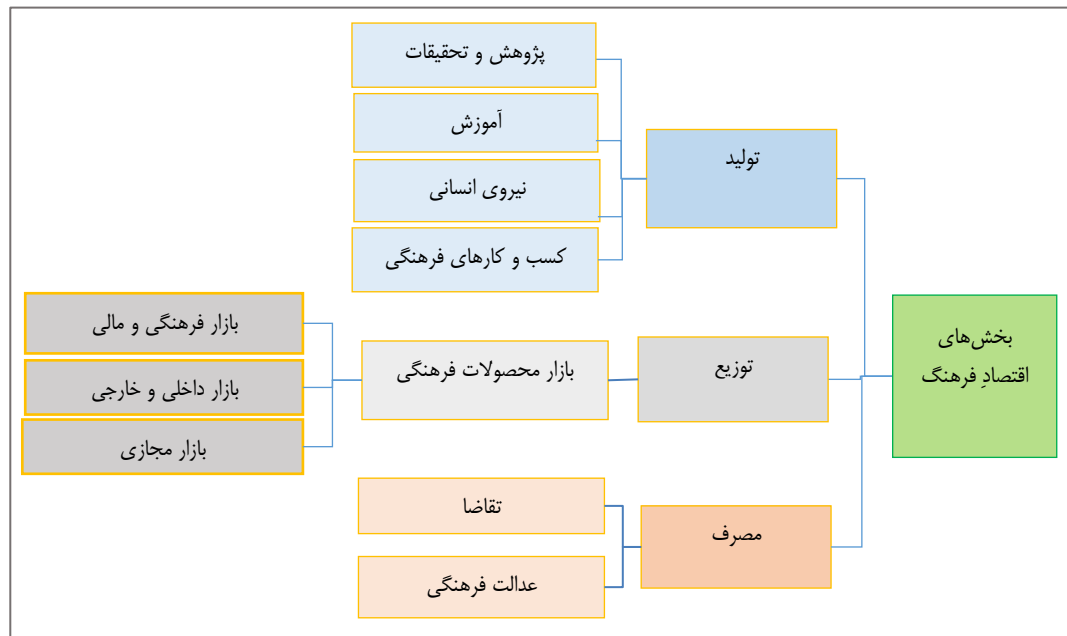
کسب و کارهای فرهنگی شامل تولید و توزیع محصولات مادی، غیرمادی و یا خدمات هنری با محتوای خلاقانه، که ارزش اقتصادی و اهداف بازاری دارند (UNCTAD, 2015). قوانین دولت تأثیر زیادی بر روی کسب و کارها به ویژه کسب و کارهای کوچک دارند (Beale, 2004:1). یکی از عوامل موثر بر کسب و کارها وجود عضویت شبکه‌ای میان کنش‌گران و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و خوشه‌های اقتصادی در این عرصه است که می‌تواند منجر به مبادله بین دو خرده نظام اجتماع و اقتصاد و رونق اقتصادفرهنگ شود (Ryan, 2011:8). ارائه تسهیلات و تخفیف مالیاتی برای کسب و کارهای فرهنگی و تدوین سیاست‌های حق مالکیت معنوی برای تولیدکنندگان از مهم‌ترین اقدامات دولت‌ها در جهت افزایش تولید فرهنگی است (Kim, 2011).

توزیع محصولات فرهنگی، بازار و تجارت صنایع فرهنگی بعد دیگر اقتصادفرهنگ است. در بازار کالاهای فرهنگی، مبادلات کالاهای فرهنگی انجام می‌شود و عدم طراحی ارتباطات صحیح در بازار هنری، موجب کاهش تولید یا عدم پاسخگویی به نیازهای فرهنگی می‌گردد (Parkin and others, 2014). کالاهای فرهنگی در دو بازار جریان می‌یابند: بازار مالی و بازار فرهنگی. بازار مالی بیشتر با ارزش مبادله‌ای کالاهای فرهنگی سروکار دارد؛ در حالی که بازار فرهنگی ارزش مصرفی آنها را در نظر دارد (Fiske, 1989). نظام توزیعی مناسب در صنایع فرهنگی به وجود بازارهای داخلی و خارجی برای عرضه و فروش محصولات فرهنگی در مقیاس انبوه نیاز دارد (Kolb, 2016: 6-10). حمایت دولت شامل برپایی نمایشگاه‌های داخلی، تخفیف در هزینه‌های صادراتی و تبلیغات رسانه‌ای برای بازاریابی در هر دو بازار داخلی و خارجی می‌باشد (Kim, 2011). امروزه بازارهای مجازی در فضای سایبر (اینترنت) برای توزیع کالاهای فرهنگی امکان دسترسی را بسیار تسهیل کرده‌اند (Miller, 2011:66).

از مباحث مهم در اقتصادفرهنگ، بحث تقاضا و مصرف است. در مباحث اقتصادی، می‌توان مخاطبان، بازدیدکنندگان، بینندگان و خریداران انواع محصولات فرهنگی هنری را به عنوان «مصرف‌کنندگان» در نظر گرفت (تاووز، ۱۳۹۳: ۲۱۴). تقاضای آثار هنری متأثر از قیمت، کیفیت، زیبایی، درآمد مصرف‌کننده، نظام قشربندی، خصوصیت‌های بازارهای مالی و عرضه آن بر اساس قیمت و هزینه‌های تولید است.

سطح تحصيلات و سواد در درآمدت ممکن است با مصرف کالاهای فرهنگی و هنری در ارتباط باشد، که عامل موثری در تعیین میزان درآمد نیز هست (تراسبی، ۱۳۷۹: ۴۸-۴۱).

در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی با نیازسنجی و هدایت ذائقه افراد، تولید فرهنگی و سرمایه‌گذاری در بازار تغییراتی ایجاد می‌کنند که هم موجب ارتقا سرمایه فرهنگی و هم رونق اقتصادفرهنگ می‌شود (Moeller, 2009:234). مصرف کالاهای فرهنگی به شدت با تعریف و بازتعریف موقعیت‌های اجتماعی مصرف‌کنندگان و نظام قشربندی در ارتباط است (بوردیو، ۱۳۹۳: ۴۶۷-۴۶۶). وجود یک نظام اجتماعی نابرابر و فاصله طبقاتی زیاد، عدم عدالت فرهنگی (به معنای دسترسی برابر به کالاهای فرهنگی برای افراد دارای شرایط نسبتاً یکسان) اکثریت جامعه را که متعلق به طبقات متوسط و پایین هستند، به سمت کسب سرمایه اقتصادی سوق می‌دهد. کاهش جمعیت متمایل به مصرف کالاهای فرهنگی اقتصاد فرهنگ را در حوزه مصرف محدود می‌کند. بنابراین رفاه و عدالت فرهنگی می‌تواند از جمله مؤلفه‌های مهم و تأثیرگذار بر مصرف فرهنگی باشد. تدابیری نظیر یارانه‌های فرهنگی دستیابی به چنین هدفی را تسهیل می‌کنند (پرچی، ۱۳۹۷). در مدل ۱ بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ؛ یعنی تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی و اجزای آن که در این تحقیق به آن پرداخته شده آمده است.



مدل ۱. ابعاد اقتصاد فرهنگ

توسعه اقتصاد فرهنگ به معنای رشد و پیشرفت هماهنگ و مستمر هر سه بعد آن است. زیرا مفهوم توسعه از قوه به فعل رسیدن هماهنگ توانایی‌های گوناگون جامعه را نشان می‌دهد و متکی بر رهیافتی نظام‌وار از جامعه است. بنابراین بهترین وضعیت برای یک جامعه آن است که ابعاد گوناگون نظام اجتماعی هماهنگ باهم رشد یابند، که به آن توسعه همه‌جانبه اطلاق می‌شود (پناهی، ۱۳۹۴: ۳). فرایند توسعه اقتصاد فرهنگ، توسعه اقتصادی از طریق تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و توسعه سرمایه فرهنگی یعنی رشد آگاهی‌های نافع را در بر می‌گیرد و از این طریق می‌تواند عامل موثری در شکوفایی استعداد های انسانی در سطح خرد، رشد و ارتقا خرده فرهنگ‌ها در سطح میانه و پیشرفت جامعه و ارتقاء ضریب نفوذ فرهنگی کشورها در روابط بین‌المللی و تبادلات فرهنگی فراملی در سطح کلان باشد. بر این اساس توسعه اقتصاد فرهنگ فرایند ارتقاء مستمر و متعادل تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی در سطوح مختلف است (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۱۰).

یونسکو برای سنجش توسعه اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی، درآمد صنایع فرهنگی - فیلم، موسیقی، کتاب و بازی‌های دیجیتال، میزان صادرات و واردات کالاهای فرهنگی، میزان شاغلین و تحصیل‌کردگان این بخش را معرفی نموده است (UNESCO, 2015).

نقش دولت در توسعه اقتصاد فرهنگ

در مورد نقش دولت در جامعه طیف وسیعی از دیدگاه‌ها، از حداقلی تا حداکثری وجود دارد (Karmik, 1997: 94). با تغییر شرایط اقتصادی و سیاسی جوامع این رویکردها دچار تغییر و تحول شده و از نقش حداکثری تا دخالت محدود و مشروط دولت را در برمی‌گیرد.

در نخستین رویکرد، نقش دولت‌ها در حداقل است و به عبارتی دولت نقشی در توسعه ندارد و نقش اصلی در رسیدن به توسعه بر عهده بخش خصوصی و بازار است (Smith, 1776). بیشتر نظریه‌های معروف به دولت کلاسیک، نقش دولت را بیشتر از جنبه ارشادی و تسهیل‌کننده‌ی ساختار رقابت در بازار آزاد در نظر گرفته‌اند. در این رویکرد (لیبرالیسم) بر حداقل‌سازی محدوده اختیارات دولت به حفظ و تامین امنیت، آزادی فردی (Smith, 1776) و نظارت بر اجرای قراردادها تاکید می‌شود (Nozick, 1974) و دولت حق ورود مستقیم در عرصه‌های مختلف را ندارد و به اشکال و شیوه‌های مختلف زمینه و بستر فعالیت‌های مختلف را فراهم می‌کند (شاپیرو، ۱۳۹۱).

دسته دوم نظریه‌هایی است که برای دولت اختیارات وسیع قائل هستند، دولت مصلحت جامعه را تشخیص می‌دهد و نقشی برای بخش خصوصی و بازار قائل نیست. دولت‌هایی که نقش حداکثری دارند، در مکانیسم‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به منظور حفظ تعادل عمومی و با هدف برپایی عدالت در جامعه دست به نقش‌آفرینی گسترده می‌زنند. در این رویکردها (سوسیالیستی) مالکیت اجتماعی جایگزین مالکیت خصوصی می‌شود و در نتیجه مولفه اصلی بازار یعنی نفع شخصی را نفی می‌کند (گریفین، ۱۳۹۷).

دیدگاه سوم در بین دو نظریه قرار می‌گیرد. اغلب نظریه‌ها در این رویکرد به جای تقابل، بر همکاری و تعامل دو نهاد دولت و بازارا تاکید می‌کنند. این رویکرد شامل نظریه‌های کینزی شامل دولت رفاه، نهادگرایی جدید، دولت‌های توسعه‌گرا، حکمرانی خوب است که به دنبال رفع نقصان‌های رویکردهای نظری ماقبل خود به وجود آمده‌اند (پاگ، ۱۳۸۶؛ فیتزپاتریک، ۱۳۹۲). این نظریات به نسبت نظریه‌های دولت‌های حداقلی، دخالت بیشتری برای دولت در امور قائل هستند. از نظر آنها وظیفه دولت مداخله غیرمستقیم در تنظیم و حفظ تعادل بازار است که به عنوان یک نهاد به تنظیم مقررات و سیاست‌گذاری می‌پردازد (Ünay, 2011: 22-23).

در رویکرد نهادگرایی جدید، نهاد دولت با هماهنگ کردن کارکردی نهادهای دیگر، دستیابی به توسعه را محقق می‌کند (نورث، ۱۳۸۵). در این دیدگاه دولت در یک محیط نهادی، هنجارها و قواعد را ایجاد و به عنوان نهاد مکمل بازار و بخش خصوصی نقش-آفرین است. این هنجارها و قواعد، الگوها و چشم‌اندازهایی برای کنش‌گران عرصه‌های مختلف اقتصادی و فرهنگی ایجاد کرده و آنها را قادر می‌سازد که بر اساس آن قواعد به اهداف خود دست یابند (DiMaggio and Powell, 1991: 1-13). در پی این رویکرد، نظریه‌های مربوط به دولت‌های توسعه‌گرا نیز ظهور کرد که بر اساس آن دخالت دولت محتوم است نه «میزان» آن، و گریزی جز دخالت دولت‌ها در روند توسعه کشورها وجود ندارد (اوانز، ۱۳۸۲: ۴۳). از نظر لفت ویچ، دولت توسعه‌گرا دولتی است که دستگاه سیاسی در مرکز از عزم، قدرت، استقلال، توانایی و مشروعیت کافی برای دستیابی به اهداف توسعه برخوردار است، و خواه از طریق ایجاد، ارتقا و حفاظت از شرایط رشد اقتصادی (در دولت‌های توسعه‌گرای سرمایه‌داری) و خواه از طریق سازماندهی مستقیم اقتصاد (دولت-های توسعه‌گرای سوسیالیست) و یا از طریق ترکیب متفاوتی از این دو به اهداف خود دست پیدا می‌کند (Leftwich, 2006: 63). از ویژگی‌های مهم دولت‌های توسعه‌گرا می‌توان به وجود اقتصاد صنعتی، رشد اقتصادی پایدار، بوروکراسی حرفه‌ای، آموزش و سلامت اشاره کرد (Chang, 2006; Doner et al: 2005; Jian-xing and De-jin: 2010).

در نسخه جدید رویکرد توسعه، بر این نظریه تاکید می‌شود که تحقق توسعه در یک جامعه، مشروط به کیفیت حکمرانی، ایجاد فضای اعتماد میان دولت و شهروندان و دخالت آنان در امور نیز هست (لفت ویچ، ۱۳۸۴: ۲۲۳). در این الگو ضمن تاکید بر جنبه‌های کارایی و اثربخشی، بر جنبه‌های دموکراتیک نیز تاکید و در قالب شاخص‌های حکمرانی خوب، دولت به عنوان تسهیل‌گر شناخته شده و با ایجاد شرایط مساعد اقتصادی، حقوقی، سیاسی و تسهیل مشارکت و فعالیت جامعه مدنی و بخش خصوصی و در کل نیروهای اجتماعی در عرصه‌های مختلف، فضا را برای رشد و توسعه فراهم می‌کند (Mira and Hammadache, 2017). از این طریق کسب وکارها در حوزه‌های مختلف تولیدی، توزیعی و خدماتی گسترش یافته، قوانین در جهت تسهیل کارکردی آنها تنظیم می‌گردد و در نتیجه انگیزه برای تولید و سرمایه‌گذاری دو چندان می‌شود (Kaufmann and Vishwanath, 2008).

اما روی کار آمدن دولتی با ویژگی حکمرانی خوب، در کشورهایی که زیرساخت‌های سیاسی آنها دچار ضعف است، دور از انتظار است. بر این اساس دو روش مواجهه متفاوت دولت با بازار را مطرح می‌شود: سیاست توسعه‌محور و سیاست تنظیمی. در سیاست توسعه‌محور دولت نقش غیرقابل انکاری در امور زیربنایی اجتماعی و اقتصادی دارد (Johnson, 1982:19). اما در سیاست تنظیمی، دولت جهت دستیابی به توسعه برای تنظیم رفتارهای بازار، امور اجتماعی و اقتصادی جامعه و مکانیزم‌های کنترلی جامعه، تنها دست به تنظیم مقررات یا مقررات‌گذاری می‌کند (Baldwin, 1998:4). دولت‌های تنظیمی اقتصاد و ارائه خدمات را به بخش خصوصی یا بازار واگذار کرده و خود به‌عنوان ناظر کنترل دارد. نهادهای مقررات‌گذار نسبت به قدرت مرکزی مستقل و زیرگروه آن هستند و اعضای آنها مستقیم و غیرمستقیم از طریق مردم یا گروه‌های مردمی و یا مقامات رسمی انتخاب می‌شوند (Moran, 2003:3-4; Bressman et al., 2019). امروزه تحت رویکردهای پسامدرن، دولت‌های تنظیمی به سمت مدل‌های جدیدتری از دولت به نام دولت فراتنظیمی، پیش می‌روند. در این نوع دولت، به جای وحدت در حکمرانی، نوعی حکمرانی متکثر در اداره و تنظیم امور اقتصادی و اجتماعی به کار می‌رود. هنجارها و قوانین اساسی که به صورت جامع و اندک هستند توسط دولت تعیین و نهادهای مقررات‌گذار باید سیاست‌های کلی دولت را در تصمیمات خود لحاظ کنند (Scott, 2003). دولت فراتنظیمی برخلاف دولت تنظیمی دارای مکانیزم کنترلی چندگانه است بدین معنا که مقررات‌گذاری به نهادهای مستقل از دولت واگذار شده و نهادهای خصوصی به رسمیت شناخته می‌شوند (Drahoš, 2017).

مرور رویکردهای نظری نقش دولت که به صورت تاریخی در جوامع مختلف، بویژه غربی به وقوع پیوسته، نشان می‌دهد که به تناسب زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، میزان و چگونگی نقش دولت‌ها در این حوزه متفاوت است. در نظریات مربوط به نقش دولت در توسعه اقتصادی و فرهنگی رویکردهای گوناگون، از دخالت و نقش‌آفرینی حداکثری (دولت‌های تصدی‌گرا)، نقش‌آفرینی متعادل (دولت تسهیل‌گر و حکمران خوب) تا حداقلی (دولت هدایت‌گر) وجود دارد.

وجود رویکردهای مختلف نشان می‌دهد که دولت به‌عنوان یک نهاد تاثیرگذار نقش مهمی در تنظیم مناسبات و ساختارهای موثر بر ایجاد و تداوم پیشرفت اقتصاد فرهنگ داراست. دولت به‌عنوان مهم‌ترین خرده نظام و نهاد اجتماعی می‌تواند حرکت تعاملی نهادهای دیگر را به گونه‌ای تنظیم کند که توسعه به‌طور کلی و توسعه اقتصاد فرهنگ، یعنی رشد حداکثری متعادل و مستمر تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی در سطوح مختلف محقق شود.

توسعه صنایع فرهنگی نیازمند مولفه‌ها و بسترهایی نظیر زیرساخت‌های فنی و قانونی، حمایت‌های مالی و پولی، فراهم کردن شرایط فعالیت و حضور بخش خصوصی، مشارکت جامعه مدنی، جلوگیری از انحصار و حفظ رقابت در جامعه، شکل‌گیری شبکه‌ها و چرخه‌های تولید و توزیع کالا و خدمات فرهنگی، آموزش و تربیت نیروی انسانی، ایجاد مجاری توزیع، بازاریابی و فروش و ... هستند که دولت می‌تواند در ایجاد آنها نقش موثر داشته باشد.

به دلیل تفاوت شرایط جوامع مختلف این نظریه‌ها نمی‌توانند الگوی یکسانی را برای همه توصیه نمایند. از این رو به نظر می‌رسد اگر دولت‌ها برای توسعه اقتصاد فرهنگ خود اقتضایی عمل نمایند، احتمالاً نتایج بهتری بدست خواهند آورد. دولت اقتضایی، دولتی است که ضمن اتخاذ جهت‌گیری نیل به دولت هدایت‌گر، متناسب با شرایط جامعه خود، در موضوعات مختلف اندازه‌های متفاوتی از دخالت را برمی‌گزیند. به‌طور مشخص در توسعه اقتصاد فرهنگ در هر زمینه‌ای که شرایط فراهم است دولت هدایت‌گر بوده و حتی نظارت را به اصحاب همان صنف یا رشته و رشته کاری می‌سپارد. اما هر جا که به هر دلیلی ظرفیت اجتماعی لازم برای نقش‌آفرینی

مردم و بخش خصوصی مستقل از دولت وجود ندارد، دولت می‌تواند از تصدی کامل تا هدایت‌گری کامل درجه‌ای از دخالت را اتخاذ نماید. تاکید بر این نکته لازم است که رویکرد دولت نیل به مرحله هدایت‌گری و پرهیز از تصدی امور است. با توجه به چارچوب نظری مطرح شده، مهم‌ترین پرسش مفهومی این مطالعه این است که دولت در کشورهای پیشرفته و رشد یافته در اقتصادفرهنگ چگونه نقش‌آفرینی کرده است؟ حضور و نقش‌آفرینی دولت‌ها در توسعه اقتصادفرهنگ چگونه است؟

روش تحقیق

در این تحقیق با توجه به اهداف مقاله برای پاسخ به سوال تحقیق، با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل تطبیقی، ابتدا توسعه‌یافتگی اقتصادفرهنگ ایران و دو گروه کشورهای پیشرفته و کشورهای رشد یافته در اقتصادفرهنگ با استفاده از داده‌های موجود مقایسه می‌شود. سپس مدل نقش‌آفرینی دولت‌ها در توسعه‌یافتگی آنها با استفاده از مصاحبه با صاحب‌نظران بررسی خواهد شد. تحلیل تطبیقی به معنای توصیف و تبیین مشابهت‌ها و تفاوت‌های شرایط یا پیامدها در بین واحدهای اجتماعی بزرگ مقیاس و کلان مانند مناطق، ملت‌ها، جوامع و فرهنگ‌هاست (Smelser, 2003: 645). در پژوهش حاضر، گروهی از کشورها جهت مقایسه با وضعیت ایران انتخاب شدند. ملاک معیارسنجی^۱ برای مطالعه تطبیقی، سطح توسعه‌یافتگی و رشدیافتگی کشورها در اقتصادفرهنگ می‌باشد. براساس شاخص‌هایی نظیر درآمد و تجارت صنایع فرهنگی ۲۰ کشور در قالب دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته انتخاب شدند. توسعه‌یافتگی کشورها در اقتصادفرهنگ با میزان درآمد صنایع فرهنگی مهم اعم از فیلم، موسیقی، کتاب، بازی‌های دیجیتال و گردشگری، میزان شاغلین فرهنگی، میزان واردات و صادرات کالاهای فرهنگی تعیین شده است. داده‌های موردنیاز از منابع معتبر در دسترس، سایت‌ها و سازمان‌های مرتبط، مهم‌ترین شاخه‌های صنایع فرهنگی یعنی کتاب، فیلم و موسیقی جمع‌آوری و با روش تحلیل ثانوی تجزیه و تحلیل شده‌اند. براین اساس ۱۰ کشور با بالاترین توسعه‌یافتگی و ۱۰ کشور با بالاترین رشد در اقتصادفرهنگ تعیین و انتخاب شدند. (جدول ۲)

جدول ۲. کشورهای مطالعه شده در اقتصادفرهنگ

توسعه یافته		رشد یافته	
۱	آمریکا	۱	کره جنوبی
۲	انگلیس	۲	ترکیه
۳	چین	۳	تایلند
۴	آلمان	۴	مالزی
۵	فرانسه	۵	ویتنام
۶	ایتالیا	۶	آرژانتین
۷	ژاپن	۷	برزیل
۸	سوئیس	۸	مکزیک
۹	کانادا	۹	شیلی
۱۰	هلند	۱۰	اندونزی

1 Benchmarking

برای بررسی چگونگی نقش‌آفرینی دولت در توسعه اقتصاد فرهنگ این کشورها، با متخصصین خارجی (اعم از خود آن کشورها و یا صاحب‌نظران اقتصاد فرهنگ خارج از این کشورها) و ایرانی مصاحبه عمیق انجام شده است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری متوالی (رعایت کفایت نظری)، شامل موارد شناخته شده یا معروف^۱ و نمونه‌گیری گلوله‌برفی^۲ استفاده شد. بر مبنای یافته‌های نظری، افرادی شناسایی شدند که تخصص، دانش و تجربه لازم برای اظهار نظر در این زمینه را داشته و می‌توانستند دیدگاه‌ها و اطلاعات خود در این باره را برای ما بیان کنند. از آنها خواسته می‌شد که فرد یا افراد واجد شرایط دیگر را به ما معرفی نمایند.

با این شیوه با ۳۰ متخصص ایرانی در حوزه فرهنگ و هنر، به صورت شفاهی و کتبی مصاحبه شد. مصاحبه با این افراد تا جایی ادامه یافت که به پاسخ‌های تقریباً تکراری یعنی به اشباع نظری رسیدیم. ما بطور دائم در طول مصاحبه‌ها با اجرای کدگذاری و رفت و برگشت به نظریه‌ها به کنکاش بیشتر پرداخته تا در رسیدن به اشباع نظری اطمینان بیشتری بدست آوریم.

با وجودی که در هر گروه کشورهای پیشرفته و رشدیافته ۱۰ کشور اول بررسی شده اند اما علیرغم تلاش‌های زیاد خود، نتوانستیم با متخصصان همه این کشورها ارتباط برقرار کنیم. مصاحبه با ۳۵ نفر از متخصصین خارجی در ده کشور منتخب از میان کشورهای مورد مطالعه شامل چین، آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ژاپن، کانادا، کره جنوبی، ترکیه، برزیل و اندونزی به صورت کتبی انجام شد (جدول اسامی متخصصین در پیوست مقاله ارائه شده است). با توجه به مدل نظری تحقیق، برای بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ (تولید، توزیع و مصرف فرهنگی)، پرسشنامه‌ای حاوی سوالات باز و بسته در مورد نقش‌آفرینی دولت تدوین شد که علاوه بر اینکه متخصصین درباره میزان حضور و نقش‌آفرینی دولت در بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ اظهار نظر می‌کردند، بصورت تشریحی توضیحاتی نیز درباره آنها ارائه می‌نمودند. در این بخش نیز در حد ضرورت و امکان رفت و برگشت بین ما و پاسخگویان انجام شده است. داده‌های حاصل از مصاحبه با متخصصین شامل دو قسمت پاسخ‌های کمی و کیفی بود که تحلیل نتایج بخش کیفی آن با روش تحلیل تماتیک و بخش کمی با نرم‌افزار spss انجام شد.

لازم به ذکر است که در انجام مطالعه مقایسه‌ای میان ایران و کشورهای دیگر به‌ویژه ترکیه، شباهت‌ها و تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی توأمان در این مطالعه مورد نظر است. بر این اساس در بررسی و به‌کارگیری تجربیات و اقدامات مهم دولت‌ها در جهت توسعه اقتصاد فرهنگ، غالباً روش‌ها و اقدامات دولت‌ها که قابلیت پیاده‌سازی آنها در ایران را دارند، مورد تأکید واقع شده‌اند و محقق نسبت به تفاوت‌ها آگاه است.

یافته‌های تحقیق

مقایسه توسعه اقتصاد فرهنگ در کشورهای منتخب

صنعت فیلم و سینما از مهم‌ترین صنایع فرهنگی ثروت‌ساز جهان و میزان درآمد آن از طریق فروش گیشه^۳ مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به آخرین داده‌های موجود، میانگین درآمد سینما در کشورهای توسعه‌یافته ۲٫۸ میلیارد دلار می‌باشد. آمریکا با درآمد ۱۱ میلیارد دلاری و پس از آن چین با درآمد ۹٫۱ میلیارد دلاری در صدر این کشورها قرار دارند. میانگین درآمد صنعت فیلم‌سازی در کشورهای

1 Reputational Case Sampling

2 Snowball Sampling

3. Box Office

رشد یافته در اقتصاد فرهنگ ۴۵۰ میلیون دلار است. کره جنوبی در صدر با درآمد ۱٫۵ میلیارد دلاری قرار دارد و سهم ایران از درآمد فیلم ۳۵٫۷ میلیون دلار است (Motion Picture Association of America, 2018).

به گزارش IFPI میانگین درآمد موسیقی کشورهای توسعه یافته حدود ۱٫۳۵ میلیارد دلار است. بیشترین درآمد صنعت موسیقی متعلق به آمریکا با حدود ۵٫۹ میلیارد دلار و پس از آن ژاپن با ۲٫۷ میلیارد دلار می باشد. میانگین درآمد موسیقی در کشورهای رشد یافته ۶۴۰٫۶ میلیون دلار می باشد. کره جنوبی با ۴٫۹ میلیارد دلار با فاصله بسیار زیاد دارای بیشترین درآمد در صنعت موسیقی در این گروه کشورها می باشد (Global Music Report, 2020). سهم ایران از این درآمد ۲۸ میلیون دلار است که فاصله بسیاری با ترکیه دارد (WIPO, 2018).

براساس گزارش چشم انداز نشر و سازمان یونسکو، میانگین کشورهای توسعه یافته در نشر ۴٫۴۶ میلیارد دلار است. بیشترین درآمد نشر متعلق به آمریکا با حدود ۱۵٫۹ میلیارد دلار، پس از آن ژاپن با ۸٫۳۶ میلیارد دلار و آلمان ۵٫۷ میلیارد دلار قرار دارند. میانگین صنعت نشر در میان کشورهای رشد یافته ۱٫۳ میلیارد دلار است. کره جنوبی با ۲٫۸ میلیارد دلار درآمد در صدر و پس از آن برزیل با درآمد ۱٫۶ میلیارد، آرژانتین ۱٫۳ و ترکیه با ۱٫۲ میلیارد دلار دارند. میزان درآمد ایران از چاپ کتاب ۲۶ میلیون دلار است (Cultural times, 2015).

بازی های رایانه ای منبع غنی خلق ارزش اعم از فرهنگی و اقتصادی هستند. به گزارش موسسه Newzoo گردش مالی بازی های دیجیتال در جهان ۱۱۹٫۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ است. به گزارش سازمان کسب و کار جهانی، کشور چین با بیشترین نرخ رشد ۱۳٫۶ درصد و ۳۴٫۴ میلیارد دلار درآمد، و جمعیت ۸۱۴ میلیونی مشتاق به بازی های دیجیتال در رتبه اول درآمدی بازی های دیجیتال قرار گرفته است. پس از آن آمریکا با میزان درآمد ۳۱٫۵ میلیارد دلار پس از چین قرار دارد. میانگین درآمد بازی های دیجیتال در کشورهای رشد یافته ۱٫۳ میلیارد دلار می باشد. کره جنوبی با درآمد ۵٫۷ میلیارد دلار دارای بیشترین درآمد در بازی های دیجیتال در میان کشورهای این گروه می باشد. درآمد ایران در صنعت بازی دیجیتال ۴۸۷ میلیون دلار است (Games Market Data, 2020).

ارزش اقتصادی صنایع فرهنگی بر حسب درآمد حاصله از صنایع فرهنگی و تعداد مشاغل ایجاد شده در این حوزه تعیین می شود. میانگین سهم مشاغل فرهنگی در کشورهای توسعه یافته در اقتصاد فرهنگ ۶٫۲ درصد و در کشورهای رشد یافته ۶٫۱ درصد می باشد. تعداد شاغلین فرهنگی در ایران ۲٫۵ درصد از کل جمعیت شاغل را به خود اختصاص می دهد (Cultural times, 2015:12).

نیروهای متخصص حوزه فرهنگ و هنر نیز از مولفه های مهم توسعه اقتصاد فرهنگ به ویژه در بخش تولید کالا و خدمات فرهنگی است. به گزارش یونسکو، میانگین فارغ التحصیلان هنر در کشورهای توسعه یافته ۱۲٫۴ درصد از کل فارغ التحصیلان می باشد. آمریکا با سهم ۱۹٫۶ درصدی در صدر این کشورها و پس از آن انگلیس با سهم ۱۵٫۳ درصدی و ژاپن ۱۵ درصدی قرار دارند. میانگین درصد فارغ التحصیلان هنر در کشورهای رشد یافته ۶٫۷ درصد از کل می باشد. کره جنوبی با سهم ۱۶٫۹ درصدی دارای بیشترین درصد و پس از آن ترکیه با ۱۰٫۸ درصد قرار دارد. از کل فارغ التحصیلان دانشگاهی ایران ۷٫۶ درصد در رشته های هنر هستند. این اندازه کمی بیشتر از میانگین کشورهای رشد یافته است و نشان می دهد که نیروی انسانی لازم برای توسعه اقتصاد فرهنگ کشور وجود دارد اما به کار گرفته نمی شود و یا کارایی لازم را ندارند. در کشورهای پیشرفته فرصت های شغلی بیشتری برای دانش آموختگان دانشگاه ها از طریق صنعت فرهنگی فراهم می شود و این بخش از جامعه در جهت افزایش تولید، بهره وری و ارزش افزوده به کار گرفته می شوند.

امروزه عرضه کالاهای فرهنگی هم پا و به اندازه تولید آنها مهم و سهم به سزایی در افزایش تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده اقتصادی دارد (The Globalisation of Cultural Trade, 2015:13). طبق گزارش تجارت جهانی فرهنگی یونسکو، میانگین صادرات صنایع فرهنگی در کشورهای توسعه یافته در اقتصاد فرهنگ ۱۵٫۴ میلیارد دلار می باشد. چین با ۶۰ میلیارد دلار صادرات صنایع فرهنگی در سال پیشتاز است. پس از آن آمریکا با ۲۷٫۸ میلیارد، و انگلیس با ۱۶٫۴ میلیارد دلار قرار دارند. میانگین صادرات

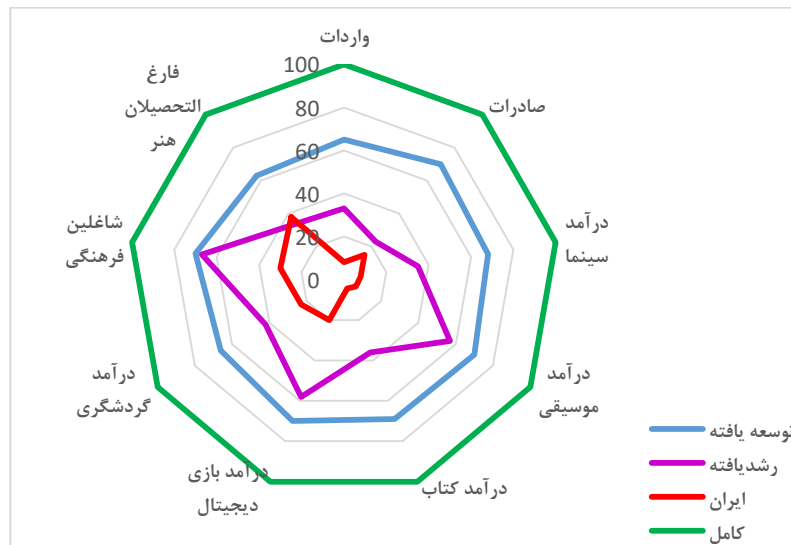
صنایع فرهنگی در کشورهای رشدیافته ۱,۶ میلیارد دلار می‌باشد. ترکیه با ۴,۱۹ میلیارد دلار دارای بیشترین میزان صادرات صنایع فرهنگی در میان کشورهای رشدیافته می‌باشد (The Globalisation of Cultural Trade, 2015:11). همچنین میانگین واردات کالاهای فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته در اقتصادفرهنگ ۹,۹ میلیارد دلار است و آمریکا با ۳۰,۳ میلیارد دلار در صدر این کشورها قرار دارد. میانگین واردات کالاهای فرهنگی به کشورهای رشدیافته، حدود ۱ میلیارد دلار می‌باشد. براساس گزارش کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد)^۱ درآمد ایران از صادرات کالاهای فرهنگی که بخش اعظمی از آن متعلق به هنرهای دستی نظیر فرش بوده است ۶۵۵ میلیون دلار و واردات آن ۱۲۲ میلیون دلار می‌باشد (UNCTAD, 2018:239).

جدول ۳. مقایسه میانگین مولفه‌های اقتصادفرهنگ در کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته با ایران

کشورها	سینما (میلیون دلار)	موسیقی (میلیون دلار)	نشر (میلیون دلار)	بازی دیجیتال (میلیون دلار)	درصد شاغلین فرهنگی	درصد فارغ التحصیلان هنر	واردات (میلیون دلار)	صادرات (میلیون دلار)
توسعه- یافته	۲۸۶۸	۱۳۵۸	۴۴۶۰	۱۰۲۴۸	۶,۲	۱۲,۴	۹۹۶۲	۱۵۴۶۰
رشدیافته	۴۳۲	۶۴۰	۱۳۰۴	۱۳۰۳	۶,۱	۶,۷	۱۰۶۸	۱۶۹۶
ایران	۳۵,۷	۲۸	۲۶	۴۸۷	۲,۵	۷,۶	۱۲۲,۵	۶۵۵

منبع: یونسکو، ۲۰۱۹؛ گزارش جهانی موسیقی، ۲۰۱۹؛ سازمان کسب و کار جهانی، ۲۰۱۹.

شاخص توسعه اقتصادفرهنگ از نمرات نسبی اجزای آن که در بخش‌های قبلی توصیف شد ساخته شده است. دامنه این شاخص از صفر تا صد است. میانگین شاخص توسعه اقتصادفرهنگ در کشورهای توسعه‌یافته ۷۴ و بیشترین مقدار متعلق به آمریکا با نمره ۹۳,۶ و کمترین آن هلند با نمره ۵۶,۴ است. میانگین شاخص توسعه اقتصادفرهنگ در کشورهای رشدیافته ۳۷ و بیشترین نمره شاخص متعلق به کره جنوبی با نمره ۶۵,۷ و پس از آن ترکیه با نمره ۴۷,۲ است. نمره ایران در این شاخص ۱۷ است. تفاوت میانگین‌ها معنادار است. نمره شاخص توسعه اقتصادفرهنگ ایران فاصله آن را با کشورهای رشدیافته و توسعه‌یافته نشان می‌دهد. در نمودار رادار ۱ رشد و تعادل اجزای مختلف توسعه‌یافتگی اقتصادفرهنگ کشورهای مورد مطالعه نشان داده شده است. در الگوی توسعه علاوه بر رشد، تعادل میان مولفه‌ها نیز مهم است. هرچند الگوی توسعه کشورهای توسعه‌یافته (رنگ آبی) هم با مدل توسعه-یافتگی کامل (رنگ سبز) فاصله دارد، لیکن اقتصادفرهنگ کشورهای توسعه‌یافته، پیشرفته‌تر و به شرایط ایده‌آل و کامل نزدیک‌تر و از تعادل بیشتری برخوردار است. کشورهای رشدیافته رشد و تعادل کم‌تری در توسعه‌یافتگی اقتصادفرهنگ دارند. اقتصادفرهنگ ایران هم در رشد و هم در تعادل فاصله زیادی با هر دو گروه کشورهای بررسی شده دارد که گویای توسعه‌نیافتگی آن می‌باشد.



نمودار ۱. مقایسه الگوی توسعه اقتصادفرهنگ ایران و کشورها

مقایسه نقش دولت در توسعه اقتصادفرهنگ ایران و کشورهای منتخب

چون دولت مهم‌ترین نهادی است که می‌تواند تغییر و تحول در توسعه ایجاد کند، ما نقش دولت‌ها را در این کشورها بررسی کردیم و نشان دادیم که در این دو گروه و ایران دولت چه اندازه و چگونه نقش‌آفرینی کرده‌اند. در این بخش نتایج حاصل از مصاحبه، مکاتبات و پاسخ‌های متخصصین کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته و ایران در اقتصادفرهنگ ارائه می‌گردد. از متخصصین خواسته شد نظر خود را درباره میزان نقش‌آفرینی دولت‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ، اعم از تولید، توزیع و مصرف و اجرای آن هم به صورت کمی در قالب نمره‌دهی (از ۲- تا ۲+) به گزینه‌های ارائه شده و هم به صورت کیفی به صورت توضیحات تکمیلی بیان کنند. لازم به ذکر است که زیاد یا کم بودن نمره نقش‌آفرینی دولت به معنای موفق یا درست بودن الگوی دولت در این حوزه نیست، بلکه نشان‌دهنده الگوی مناسب برای مدیریت آن جهت دستیابی به رشد و توسعه است. در ادامه نتایج در دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته در اقتصادفرهنگ به تفکیک ارائه می‌شود.

کشورهای توسعه‌یافته

متخصصین درباره میزان نقش‌آفرینی دولت به تفکیک در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ نمره‌ای از ۲- تا ۲+ داده‌اند که میانگین این نمرات در جدول ۳ قابل مشاهده است. میانگین مرکب یا میانگین میانگین‌ها نشان‌دهنده شاخص نقش‌آفرینی دولت در هر کشور هست. در میان کشورهای توسعه‌یافته در اقتصادفرهنگ چین با میانگین ۰,۳۴ دارای بیشترین نمره شاخص نقش‌آفرینی دولت است. پس از آن انگلیس با نمره ۰,۲۶، فرانسه با نمره ۰,۲۱، ژاپن ۰,۱۵ قرار دارند. کمترین نمره شاخص نقش‌آفرینی دولت در توسعه اقتصادفرهنگ در میان کشورهای توسعه‌یافته متعلق به آمریکا با نمره ۰,۱۵- می‌باشد.

به گفته متخصصین چینی، به طور کلی دولت چین مهم‌ترین نهاد نقش‌آفرین در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ و تا حدودی نیز به دلیل تغییر سیاست‌های اقتصادی دولت، بخش خصوصی نیز در این حوزه وارد شده است. در چین دولت هم‌چنان نقش پررنگی

در توسعه دارد به‌همین دلیل به سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و نظارت به‌طور هم‌زمان می‌پردازد. به گفته متخصصین در حوزه آموزش و پژوهش دولت چین از طریق اعطای کمک‌های مالی به دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی از این حوزه حمایت می‌کند، اما این حمایت‌ها محدود است. آنها بیان کردند که دولت چین از طریق برنامه خوشه‌های خلاق (Creative Clusters) از کسب و کارهای فرهنگی و صنایع خلاق حمایت می‌کند و با تشخیص این‌که خلاقیت نیروی محرکه اصلی اقتصاد در جامعه پسا صنعتی است، اخیراً مجموعه‌ای از "خوشه‌های خلاق" - پارک‌های صنعتی اختصاص داده شده به صنایع رسانه‌ای و مناطق هنری - را به منظور ارتقاء توسعه صنایع خلاق و فرهنگی ایجاد کرده است. اخیراً دولت چین برای انواع جدید اقتصاد در حوزه خلاق و فرهنگی مانند اقتصاد پلتفرمی برنامه‌ریزی و به‌دنبال حذف انحصار و ایجاد شرایط رقابت برای توسعه در این حوزه است و در این حوزه قوانینی نیز وضع کرده است. آنها معتقدند که دولت چین درست است که شرایط را برای رقابت میان کسب‌وکارها فراهم و در این حوزه قانون‌گذاری می‌کند اما عموماً از سرمایه‌گذاری‌ای که به نحوی در آن دخالت نداشته یا دست کم فقط بر آن نظارت داشته باشد، حمایت نمی‌کند. دولت چین برنامه مشارکت عمومی خصوصی را مانند بسیاری از کشورها در حوزه‌های مهم اقتصادی و زیرساختی از دهه ۸۰ میلادی در دستور کار خود قرار دارد و با گذشت زمان خطاها و نقایص آن را برطرف نمود تا با این شیوه فشارهای تامین مالی از روی دوش دولت برداشته، و با جذب سرمایه‌گذاری‌های مختلف، زیرساخت‌های کشور با سرعت مناسبی رشد نماید. بخش فرهنگ، هنر و صنایع خلاق نیز از این برنامه مستثنی نیستند. از نظر متخصصین کار تخصصی و حرفه‌ای در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق در چین کار بسیار دشوار و متزلزلی است که بایستی توسط دولت مورد حمایت قرار بگیرد. متخصصین معتقدند که با وجود برنامه‌های مختلف دولت چین، هنوز عدالت فرهنگی به معنای دسترسی یکسان به محصولات و خدمات فرهنگی برای همه اقشار مردم به‌خوبی عملی نشده است.

هم‌چنین بازاریابی، تبلیغات و فرهنگ مصرف‌کننده در چین از مهم‌ترین سیاست‌های دولت چین در حوزه بازاریابی، جهانی‌شدن و اقتدارگرایی اقتصادی می‌باشد. ترکیب مدل‌های غربی و فرهنگ چینی با عنوان مدرنیته متعادل در نیازسنجی، بازاریابی، تبلیغات و بازاریابی منعکس شده است. به گفته متخصصین، با اینکه چین به‌جهت بازاریابی جهانی برخی استانداردهای جهانی و به‌نوعی آمریکایی را که متناسب آموزه‌ها و ارزش‌های فرهنگی خود است را با هدف دیپلماسی توسعه مسالمت‌آمیز برد-برد پذیرفته. اما هم‌چنان به ارزش‌های چینی در قالب جامعه ایده‌آل با توجه به ارزش‌های فرهنگی سنتی چین جهانی برای همه پایبند و از آن حمایت می‌کند. از نظر آنها امنیت فرهنگی در سال‌های اخیر در چین و به‌ویژه توسط دولت به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. استدلال می‌شود که در عصر ارتباطات و اطلاعات، تهدیدها و فرصت‌هایی برای فرهنگ چین وجود دارد. از نظر آنها سیاست‌های امنیت فرهنگی در چین با هدف ایجاد ابزارهای موثر قدرت نرم ملی استفاده می‌شود. این سیاست‌ها هم در داخل و هم در خارج به هویت فرهنگی چین اجازه می‌دهد تا اصلاح، بازسازی و ارائه مجدد شوند و آنها را محدود نمی‌کند.



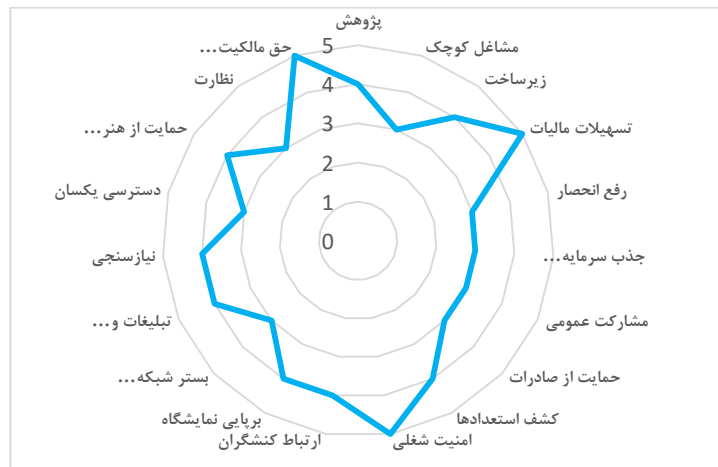
نمودار ۲. نقش آفرینی دولت چین در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

به اعتقاد متخصصان انگلیسی، دولت و بخش خصوصی مهم‌ترین نهادهای نقش‌آفرین در **انگلستان** هستند و اقتصادفرهنگ بدون ارجاع به سیاست‌های فرهنگی دولت قابل درک نیست. با رشد صنایع فرهنگی در اواسط قرن بیستم، سیاست‌های فرهنگی در ابتدا در مقابل تجاری‌سازی، صنعتی و کالایی شدن فرهنگ همراه با رویکردی سنتی به تقویت هویت ملی تدوین شد. در عین حال یارانه دولتی و حمایت از آموزش فرهنگی در دستور کار دولت قرار گرفت. اما به مرور افزایش روزافزون اهمیت صنایع سرگرمی و بحث اوقات فراغت و تاثیر آنها بر اقتصادملی، دولت‌ها انگلیس را به سمت سرمایه‌گذاری و حمایت از این بخش سوق دادند. امروزه فعالیت‌های هنری مانند تئاتر، موسیقی و رقص در سیاست‌های فرهنگی دولت‌ها تعریف و از آنها حمایت می‌شود و سیاست‌گذاران شهری مدتی است که در سیاست‌گذاری‌ها به تولید و مصرف فرهنگی شهری و احداث مراکز و شهرهای خلاق و کسب درآمد از آنها علاقه نشان می‌دهند. امروزه سیاست‌گذاران انگلیسی سیاست‌های فرهنگی را با سیاست‌های اقتصادی در هم می‌آمیزند و به محصولات فرهنگی به عنوان صنایع باارزش افزوده بالا می‌نگرند. مشوق‌های پولی و مالیاتی به عنصری مهم در تلاش دولت‌ها برای اداره و تنظیم فرهنگ تبدیل شده است. دولت انگلیس به همه صنایع فرهنگی توجه دارد و یارانه و بودجه به آنها اختصاص می‌دهد، اما به هنرهای سنتی و برگرفته از هنرهای عامیانه توجه بیشتری دارد. حتی صنایع فرهنگی مستقل، مانند سینماهای هنری مستقل در کنار اپرا و تئاترهای منطقه‌ای تامین مالی و یارانه‌ای می‌شده‌اند. هر چند حضور جناح‌های سیاسی چپ و راست در گسترش دموکراتیک بودجه هنر تاثیر می‌گذارد. از نظر متخصصین انگلیسی، دولت هم‌چنان به عنوان مهم‌ترین نهاد نقش‌آفرین در اقتصادفرهنگ است و در همه حوزه‌ها اعم از سیاست‌گذاری، اجرا و نظارت بر این حوزه حضور دارد.



نمودار ۳. نقش‌آفرینی دولت انگلیس در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

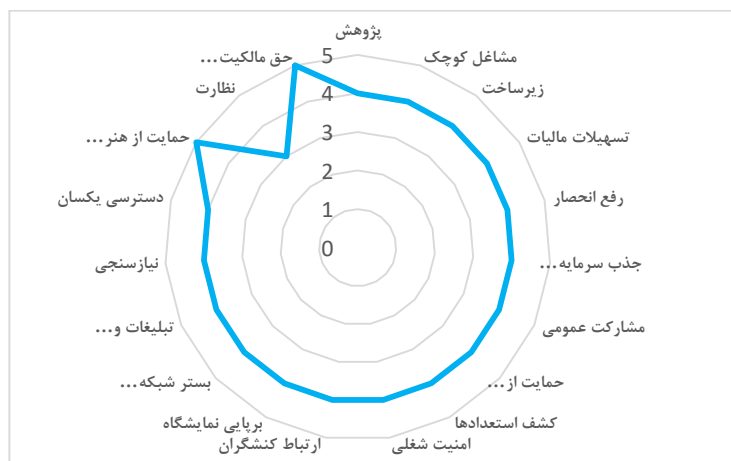
به عقیده متخصصین فرانسوی، دولت فرانسه در همه حوزه‌های سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و نظارت بر محتوا و همچنین اجرا نقش دارد، اما تنها بازیگر اصلی نیست. در کنار دولت، بخش خصوصی نیز که شامل شرکت‌های بزرگ و اشخاص سرمایه‌گذار، تولید کننده و تاثیرگذار بر صنایع فرهنگی، مانند فیلم در اقتصاد فرهنگ نقش دارند. به اعتقاد متخصصین دولت فرانسه، به ظاهر حامی خوبی برای بخش فرهنگ و هنر است اما از نظر آنها گاهی این حمایت‌های بیش از اندازه می‌تواند مخرب باشد. دولت یا خود مراکز تحقیقاتی و آموزشی را تأسیس می‌کند و یا اینکه از آنها به اشکال مختلف حمایت می‌کند. به اعتقاد متخصصین فرانسوی، حمایت‌های زیادی از جانب دولت در قالب یارانه‌ها به کسب و کارهای کوچک تعلق نمی‌گیرد. دولت فرانسه در زیرساخت‌های فیزیکی مانند امکانات، تجهیزات و مکان‌های فرهنگی و هنری سرمایه‌گذاری کرده و از نظر مالیاتی حمایت‌های زیادی از صنایع فرهنگی از جمله سینما و صنعت فیلم‌سازی می‌کند. بیشتر نیروی انسانی با استعداد تربیت شده از طریق مدارس که تحت حمایت دولت هستند کشف می‌شوند. همچنین دولت سیستم تأمین اجتماعی قوی‌ای دارد که مشاغل دارای شرایط نامطئن در این صنعت را حفظ می‌کند. از نظر متخصصین برنامه‌های عدالت فرهنگی دولت موفق نبوده است و دولت نتوانسته در مورد میزان دسترسی یکسان به محصولات و خدمات فرهنگی برای همه اقشار مردم به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کند.



نمودار ۴. نقش آفرینی دولت فرانسه در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

بنابر نظر متخصصین ژاپنی، دولت در کنار بخش خصوصی که وزن بیشتری در رشد صنایع فرهنگی و توسعه آنها دارند، نقش-آفرینی می‌کند. به نظر آنها شرکت‌های خصوصی با ایجاد بازار قوی داخلی به رشد صنایع فرهنگی در ژاپن، کمک زیادی کرده‌اند، در حالی که دولت از طریق سیاست‌های خود در این حوزه، نقش بسیار معتدلی ایفا می‌کند. دولت ژاپن از صنعت گردشگری حمایت و به ترویج و گسترش آن پرداخته است. در دهه اخیر این حمایت‌ها تسریع شده و برخی دولت‌های محلی اقدامات زیادی را برای ارتقا فعالیت‌های فرهنگی و صنایع فرهنگی انجام می‌دهند. صنایع فرهنگی، بازار نسبتاً وسیعی در ژاپن در مقایسه با سایر کشورها دارند، اما به گفته متخصصین، بازار داخلی کوچک شده و ژاپن در تلاش برای گسترش بازارهای خارجی خود است. از نظر متخصصین ژاپنی، در توسعه صنایع فرهنگی، شرکت‌های خصوصی نقش مهمی در ژاپن ایفا می‌کنند. برای مثال، صنایع مرتبط با کامپیوتر بخش بزرگی از صنایع خلاق را تشکیل می‌دهند و به سرعت در ژاپن رشد می‌کنند. از سوی دیگر، صنایع فرهنگی عمومی و یا شکننده از لحاظ مالی مانند موزه‌ها، کتابخانه‌ها و مکان‌های نمایشی که اکثر آنها سازمان‌های غیرانتفاعی نیز هستند، تا حد زیادی توسط دولت‌های محلی حمایت می‌شوند. برای صنعت نشر، مقرراتی برای حفظ قیمت فروش مجدد آنها وجود دارد که معاف از مقررات انحصاری و قانون حق چاپ هستند. البته با توجه به دیجیتالی شدن سریع نیز این مقررات با مشکلاتی مشابه در جهان مواجه شده است.

قوانین کپی‌رایت در مورد صنایع فرهنگی نظیر صنعت نشر و فیلم‌سازی و برای توسعه صنایع فرهنگی به شدت در ژاپن مورد پیگیری و اجراست. در کل پروژه‌های توسعه صنایع فرهنگی با همکاری انجمن‌ها انجام می‌گیرد. متخصصین ژاپنی معتقدند که، بسته به دسته‌بندی صنایع فرهنگی، نقش و سهم دولت متفاوت است. با این حال، می‌توان گفت که به دلیل مشکلات مالی، دولت‌های ملی-محلی در حال حاضر حمایت خود را از صنایع فرهنگی کمتر کرده و این بخش‌ها باید منابع بیشتری از سازمان‌های غیرانتفاعی (NPOs) و همچنین بازار تامین کنند.

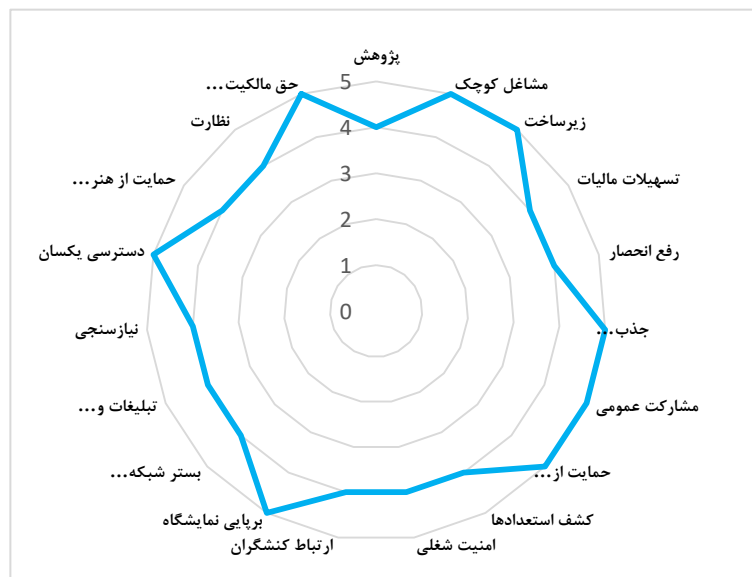


نمودار ۵. نقش‌آفرینی دولت ژاپن در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

از منظر متخصصین آلمانی، با وجود بزرگ شدن بخش خصوصی و همچنین اقتصاد اجتماعی در آلمان، دولت همواره در بسیاری از عرصه‌ها به‌خصوص بخش فرهنگ و هنر پیش‌قدم بوده است اما خود به‌عنوان سیاست‌گذار، تسهیل‌گر و ناظر نقش داشته است. در چند دهه گذشته آلمان در صنایع فرهنگی رشد زیادی کرده است. با ایجاد زیرساخت‌های فنی و دیجیتالی بسیاری از صنایع و کسب و کارهای فرهنگی در آلمان توانسته‌اند از طریق حمایت‌های پولی و مالی دولت در ابتدای کار و پس از آن تبدیل شدن به شرکت‌های بزرگ در حوزه هنر مانند موسیقی توسعه قابل توجهی در سطح بین‌المللی داشته باشند. توسعه بازارهای اجتماعی فرهنگ و هنر، توسعه اقتصاد دیجیتال و امکانات و زیرساخت‌های آن باعث شده است که بسیاری از تولیدکنندگان کسب و کارهای فرهنگی الگوی کسب و کار خود را با آن تطبیق داده و پیشرفت کنند. از جمله مشکلاتی که در این حوزه وجود داشت، فقدان کسب و کارهای کوچک و متوسط بود که کمیسیون اروپا برای حل این مسئله در سال ۲۰۱۳ طرح‌هایی را برای ارائه ابزارهایی نظیر سرمایه‌گذاری، تامین مالی، بودجه دولتی، تسهیلات بانکی به دولت‌های اروپایی ارائه داد. در این راستا دولت آلمان با به‌کارگیری ابزارهای پولی، مالی و قانونی و از طریق بخش خصوصی موفق به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های فرهنگی به‌خصوص دیجیتال گردید. صنایع فرهنگی با حمایت‌های قانونی و نظارتی دولتی، به‌واسطه راهبرد متنوع‌سازی خود در کنار بخش‌های دیگر اقتصاد خلاق و فرهنگی درصدد تنظیم روند اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و در نهایت توسعه این بخش برآمده است. به گفته متخصصین، آلمان نیز مانند بسیاری از کشورها درگیر مسائل مربوط به حق کپی‌رایت و محافظت از آثار فرهنگی است. که دولت آلمان همواره درصدد بازنگری و اصلاح این قوانین با توجه به پیشرفت‌ها و به‌وجود آمدن پلتفرم‌های مختلف در تجارت آثار فرهنگی می‌باشد. بر این اساس آلمان جزو پیشگامان تنظیم و اجرای قوانین حقوق مولفان است. به‌طوری‌که در سال ۱۹۶۵ طبق قانونی که دولت در حمایت از حقوق مولفان تنظیم کرده بود، پدیدآورندگان آثار فرهنگی در قبال دریافت غرامت عادلانه^۱ از حق خود برای تایید استفاده و یا ممنوعیت استفاده از آثار خود صرف‌نظر و در این شرایط مردم می‌توانستند به‌صورت قانونی برای استفاده شخصی از این آثار کپی کنند. همچنین نظام مالیاتی برای کپی‌برداری شخصی نیز تنظیم شده است.

1 Fair Compensation

متخصصین بیان کردند که آلمان مانند بسیاری از کشورهای اروپایی از نظام آموزشی و مراکز آموزشی- پژوهشی فرهنگی هنری خوبی برای آموزش مهارت‌های مربوط به صنایع فرهنگی هنری در دوره مدرسه، دانشگاه و تحصیلات تکمیلی برخوردار است که بسیاری از آنها دولتی و تحت حمایت دولت هستند.

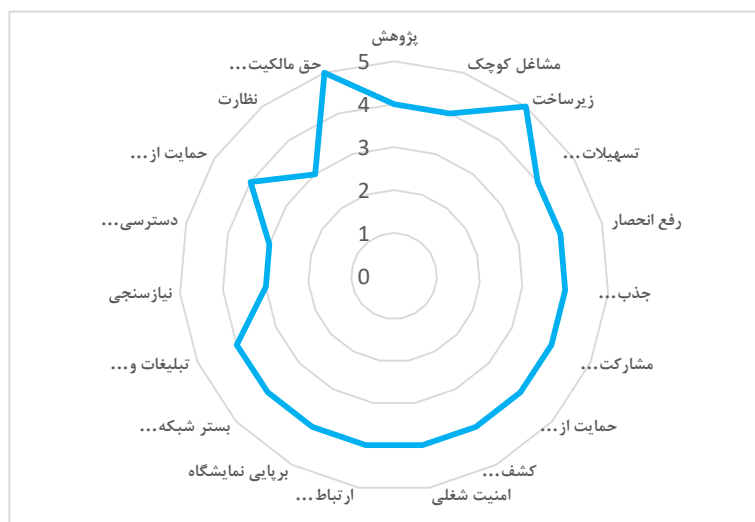


نمودار ۶. نقش آفرینی دولت آلمان در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

به گفته متخصصین کانادایی، صنایع فرهنگی در **کانادا** از طریق مشارکت بین نهادهای دولتی فدرال، آژانس‌های دولتی استانی و شهری، شرکت‌های بخش خصوصی و بازیگران متعدد جامعه مدنی مانند اتحادیه‌های صنایع فرهنگی، هنرمندان مستقل و گروه‌های حمایتی اداره می‌شوند. متخصصین معتقدند که دولت کمابیش در همه حوزه‌ها اعم از سیاست‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و نظارت در صنایع فرهنگی ایفای نقش می‌کند.

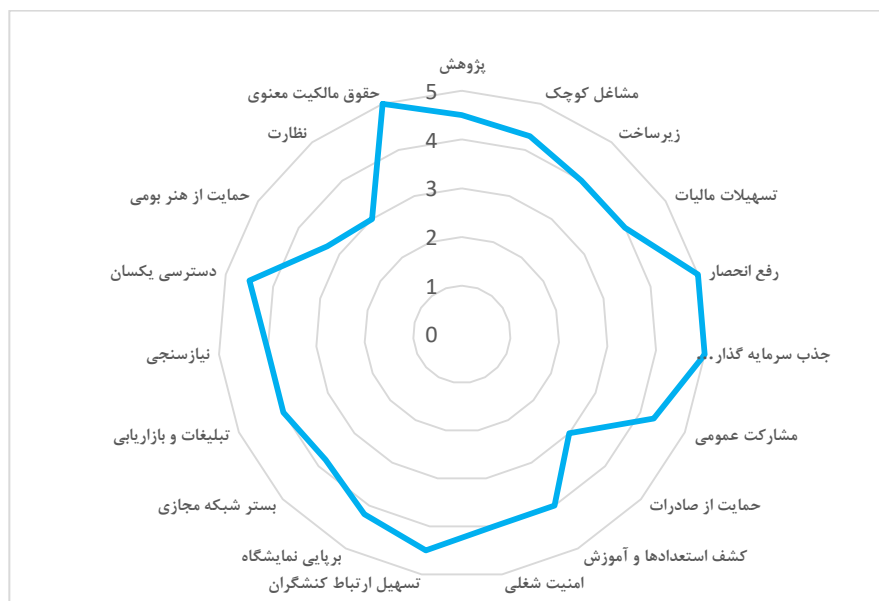
به گفته متخصصین، سیستم حاکمیت چند سطحی در زمینه فرهنگی حاکم است. بدین معنا که دولت فدرال به عنوان نقطه اصلی تماس معاهدات، کنوانسیون‌ها و مشارکت‌های فراملی عمل می‌کند، اما دولت‌های استانی، به ویژه دولت کبک، نقش‌های برجسته‌ای در ابتکارات خاصی مانند الحاق کانادا به کنوانسیون حفاظت یونسکو ایفا کرده‌اند. موسسات و سازمان‌های فرهنگی با سطحی از دولت که تناسب بیشتری با شرایط خود را دارد، برای اخذ بودجه و سایر انواع حمایت‌ها از فعالیت‌های خود ارتباط برقرار می‌کنند. به عنوان مثال، موزه‌های کوچک محلی معمولاً از دولت‌های محلی خود حمایت دریافت می‌کنند، اما می‌توانند برای حمایت از پروژه‌ها یا ابتکارات خاص به سازمان‌ها و برنامه‌هایی در سطح استان و فدرال مراجعه کنند. به طور مشابه، موزه‌های استانی عمدتاً از طریق دولت‌های استانی خود پشتیبانی می‌شوند، اما در مواردی ممکن است در پروژه‌های خاص با موزه‌های فدرال و شهرداری همکاری کنند. علاوه بر این، انجمن‌های فرهنگی استانی و انجمن‌های ملی و سازمان‌های غیر انتفاعی که به صنایع فرهنگی خدمات و مشاوره ارائه می‌دهند و به عنوان سخنگوی آنها در هنگام برخورد با دولت‌ها در موضوعات مربوط به سیاست فرهنگی فعالیت می‌کنند. این الگوی رفتاری در همه بخش‌های فرهنگی مانند فیلم، نشر، ضبط موسیقی، هنرهای نمایشی و تجسمی نیز رخ می‌دهد. همچنین،

حق مالکیت معنوی و کپی‌رایت مشمول مقررات خاصی در کانادا است-پخش توسط کمیسیون رادیو تلویزیون و مخابرات کانادا و حق چاپ توسط هیئت حق چاپ کانادا صورت می‌گیرد. همه جنبه‌های دیگر فرهنگ (مانند سایر بخش‌های جامعه) تابع قوانین مختلف فدرال و استانی هستند که شامل کار، حقوق مالکیت، مالیات و غیره نیز می‌شود.



نمودار ۷. نقش‌آفرینی دولت کانادا در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

به گفته متخصصین در آمریکا بیش از دولت، بخش خصوصی، جامعه مدنی و هنرمندان در بخش فرهنگ و هنر و صنایع فرهنگی نقش‌آفرینی می‌کنند و نقش مهمی در توسعه آن دارند. با توجه اینکه دولت آمریکا، جزو دولت‌های تنظیم‌گر قرار دارد، تنها جایی که دولت مرکزی در آن نقش‌آفرینی می‌کند بخش سیاست‌گذاری است، آن هم در کلیات و سیاست‌گذاری‌های جزئی و مقررات-گذاری به‌عهده دولت‌های محلی و ایالات می‌باشد. به گفته متخصصین دولت در تنظیم و مقررات‌گذاری صریح در حوزه فرهنگی فعالیت چندانی ندارد و سیاست‌ها و رویه‌های بازار آزاد در اقتصادفرهنگ جریان دارد. در آمریکا جامعه مدنی در قالب انجمن‌ها و خیریه‌ها و هم‌چنین بخش خصوصی در قالب کمپانی‌های بزرگ نقش‌آفرینی می‌کنند. تا جایی که از استعدادیابی، تربیت نیروی انسانی، تولید، توزیع و بازار را تحت اختیار خود دارند. در حوزه اقتصادفرهنگ سیاست اصلی دولت، ایجاد بسترهای مناسب برای رشد بخش خصوصی و هم‌چنین حفاظت و ارتقا قانون کپی‌رایت بوده است. قانون کپی‌رایت ایالات متحده به نویسندگان، تولیدکنندگان فیلم، آثار موسیقی و آثار هنری انحصار استفاده از آثار خود را تا ۹۵ سال می‌دهد. افرادی که می‌خواهند آثار خود را منتشر، ترجمه یا توزیع کنند، باید هزینه استفاده را به خالق بپردازند. و سازنده می‌تواند هزینه را تعیین کند. حق چاپ قابل انتقال است. برای مثال باب دیلن، آهنگساز محبوب و برنده جایزه نوبل، حق چاپ همه آهنگ‌های خود را سال گذشته به مبلغ ۳۰۰ میلیون دلار به سونی فروخت. به گفته متخصصین دولت از طریق مالیات یعنی ارائه تسهیلات مالیاتی و معافیت برخی مشاغل مرتبط با فرهنگ و هنر به حمایت از این بخش می‌پردازد.



نمودار ۸. نقش آفرینی دولت امریکا در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

جزئیات نمرات متخصصین به میزان حضور و نقش آفرینی دولت‌های کشورهای توسعه‌یافته در اقتصاد فرهنگ در بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ اعم از تولید، توزیع و مصرف در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. نمرات متخصصین به میزان نقش آفرینی دولت‌های توسعه‌یافته در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

موارد/کشورها	چین	آلمان	انگلیس	فرانسه	ژاپن	کانادا
حمایت از مراکز تحقیقاتی و آموزشی در زمینه صنایع فرهنگی	۰٫۵-	۰	۱-	۰	۰	۰
حمایت از مشاغل کوچک و متوسط مربوط به محصولات فرهنگی)	۲	۰٫۵-	۱	۰	۰	۱
بهبود زیرساخت‌ها و فضای کسب و کار و تجاری سازی صنایع و محصولات فرهنگی	۲	۰	۰	۱-	۰	۲
ارائه تسهیلات مالیاتی و معافیت برای مشاغل مرتبط با صنایع فرهنگی	۰	۱	۱	۱-	۱	۱
رفع موانع انحصاری و تقویت رقابت کسب و کارهای فرهنگی	۰٫۵	۱-	۱	۲	۱	۰
تسهیل و جذب سرمایه گذاری در بخش غیردولتی	۰٫۵	۱-	۱	۱	۱	۰
فراهم آوردن بستری برای مشارکت عمومی در تولید و عرضه محصولات صنعت فرهنگی	۱	۰	۱	۰	۰	۱-
حمایت پولی و اعتباری برای رشد تولید و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی	۱٫۵	۰	۱-	۱	۰	۱
حمایت از کشف استعدادهای فرهنگی و هنری و آموزش نیروی انسانی	۰	۰	۱	۱-	۱-	۰
ایجاد امنیت شغلی و اجتماعی نیروی انسانی فرهنگ و هنر	۱-	۱-	۱-	۱	۰	۱-
تسهیل ارتباط بین بازیگران و اصناف در زمینه فرهنگ و هنر	۰٫۵	۰	۱	۱-	۱	۰
برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی در صنایع فرهنگی	۰٫۵	۰٫۵	۱	۰٫۵	۱	۰
ایجاد بستری برای شبکه‌های مجازی در تولید و عرضه صنایع فرهنگی	۰٫۵-	۰٫۵-	۱	۱-	۰	۰
سازماندهی تبلیغات و بازاریابی محصولات و خدمات صنایع فرهنگی	۰	۰	۱-	۱	۱	۰

موارد/کشورها	چین	هند	انگلیس	آلمان	فرانسه	ژاپن	کانادا
نیازسنجی و سلیقه سنجی در تولید محصولات فرهنگی	۰	-۰,۵	-۱	-۱	-۲	-۱	-۱
دسترسی یکسان به محصولات و خدمات فرهنگی برای همه اقشار مردم	-۱,۵	۰	۰	۱	۰	۱	-۱
حمایت از صنایع فرهنگی و هنری بومی و ملی	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱
نظارت و ارزیابی محصولات فرهنگی	۰,۵	-۱	-۱	۱	-۱	-۱	-۲
حمایت از حقوق مالکیت معنوی و قانون کپی رایت	۰	۱	۲	۱	۲	۲	۱
شاخص نقش آفرینی دولت هر کشور = میانگین مرکب (میانگین میانگین‌ها)	۰,۳۴	-۰,۱۵	۰,۲۶	۰,۰۷	۰,۲۱	۰,۱۵	۰,۰۵
نمره شاخص توسعه اقتصادفرهنگ	۷۹,۸	۹۳,۶	۸۴,۸	۷۹	۷۳,۴	۷۱	۶۱,۵

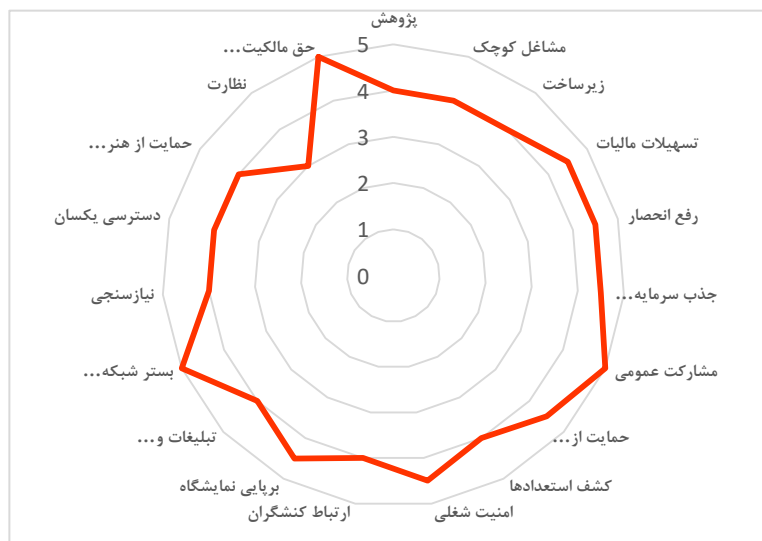
کشورهای رشدیافته

بنابر نظر متخصصین در میان کشورهای رشدیافته در اقتصادفرهنگ دولت اندونزی با میانگین ۰,۳۱ و پس از آن کره جنوبی با ۰,۱۸ دارای بیشترین نمره در نقش آفرینی دولت هستند و ترکیه با ۰,۰۷- دارای کمترین نمره. نمره شاخص نقش آفرینی دولت برزیل نیز ۰,۰۲ است. نمره نقش آفرینی دولت در ایران ۱,۳- است و این به معنای عدم حضور و نقش آفرینی موثر دولت در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ است.

به گفته متخصصین **کره جنوبی** دولت از دیرباز در بخش صنایع فرهنگی نقش آفرینی می‌کند اما امروزه بخش اعظمی از تولیدات فرهنگی اعم از فیلم، موسیقی، بازی دیجیتال و غیره به عهده شرکت‌های بزرگ خصوصی است. دولت هم‌چنان در حوزه سیاست‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و تا حدودی نظارت‌ها حضور دارد. به‌طور کلی سیاست‌ها و قوانین در کره جنوبی، زیربنای رشد اقتصادفرهنگ در این کشور را نشان می‌دهد. دولت از مراکز تحقیقاتی و آموزشی در حوزه صنایع فرهنگی حمایت می‌کند. هنرمندان و مخاطبان محلی برای رشد بین‌المللی در کره مورد حمایت‌های مختلف از جمله حمایت‌های مالی قرار می‌گیرند. هنرمندان از دوران کودکی و یا جوانی شناسایی و آموزش می‌بینند تا برای بازارهای اشتغال پیش‌بینی شده آماده شوند. از نظر متخصصین دولت کره جنوبی سیاست‌هایی در حوزه حمایت از مشاغل کوچک و متوسط (SMEs) تنظیم و به‌خوبی در آن ایفای نقش می‌کند. آژانس محتوای خلاق کره (KOCCA)، یک آژانس دولتی است که در سال ۲۰۰۹ تأسیس شد و وظیفه اصلی آن ایجاد بستری برای مشارکت عمومی، حمایت از کسب و کارهای کوچک و شروع کار آنها در تولید، تجاری‌سازی، بازاریابی (داخلی و خارجی) و غیره می‌باشد. در زمینه زیرساخت‌ها و فضای کسب و کار اقدامات مهمی انجام داده است. کره جنوبی دارای سریع‌ترین پهنای باند جهان بوده و تقریباً همه خانواده‌ها به اینترنت دسترسی دارند و این امر باعث تسهیل روند و خرید و ارائه محتوای فرهنگی در کره شده است.

بهره‌وری افراد فعال در حوزه صنایع فرهنگی در کره جنوبی بالاست و این ناشی از تامین اجتماعی و امنیت شغلی نیروی انسانی این بخش است که توسط دولت در سیاست‌گذاری‌ها مورد توجه است. مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی و نمایشگاه‌های جهانی مانند نمایشگاه یوسو در کره جنوبی برگزار و دولت زمینه ایجاد این رویدادها را فراهم می‌آورد. دولت کره در زمینه رشد تولید و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی زمینه‌ها و بسترهای زیرساختی و همچنین پولی و مالی را برای تولیدکنندگان فراهم کرده است به‌طوری‌که امروزه صادرات فرهنگی کره جنوبی توانسته است رکورد صادرات فرهنگی بسیاری از کشورها را بزند. سیاست‌های فرهنگی کره با

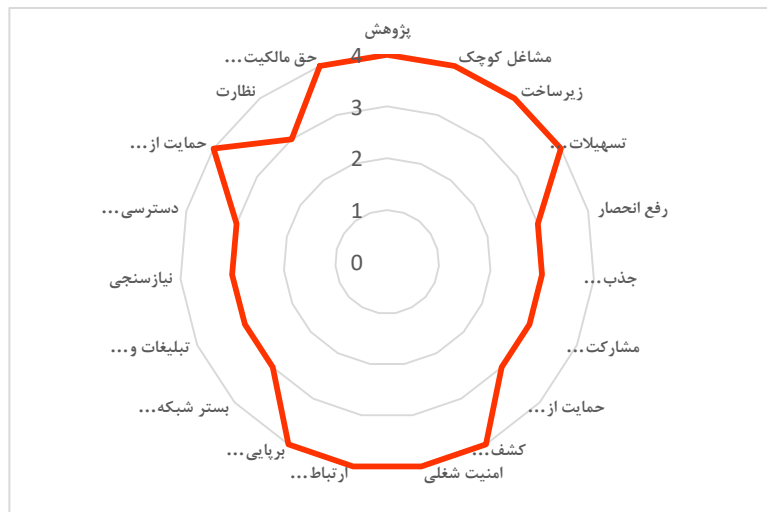
توجه به بازارهای بین‌المللی در عین حال، به بازار داخلی نیز توجه دارد و نیاز آن را با حمایت از صنایع فرهنگی و هنری بومی و ملی در بر می‌گیرد. هر چند به گفته متخصصین، کره جنوبی برای ورود به بازارهای جهانی ناگزیر به پذیرش برخی شاخص‌ها و معیارهای مخاطب جهانی است و این باعث شده که اخیراً در تولیدات داخلی نیز از برخی ارزش‌های فرهنگی خود فاصله بگیرد. با این حال دولت، سهمیه‌ای برای محافظت از صنعت فیلم‌سازی کره در برابر فیلم‌های هالیوودی در تعداد صفحه نمایش سینماها و شبکه‌ها در نظر گرفته است. همچنین دولت در حوزه برقراری عدالت فرهنگی سیاست‌هایی را اجرا کرده است مانند کوپن یکپارچه فرهنگی با عنوان (Munhwa-nuri) که به نوعی در حوزه سیاست رفاه فرهنگی است.



نمودار ۹. نقش‌آفرینی دولت کره جنوبی در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

از نظر متخصصین دولت **اندونزی** نقش مهمی در روند رشد و توسعه اقتصاد فرهنگ در اندونزی ایفا می‌کند. از نظر آنها دولت به تنهایی در بخش‌های مختلف سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری، اجرا و نظارت نقش‌آفرینی می‌کند و نقش آن تنظیم‌کنندگی و تسهیل‌کنندگی فرایند بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ است. دولت اندونزی در نقش تنظیم‌کننده، سیاست‌هایی که هدف آن تسهیل و حمایت از بازیگران صنایع خلاق و فرهنگی است را تدوین می‌کند. هم‌زمان در نقش تسهیل‌کننده به ارائه امکانات و تسهیلات حمایتی برای رونق اقتصاد فرهنگ می‌پردازد. دولت اندونزی به این نتیجه رسیده است که زیربخش‌های مختلف در صنعت فرهنگی قابلیت توسعه دارند، زیرا جامعه و ملت اندونزی دارای منابع انسانی خلاق و میراث فرهنگی غنی است. به همین دلیل چندین استراتژی برای توسعه سیاست‌های کارآفرینی و کسب و کارهای فرهنگی برای توسعه اقتصاد فرهنگ را تنظیم و اجرا کرده است. این امر با افزایش ظرفیت تجاری و دسترسی به منابع مالی برای کارآفرینان، افزایش فرصت‌های تجاری و راه‌اندازی و افزایش ارزش افزوده شرکت‌های اجتماعی انجام می‌شود. یکی دیگر از سیاست‌هایی که توسط دولت تنظیم و مورد اجرا قرار گرفته وجود قانون کپی‌رایت است که وظیفه آن محافظت از محصولات فرهنگی و تولیدکنندگان و حق استفاده از آنها در درازمدت است. این نوع حمایت دولت از محصولات فرهنگی سرقت آثار فرهنگی را به حداقل رسانده و موجب شده که درآمد حاصل از آن به‌طور مستقیم جزئی از اقتصاد ملی گردد. علاوه بر این، دولت در افزایش ظرفیت‌های کسب و کار در بخش اقتصاد فرهنگ با هدف افزایش دسترسی به منابع تامین مالی

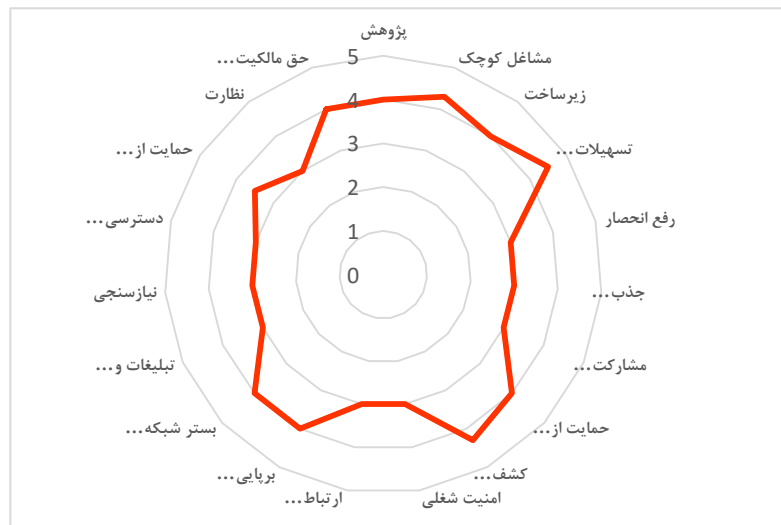
مشاغل نقش دارد. برای توسعه منابع انسانی در صنعت خلاق و فرهنگی دولت مرکزی، بیشتر دولت‌های محلی را تشویق می‌کند تا آموزش و پرورش مناطق مختلف، برای ارتقاء قابلیت‌ها و استعدادهای فرهنگی افراد و تقویت و کشف آن‌ها برنامه‌هایی را اجرا کند. دولت اندونزی هم‌چنین برنامه‌هایی را در جهت افزایش رفاه فرهنگی و حفظ امنیت شغلی و تامین اجتماعی نیروی انسانی این بخش تنظیم و منابع لازم را اختصاص می‌دهد.



نمودار ۱۰. نقش‌آفرینی دولت اندونزی در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

به گفته متخصصین در برزیل، با اینکه بخش خصوصی، جامعه مدنی در قالب انجمن‌ها و هنرمندان در توسعه صنایع فرهنگی نقش دارند اما دولت همواره مروج و حامی اصلی صنایع فرهنگی بوده است. از دهه ۱۹۹۰ صنایع فرهنگی به شدت به سیستم مشوق مالیاتی (Law Rouanet) دولت وابسته است. دولت برزیل در سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و نظارت بر محصولات فرهنگی نقش‌آفرینی می‌کند. از نظر متخصصین این سیستم حمایتی دولت، گرچه دارای نقص است - که می‌تواند با قانون جدیدی که در حال اجرا در کنگره ملی است اصلاح شود - اما برای صنایع فرهنگی و اقتصاد بسیار مهم است. به اعتقاد متخصصین در برزیل نیز، متناسب با روی کار آمدن هر دولتی و رویکرد رئیس‌جمهور، میزان حمایت از صنایع فرهنگی و هنر دچار تغییراتی می‌شود. به گفته متخصصین دولت در حوزه پژوهش، آموزش و کشف و شناسایی نیروی انسانی فرهنگ و هنر حضور دارد و از آن حمایت می‌کند. معمولاً سطح تحصیلات افراد فعال در حوزه صنایع فرهنگی در مقایسه با نیروی کار بالاتر از سطح میانگین در برزیل است. برزیل در برخی صنایع فرهنگی مانند موسیقی و رقص سنتی آمریکای لاتین در منطقه پیشرو است و در جهان نیز مورد استقبال قرار گرفته است. این اتفاق از طریق حمایت‌های دولتی و برخی شرکت‌های بزرگ چندملیتی در برزیل صورت گرفته است. بر اساس نوع فرهنگ مردم برزیل و زندگی جمعی آنها برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌های سنتی حول صنایع فرهنگی و هنری جزئی از زندگی اجتماعی است که امروزه در سطح بین‌المللی نیز مطرح شده است. به گفته متخصصین، در حال حاضر در برزیل برخی کالاهای فرهنگی نسبت به درآمد مردم قیمت بالایی دارد. دولت تلاش کرده است که با روش‌های نظیر یارانه این مسئله را حل کند، اما همه

مردم برزیل دسترسی یکسانی به کالاهای فرهنگی ندارند. دولت برزیل نیز در حوزه قوانین کپی‌رایت به‌صورت جدی وارد شده، قوانین سخت و لازم‌الاجرای را تنظیم کرده و همین امر موجب کوچک شدن بخش اقتصاد زیرزمینی فرهنگ و هنر شده است.

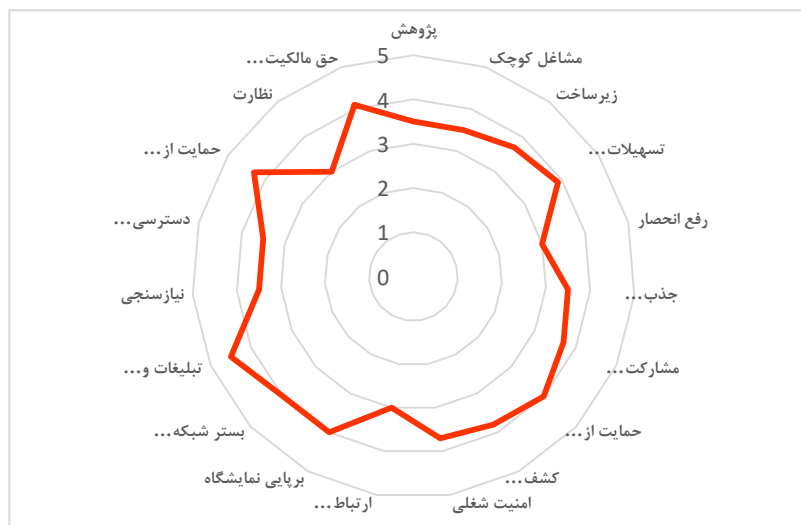


نمودار ۱۱. نقش‌آفرینی دولت برزیل در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

از نظر متخصصین **ترکیه**، با اینکه دولت در حوزه‌های مختلف سیاست‌گذاری، مقررات‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و نظارت بر محصولات فرهنگی نقش‌آفرینی می‌کند، اما بخش خصوصی، جامعه مدنی و انجمن‌ها و هنرمندان نهادهای تاثیرگذار بر توسعه اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی ترکیه می‌باشند. به گفته آنها دولت با هدف رشد اقتصادی فضا و بستر لازم را برای فعالیت و کسب درآمد بخش‌های دیگر را در حوزه فرهنگ و هنر فراهم می‌کند. از نظر متخصصین با وجودی که دولت ترکیه به‌لحاظ سیاسی سخت‌گیری‌هایی هم بر فعالان و اهالی فرهنگ و هنر که مخالف دولت هستند اعمال می‌کند و مانع فعالیت آنها می‌شود، اما با این حال به جهت اقتصادی صنایع فرهنگی در سال‌های اخیر رشد بسیاری کرده است.

دولت زیرساخت‌های لازم برای صنایع فرهنگی به‌ویژه پهنای باند اینترنت و بازار دیجیتالی را فراهم نموده و باعث شده که شرکت‌هایی نظیر موسیقی دیجیتالی بتوانند به بازار جهانی وارد شوند. دولت برای شرکت‌های موسیقی این تسهیلات را فراهم نموده است که بتوانند برای بهره‌برداری موسیقی در فضاهای عمومی، حق امتیاز و تسهیلات دریافت کنند و در قالب شهرداری‌ها فضاها و مکان‌های عمومی را در خدمت شرکت‌های مربوط به صنایع فرهنگی قرار داده است. دولت ترکیه حمایت‌های مالی بسیاری را برای ترجمه کتاب‌ها در سایر کشورها به زبان‌های مختلف تخصیص داده و از تاسیس آژانس‌های تبلیغاتی در کشورهای دیگر به‌ویژه اروپا و آسیا حمایت نموده است. به گفته متخصصین، دولت ترکیه با وضع قوانین و اجرای آن در حوزه حقوق مالکیت معنوی با حق نشر غیرمجاز حتی به‌صورت آنلاین مبارزه کرده تا یکپارچگی در صنایع فرهنگی به‌ویژه موسیقی را حفظ کند و به صدور مجوزهای دیجیتال کمک کند. در سال‌های اخیر سیاست‌ها و مقررات جدیدی را برای تعیین مشوق‌ها، تسهیلات و سازوکارهای حمایتی در راستای بهبود صنایع فرهنگی وضع کرده است. هر چند برای ورود به بازارهای جهانی استانداردها و معیارهای این بازار مورد توجه قرار گرفته، اما به اعتقاد متخصصین دولت همواره از آثاری که حامی ارزش‌ها و فرهنگ‌های بومی ترکیه است حمایت می‌کند. تربیت

نیروی انسانی و کشف استعدادها نیز در دوره‌های مختلف آموزشی از ابتدایی تا تحصیلات دانشگاهی، موسسات بخش خصوصی و غیره تحت حمایت دولت است. اما در جزئیات و چند و چون آن دخالتی ندارد.



نمودار ۱۲. نقش‌آفرینی دولت ترکیه در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

متخصصین ایرانی معتقدند که دولت به‌طور کلی انحصارگرایانه رفتار می‌کند، و در بخش‌هایی نظیر آموزش فرصت و امکانات لازم کمتری را فراهم می‌کند. وجود ضعف‌ها و زیرساخت‌های قانونی، مالی و غیره در حوزه کسب و کار باعث شده که زنجیره تامین محصولات فرهنگی از تامین مواد اولیه تا توزیع کامل شکل نگیرد. هر چند که دولت جدید اخیراً برنامه‌ها و اقداماتی را در حوزه تسهیل فرایند صدور مجوز کسب و کارهای فرهنگی را فراهم کرده است. به گفته متخصصین، قوانین و سیاست‌های مربوط به تسهیلات و معافیت مالیاتی در حوزه فرهنگ و هنر در ایران وجود دارد، اما به درستی اجرا نمی‌شود. این کار به بسترهای اجتماعی و حقوقی نیز دارد که اقدامات ضعیفی در این حوزه انجام شده است. انحصار دولتی در بخش تولید فرهنگی و هنری از جمله مهمترین مسائل حوزه اقتصادفرهنگ در ایران است. به گفته متخصصین، دولت به عنوان تولیدکننده فرهنگی انحصار در تولید ایجاد کرده است. در ایران بخش دولتی گسترده است، دولت در همه بخش‌های اقتصادفرهنگ حضوری فراگیر دارد. اما این حضور بیشتر به شکل دخالت‌جویانه است نه به شکل فراهم‌کننده بستر رشد این بخش‌ها. به دلیل ضعف‌های قانونی، اجرایی و نظارتی، حضور گسترده دولت مشکل‌آفرین است. بر این اساس خود به ابزاری برای انحصار برای گروه‌های ذینفع تبدیل شده است. عدم تناسب خروجی آموزش و بازار کار، عدم پوشش بیمه و تسهیلات رفاهی، ضعف در حمایت از استعدادها و نیروی متخصص فرهنگ و هنر توسط دولت منجر به کاهش بهره‌وری این بخش گردیده است. به گفته متخصصین در بخش توزیع دولت بیش از آنکه کانال و مجرای توزیع و فروش را ایجاد کند خود مستقیماً در فروش دخالت می‌کند. امروز پلتفرم‌های پخش جدیدی به ویژه در حوزه فیلم به وجود آمده است اما دولت همچنان در فرایند و ساختار بازار و همچنین محتوای آن دخالت می‌کند. متخصصین بیان کرده‌اند که یکی از اقدامات خوب دولت برپایی نمایشگاه‌های رایگان است، اما جشنواره‌های فرهنگی و هنری که غالباً توسط دولت برگزار می‌شود. برای جشنواره‌های دولتی هزینه‌های گزافی می‌شود که بازتاب و بهره هنری و مالی کافی ندارد. به اعتقاد آنها در بخش مصرف دولت به‌عنوان بزرگ‌ترین و

مهم‌ترین تولیدکننده فرهنگی در ایران، امروز دیگر به ذائقه مخاطب در تولیدات خود توجهی ندارد. دولت به عنوان مدعی متولی فرهنگ و هنر در ایران، شناخت لازم از بازار مصرف فرهنگی کشور ندارد و نیازسنجی‌ها ضعیف است زیرا همگام با تغییرات ذائقه فرهنگی مردم پیش نمی‌روند. به زعم متخصصین، عدم رفاه و مشکلات رفاهی در جامعه ایران از جمله مسائلی است که مانع مصرف و در نتیجه رونق اقتصادفرهنگ شده است. به گفته آنها، در حال حاضر مردم دارای مشکلات عدیده اقتصادی هستند؛ وضعیت معیشتی مردم اجازه نمی‌دهد که از محصولات فرهنگی استفاده کنند. از طرفی امکانات و زیرساخت‌های فرهنگی به یک اندازه در کشور توزیع نشده است. به اعتقاد متخصصین در حوزه صنایع فرهنگی بومی و ملی، سیاست‌گذاری و قوانین بسیاری تنظیم شده است اما در عمل در تولیدات فرهنگی دیده نمی‌شوند. دولت قادر نیست که آنها را متناسب و همگون با نیازهای امروز بازآفرینی، بازسازی و یا بازتولید کند. یکی از دلایل این امر را نبود ابزار و نیروی انسانی لازم برای استخراج ذخایر فرهنگی بیان کرده‌اند. به گفته متخصصین، حقوق مالکیت معنوی دارای ضعف و مورد توجه دولت نیست و مانع فعالیت بسیاری از اهالی و کنشگران صنایع فرهنگی و صاحبان آثار و سرمایه‌گذاران شده است.



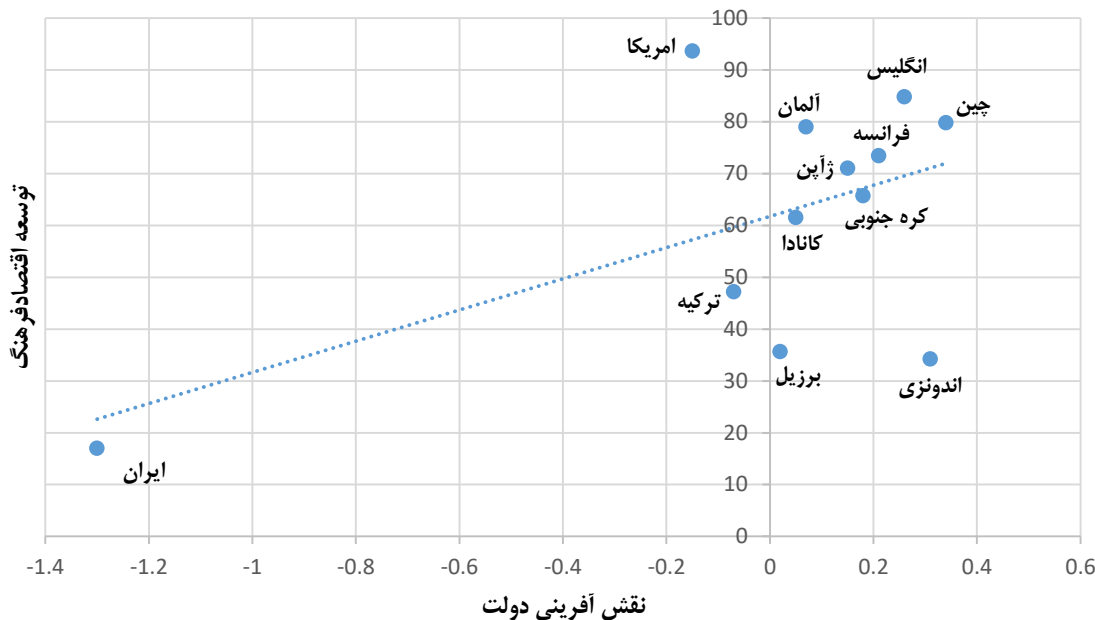
نمودار ۱۳. نقش‌آفرینی دولت ایران در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

در جدول ۵ نمرات متخصصین کشورهای منتخب رشدیافته و ایران به میزان نقش‌آفرینی دولت در بخش‌های مختلف اقتصادفرهنگ ارائه شده است.

جدو ۵. نمرات متخصصین به میزان نقش آفرینی دولت‌های رشد یافته و ایران در بخش‌های اقتصاد فرهنگ

ایران	ترکیه	برزیل	اندونزی	کره جنوبی	موارد/کشورها
-۱	۱	۰	۱	۰٫۵	حمایت از مراکز تحقیقاتی و آموزشی در زمینه صنایع فرهنگی
-۱٫۵	-۰٫۵	۰	۱	۱	حمایت از مشاغل کوچک و متوسط مربوط به محصولات فرهنگی
-۱٫۵	۰	۰٫۵	۱	۱	بهبود زیرساخت‌ها و محیط کسب و کار و تجاری سازی صنایع و محصولات فرهنگی
-۱	-۱	-۰٫۵	۰	-۱٫۵	ارائه تسهیلات مالیاتی و معافیت برای مشاغل مرتبط با صنایع فرهنگی
-۱٫۵	۱	۱	۱	-۰٫۵	رفع موانع انحصاری و تقویت رقابت کسب و کارهای فرهنگی
-۱٫۵	-۱	۰	-۱	-۰٫۵	تسهیل و جذب سرمایه گذاری در بخش غیردولتی
-۱	۰	-۱	۱	۱٫۵	فراهم آوردن بستری برای مشارکت عمومی در تولید و عرضه محصولات صنعت فرهنگی
-۲	۱	۰	-۰٫۵	۰٫۵	حمایت پولی و اعتباری برای رشد تولید و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی
-۱	۰	-۰٫۵	۱	۰٫۵	کشف استعدادهای فرهنگی و هنری و آموزش نیروی انسانی
-۱٫۵	-۱	-۰٫۵	۰	-۰٫۵	ایجاد امنیت شغلی و اجتماعی فرهنگ و هنر منابع انسانی
-۱	۰	-۱	۰	۰	تسهیل ارتباط بین بازیگران و اصناف در زمینه فرهنگ و هنر
-۱	-۰٫۵	۰	۰	۰	برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی در صنایع فرهنگی
-۱٫۵	-۰٫۵	۱	۱	۰٫۵	سازماندهی تبلیغات و بازاریابی محصولات و خدمات صنایع فرهنگی
-۱	۰	۱	۰	۰٫۵	ایجاد بستری برای شبکه‌های مجازی در تولید و عرضه صنایع فرهنگی
-۱٫۵	۰٫۵	۰	-۰٫۵	۰٫۵	نیازسنجی و سلیقه‌سنجی در تولید محصولات فرهنگی
-۲	-۰٫۵	-۰٫۵	۰	۰	دسترسی یکسان به محصولات و خدمات فرهنگی برای همه اقشار مردم
-۱٫۵	۰	۱	۱	-۱	حمایت از صنایع فرهنگی و هنری بومی و ملی
-۱٫۵	-۱	-۱	-۱	۰	نظارت و ارزیابی محصولات فرهنگی
-۲	۱	۱	۱	۱	حمایت از حقوق مالکیت معنوی و قانون کپی رایت
-۱٫۳	-۰٫۰۷	۰٫۰۲	۰٫۳۱	۰٫۱۸	شاخص نقش آفرینی یا دخالت دولت هر کشور = میانگین مرکب (میانگین میانگین‌ها)
۱۷	۴۷٫۲	۳۵٫۶	۳۴٫۲	۶۵٫۷	نمره یا رتبه توسعه فرهنگی

در نمودار ۱۴ وضعیت کشورهای منتخب بر اساس میزان توسعه‌یافتگی در اقتصاد فرهنگ و میزان نقش آفرینی دولت در آن ترسیم شده است. جایگاه کشورها در این نمودار نشان می‌دهد که در همه این کشورها دولت بر اساس الگوی حکمرانی خود در اقتصاد فرهنگ حضور موثر دارد اما میزان حضور و چگونگی نقش آفرینی آن متناسب با شرایط جامعه و صنایع فرهنگی است.



نمودار ۱۴. مقایسه الگوی نقش آفرینی دولت ایران و کشورها در اقتصاد/فرهنگ

نتیجه گیری

مرور رویکردهای نظری نقش دولت در جامعه نشان می‌دهد که به تناسب زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، میزان و چگونگی نقش دولت‌ها در این حوزه متفاوت است. این روند نشان می‌دهد که با وجود فراز و نشیب‌های نقش دولت در مکان‌ها و زمان‌های مختلف، امروزه همچنان دولت به عنوان یک نهاد مهم و تأثیرگذار در کنار بازار، که از اساسی‌ترین عناصر در اقتصاد و توسعه و به تبع آن اقتصاد فرهنگ است، به قوت خود پابرجاست. دولت به عنوان مهم‌ترین نهاد جامعه به دلیل دارا بودن نقش راهبری و سیاست‌گذارانه، قدرت سازمان‌دهی، هماهنگ کردن و به عبارتی تسهیل کردن بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ اعم از تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی را داراست و از این طریق موجب توسعه اقتصاد فرهنگ می‌شود.

در مطالعه حاضر، میزان توسعه‌یافتگی کشورهای پیشرفته و رشد یافته در اقتصاد فرهنگ، و ایران و همچنین میزان نقش آفرینی دولت‌ها در این کشورها در بخش‌های مختلف زیرساختی، تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی از نظر متخصصین کشورهای منتخب مورد بررسی قرار گرفت. نتایج مقایسه شاخص‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در میان کشورها نشان می‌دهد که شاخص اقتصاد فرهنگ ایران فاصله زیادی با کشورهای توسعه‌یافته و حتی رشدیافته‌ای که شامل کشورهای شرق آسیا، آمریکای جنوبی و ترکیه می‌باشند، دارد که معرف ضعف در شاخص‌های اقتصاد فرهنگ آن است. در مجموع، ایران حدود ۶ درصد کشورهای توسعه‌یافته و ۲۰ درصد کشورهای رشدیافته درآمد دارد و فاصله زیاد با آن‌ها، توسعه‌نیافتگی اقتصاد فرهنگ ایران را نشان می‌دهد.

نتایج تصویر روشنی از نقش دولت‌ها در این کشورها در توسعه اقتصاد فرهنگ آن‌ها به دست می‌دهد. اساساً توسعه اقتصاد فرهنگ یک مقوله منفک و جدا از توسعه بقیه امور جامعه نیست. توسعه امری چند بعدی و چند وجهی است که بخش‌های مختلف با هم رابطه دارند. توسعه‌یافتگی در یک بخش با توسعه بخش‌های دیگر رابطه دارد و توسعه‌نیافتگی یک بخش می‌تواند عامل

توسعه‌نیافتگی بخش‌های دیگر شود. این رویکرد درباره اقتصاد فرهنگ نیز حاکم است. بنابراین همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد، کشورهای مختلف متناسب با شرایط خود رویکردهای متفاوتی را اتخاذ کرده‌اند، که ما این را رویکرد اقتضایی نام نهادیم. یعنی کمیت و کیفیت نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد فرهنگ می‌تواند در توسعه آن تأثیرگذار باشد.

به نظر می‌رسد که کشورهای مختلف که موفقیت در توسعه اقتصاد فرهنگ را تجربه کرده‌اند، نوع دخالت‌شان در فراهم‌سازی یا بسترسازی فعالیت بخش خصوصی و مردمی است. همچنین نتایج این بخش نشان می‌دهند که دولت‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته در اقتصاد فرهنگ اگر مهم‌ترین نهاد نقش‌آفرین نباشند و یا نقش‌آفرینی آن‌ها در حوزه فرهنگ، هنر و صنایع فرهنگی به یک اندازه نباشد، باز هم به‌عنوان یک کنشگر در حوزه‌هایی مانند سیاست‌گذاری‌های سطح کلان و نظارت دخالت دارند، مانند دولت مرکزی آمریکا. از نظر متخصصین چینی، چین به‌عنوان کشور توسعه‌یافته در اقتصاد فرهنگ به‌لحاظ میزان گردش مالی، دولت همچنان قدرتمندترین نهاد نقش‌آفرین در توسعه اقتصاد فرهنگ و تا حدودی بخش خصوصی است. بالعکس، در آمریکا مهم‌ترین نهادهای نقش‌آفرین بخش خصوصی، جامعه مدنی و هنرمندان هستند.

در هر یک از کشورهای مورد بررسی، متناسب با نظام سیاسی-اقتصادی و زیرساخت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، دولت به شکلی در توسعه و توسعه اقتصاد فرهنگ نقش‌آفرینی می‌کند. نتایج مصاحبه با متخصصین خارجی نشان می‌دهد که در کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته در اقتصاد فرهنگ، متناسب با میزان ضعف و قوت صنایع فرهنگی و همچنین وجود زیرساخت‌ها و نیاز به حمایت از صنایع فرهنگی، دولت‌ها به اشکال مختلف در این حوزه نقش‌آفرینی می‌کنند.

آنچه در همه این کشورها، چه توسط دولت‌ها و چه بخش‌های دیگر اعم از بخش خصوصی، جامعه مدنی و هنرمندان مورد حمایت قرار می‌گیرد، شامل بخش مربوط به آموزش و تأمین نیروی انسانی، کسب و کارهای خرد و متوسط در حوزه فرهنگی، تبلیغات و بازاریابی داخلی و خارجی، شبکه‌سازی کنشگران فرهنگ و هنر و از همه مهم‌تر وجود قوانین حمایت از حقوق مالکیت معنوی هم در داخل و هم در سطح بین‌المللی می‌باشد. این موارد در کم و کیف نیز تفاوت‌هایی دارند که نیازمند توجه و بررسی‌های بیشتر است.

تجربه این کشورها و اقدامات دولت‌ها در این کشورها با توجه به وجود زمینه و بسترهای مناسب در هر کشور می‌تواند برای توسعه اقتصاد فرهنگ به‌عنوان یک الگو برای سیاست‌گذاران مورد استفاده قرار گیرد. به‌علاوه، توجه به تعاملات بین‌المللی و هم‌افزایی در سیاست‌گذاری‌ها می‌تواند به تقویت زیرساخت‌های فرهنگی و هنری کمک کند. همچنین، ایجاد فضاهای خلاق و نوآورانه برای هنرمندان و کارآفرینان فرهنگی، به‌ویژه در عرصه دیجیتال، می‌تواند به رشد و توسعه پایدار اقتصاد فرهنگ کمک کند. در نهایت، همکاری بین دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی به‌عنوان یک رویکرد جامع و هم‌افزا می‌تواند به تحقق اهداف توسعه اقتصاد فرهنگ در ایران و سایر کشورها منجر شود.

منابع

- ابوترابی، محمدعلی، بهرامی، لایلا (۱۳۹۴). نقش دولت در توسعه اقتصاد هنر. پژوهش هنر، شماره ۹: ۲۶-۱۹.
- انتظاری، اردشیر، درخشان، فاطمه (۱۴۰۰). حکمرانی و توسعه اقتصاد فرهنگ؛ مقایسه ایران و کشورهای پیشرفته. علوم/اجتماعی، ۲۸ (۹۳): ۲۹-۷۰.
- اوانز، پیتر (۱۳۸۲). توسعه یا چپاول. ترجمه: عباس زندیاف و عباس مخبر، تهران: انتشارات طرح نو.
- بورديو، پیر (۱۳۹۳). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی. ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: ثالث.
- بهمنی، خدنگ؛ ایوبی، حجت الله (۱۳۹۵). بررسی تطبیقی سیاستگذاری فرهنگی در کشورهای اسلامی؛ مورد مطالعه: ترکیه و مصر. دین و سیاست فرهنگی، شماره ۶: ۳۴-۷.
- پاگ، پیتر (۱۳۸۶). کینز (قدم اول). مترجم: علی معظمی چهرمی، تهران: شیرازه.
- پرچمی، داود (۱۳۸۹). توسعه آموزش عالی در ایران، رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.
- پرچمی، داود (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی اقتصادی، جزوه درسی مقطع دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.
- پرچمی، داود، درخشان، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی رابطه توسعه اقتصاد فرهنگ و نظم در جامعه. علوم/اجتماعی، ۲۶ (۸۶): ۴۰-۱.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۹۴). توسعه فرهنگی ضرورت توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲.
- تاووز، روث (۱۳۹۳). درسنامه اقتصاد فرهنگی. ترجمه: علی اکبر فرهنگی و همکاران، تهران: دانژه.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۳). اقتصاد سیاست فرهنگی. ترجمه: سوسن علائی، تهران: سوره مهر.
- تراسبی، دیوید. (۱۳۷۹). تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری/ نگاهی به اقتصاد فرهنگ. مترجم علی اعظم محمدبیگی، نامه پژوهش، شماره ۱۶ و ۱۷.
- رشیدپور، علی و همکاران (۱۳۹۳). اقتصاد فرهنگ و جهانی‌شدن: مفاهیم و نظریه‌ها. تهران: مرکز ملی جهانی‌شدن.
- ریگین، چارلز (۱۳۸۸). روش تطبیقی فراسوی راهبردهای کمی و کیفی. ترجمه محمد فاضلی. تهران: آگه.
- شاپیرو، جان سالوین (۱۳۹۱). لیبرالیسم: معنا و تاریخ آن. ترجمه: محمدسعید حنایی کاشانی، تهران: مرکز.
- صیادی، محمد، ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران؛ مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۳ (۴): ۱۹۱-۲۲۶.
- فیتز پاتریک، تونی (۱۳۸۵). نظریه‌های رفاه جدید. ترجمه: هرمز همایون‌پور، تهران: موسسه عالی پژوهش تامین اجتماعی.
- گریفین، کیت (۱۳۹۷). راهبردهای توسعه اقتصادی. ترجمه: حسین راغفر، تهران: نی.
- لفت‌ویچ، آدریان (۱۳۸۴). دولت‌های توسعه‌گرا: پیرامون اهمیت سیاست در توسعه. ترجمه: جواد افشارکهن، تهران: مرنديز.
- نورث، داگلاس (۱۳۸۵). نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی. ترجمه محمد رضا معینی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- نورث، داگلاس و همکاران (۱۳۸۵). چارچوب مفهومی برای تفسیر تاریخ مکتوب بشری، ترجمه: جعفر خیرخواهان، اقتصاد سیاسی، شماره ۳.

Adkisson, R. V., & McFerrin, R. (2014). Culture and good governance: A brief empirical exercise. *Journal of Economic Issues*, 48(2), 441-450.

Anderson, W. M. (2006). *Michigan's local government records management task force*. Michigan Dept. of History, Arts and Libraries.

Baldwin, R. (1998). *A reader on regulation*. Oxford University Press.

Beale, H. B. R. (2004). *Home-based business and government regulation*. U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy.

Boulding, K. E. (1985). The arts applied to economics. In V. L. Owen & W. Hendon (Eds.), *Managerial economics for the arts*. Association for Cultural Economics, University of Akron.

- Bressman, L. S., Rubin, E. L., & Stack, K. M. (2019). *The regulatory state*. Wolters Kluwer Law & Business.
- Chang, H.-J. (2006). *The East Asian development experience: The miracle, the crisis and the future*. London: Zed Books.
- Chen, X. (2024). Comparison of the competitiveness of Chinese and Korean cultural industries based on the perspective of new institutional economics. *International Journal of Global Economics and Management*, 4(3), 68-75.
- Cultural times. (2015). *The first global map of cultural and creative industries*. UNESCO.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (Eds.). (1991). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Doner, R. F., Ritchie, B. K., & Slater, D. (2005). Systematic vulnerability and the origins of developmental states: Northeast and Southeast Asia in comparative perspective. *International Organisation*, 59, 327-361.
- Drahos, P. (2017). *Regulatory theory: Foundations and applications*. ANU Press.
- European Union. (2019). *Cultural profile Turkey: Intercultural competences in vocational training*. Transnational Strategic Partnership Training.
- Fiske, J. (1989). *Television culture*. London: Routledge.
- Galbraith, J. K. (1960). *The liberal hour*. London: Hamish Hamilton.
- Jian-xing, Y., & De-jin, S. (2010). The developmental state and beyond: The case of China. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 3(4), 42-66.
- Johnson, C. (1982). *MITI and the Japanese miracle: The growth of industrial policy, 1925-1975*. Stanford University Press.
- Karmik, A. (1997). Theories of state intervention. *Journal of University of Mumbai*, 54(1), 93-113.
- Kaufmann, D., & Vishwanath, T. (2008). Toward transparency: New approaches and their application to financial markets. *The World Bank Research Observer*, 16(1).
- Kim, M. (2011). The role of the government in cultural industry: Some observations from Korea's experience. *Keio Communication Review*, 33.
- Lee, H.-K., & Lim, L. (2016). *Cultural policies in East Asia: Dynamics between the state, arts and creative industries*. Palgrave Macmillan UK.
- Leftwich, A. (2006). Changing configurations of the developmental state. In A. Shafiqul Huque & H. Zafarullah (Eds.), *International development governance*. CRC Press.
- Miller, V. (2011). *Understanding digital culture*. SAGE.
- Mira, R., & Hammadache, A. (2017). Relationship between good governance and economic growth: A contribution to the institutional debate about state failure in developing countries. *CEPN Working Papers, 2017-12*. Centre d'Economie de l'Université de Paris Nord.
- Moeller, K. (2009). Intangible and financial performance: Causes and effects. *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), 224-245.
- Moran, M. (2003). *The British regulatory state: High modernism and hyper innovation*. Oxford University Press.
- Nozick, R. (1974). *Anarchy, state, and utopia*. Oxford: Basic Books.
- Palgrave, P. (2006). *Critical theories of globalization*. Hayden, P.
- Parkin, M., Powell, M., & Matthews, K. (2014). *Economics*. London: Addison-Wesley Longman.
- Peterson, R. A., & Anand, N. (2004). The production of culture perspective. *Annual Review of Sociology*, 30, 311-34.
- Pratt, A. C. (2004). The cultural economy: A call for specialized 'production of culture' perspectives. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1).
- Ryan, J. B. (2011). Social networks as a shortcut to correct voting. *American Journal of Political Science*, 55(4), 753-766.
- Schneider, W., & Gad, D. (2018). *Good governance for cultural policy: An African-European research about arts and development*. Wolfgang Schneider.
- Scott, C. (2003). Regulation in the age of governance: The rise of the post-regulatory state. *National Europe Center Paper*, 100.

- Smelser, N. J. (2003). On comparative analysis, interdisciplinarity and internationalization in sociology. *International Sociology*, 18(4), 643-657.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. London: W. Strahan.
- Ünay, S. (2011). The rise of the regulatory state in Europe. *Turkish Journal of Politics*, 2(1), 23-40.
- UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries*. United Nations.
- UNESCO-UIS. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*. UNESCO.

Database:

- Games, Esports, and Mobile Market Research and Data, Newzoo, 2019: <https://newzoo.com/>
- Global music report (IFPI) 2020, <https://www.ifpi.org>
- Motion Picture Association of America (2018): <https://www.motionpictures.org/>
- National Bureau of Statistics of China (2018): <http://www.stats.gov.cn/english/>
- The Globalisation of Cultural Trade(2015): <http://uis.unesco.org>
- UNESCO Atlas (2019). Interactive Atlas of the World's Languages in Danger: <http://www.unesco.org/languages-atlas/index.php>

پیوست

کشور، دانشگاه و تخصص متخصصین خارجی

کشور	دانشگاه	تخصص	
برزیل	فدرال میناس گرایس	استاد گروه اقتصاد	۱
	فدرال میناس گرایس	استاد گروه اقتصاد	۲
	فدرال میناس گرایس	محقق مرکز توسعه و برنامه‌ریزی (CEDEPLAR)	۳
	فدرال میناس گرایس	محقق اقتصادفرهنگ شهر، در مرکز نوآوری و توسعه منطقه ای مون	۴
کانادا	تکنولوژی اونتاریو	استاد اقتصاد سیاسی، تکنولوژی رسانه دیجیتال و صنایع فرهنگی.	۵
	اتاوا	عضو هیئت علمی مرکز مطالعاتی حاکمیت	۶
چین	ووهان	عضو کالج مدیریت اطلاعات	۷
	ناتینگهام نینگبوی	استاد مرکز ارتباطات بین‌الملل	۸
	هنگ کنگ	استاد گروه طراحی و برنامه‌ریزی شهری	۹
	شهر هنگ کنگ	استاد گروه سیاستگذاری عمومی	۱۰
فرانسه	استراسبورگ	استد جامعه‌شناسی و علوم سیاسی	۱۱
	مؤسسه مطالعات سیاسی رن	استاد گروه علوم سیاسی	۱۲
	مؤسسه مطالعات سیاسی پاریس	استاد گروه اقتصاد	۱۳
آلمان	مونستر	استاد گروه بازاریابی و رسانه	۱۴
	تریر	استاد جامعه‌شناسی اقتصادی	۱۵
	تکنولوژی برلین	استاد علوم اجتماعی و تحقیقات رسانه	۱۶
اندونزی	پادجارجان	استاد گروه علوم اجتماعی و سیاسی	۱۷
	آی پی بی بوگور	استاد گروه اقتصاد	۱۸
ژاپن	مؤسسه مطالعات سیاست توکیو	استاد تحلیل برنامه‌های سیاسی	۱۹
	کیوتو	استاد گروه اقتصاد	۲۰
کره جنوبی	مؤسسه تحقیقات علوم انسانی کره جنوبی	عضو گروه جغرافیای اقتصادی	۲۱
	سئول	استاد گروه اقتصاد سیاسی	۲۲
ترکیه	عدنان مندرس	استاد گروه اقتصاد سیاسی و اقتصادفرهنگ، عضو لایراتوار سیاست فرهنگی یونسکو	۲۳
	ازمیر	استاد گروه اقتصاد	۲۴
	آتاتورک	استاد تاریخ فرهنگ ترکیه	۲۵
	آکدنیز	اقتصاد خلاق و فرهنگی	۲۶
	آیدین استانبول	عضو گروه هنر و تئاتر	۲۷
انگلیس	لیدز	استاد رسانه، موسیقی و فرهنگ	۲۸
	ساوتمپتون سولنت	عضو مدرسه هنر، رسانه و تکنولوژی	۲۹
آمریکا	مینه سوتا	استاد توسعه هنرها، فرهنگ و اقتصاد	۳۰
	مینه سوتا	مدیریت استراتژیک و کارآفرینی	۳۱
	نیویورک	استاد جامعه‌شناسی و مدیر مرکز تحقیقات علوم اجتماعی پیشرفته	۳۲
	نیومکزیکو	عضو گروه اقتصاد	۳۳
	درکسل	مدیریت هنر	۳۴
استرالیا	جنوب استرالیا	استاد اقتصاد خلاق	۳۵

سمت شغلی متخصصین ایرانی مورد مصاحبه

شماره	سمت شغلی	شماره	سمت شغلی
۱	استاد و پژوهشگر حوزه تئاتر دانشگاه هنر	۱۶	معاون مدیر هنرهای نمایشی حوزه هنری
۲	استاد گروه هنر اسلامی دانشگاه سوره	۱۷	معاون آفرینش های ادبی حوزه هنری
۳	استاد، مولف و پژوهشگر جامعه‌شناسی هنر و اقتصاد هنر در دانشگاه هنر	۱۸	مدیر موسسه کسب و کار و استارت آپ‌های فرهنگی کندو
۴	مدیرگروه انیمیشن دانشگاه سوره و تولیدکننده انیمیشن	۱۹	مدیر مرکز نوآوری خلاق زاهدان
۵	استاد اقتصاد، اقتصاد اجتماعی و اقتصاد هنر در دانشگاه دانشگاه امام صادق(ع)	۲۰	مسئول پژوهش بین الملل بنیاد فارابی
۶	مشاور توسعه کسب و کار صنایع فرهنگی گروه پژوهشی اقتصادفرهنگ	۲۱	مدیر و بنیان گذار سایت تیوال
۷	عضو هیات علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات	۲۲	معاون صدور مجوز و سانسور(ممیزی) کتاب وزارت ارشاد، نویسنده و فعال فرهنگی
۸	عضو هیأت علمی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی	۲۳	معاون طرح و برنامه مرکز موسیقی ماوا
۹	عضو هیئت علمی گروه ایران‌شناسی و گردشگری دانشگاه گیلان و رئیس مرکز گردشگری خلاق ایران	۲۴	مترجم و مدیر انتشارات پریان در ایران و ریتون در سوئد
۱۰	فیلمنامه‌نویس، کارگردان و تهیه کننده تئاتر	۲۵	فعال و تاجر حوزه فرش
۱۱	منتقد تئاتر و سینما و کارگردان تئاتر	۲۶	عضو هیات مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستیاف ایران
۱۲	تهیه‌کننده و مستندساز	۲۷	نویسنده، پژوهشگر و عضو شورای پژوهش و آموزش مرکز ملی فرش ایران
۱۳	نویسنده و تاریخ دان حوزه هنر	۲۸	مدیرکل دفتر نظارت بهسازی و هدایت شغلی سازمان فنی و حرفه ای
۱۴	مدیر روابط عمومی تماشاخانه ایرانشهر	۲۹	پژوهشگر و مدرس صنایع خلاق و کسب و کارهای صنایع دستی
۱۵	مدیر هنرهای نمایشی حوزه هنری	۳۰	نویسنده و فعال فرهنگی در رایزنی ایران در تاجیکستان