

## دولت و حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری

علی اعظم محمدبیگی\*

### چکیده

پرداخت یارانه با هدف رونق بخشیدن به تولید محصولات فرهنگی و هنری در بخش خصوصی یکی از ابزارهای اصلی دخالت دولت در بخش فرهنگ و هنر کشور است. این مقاله پس از بیان ادله نظری مؤید این نوع دخالت، با تحلیل فرایند تصمیم‌گیری و اجرای سیاست تخصیص یارانه به این تولیدات، بی‌آمدهای اقتصادی و غیراقتصادی منفی آن را تبیین می‌کند و در نهایت، چندگزینه سیاسی دیگر برای تحقق هدف افزایش تولیدات فرهنگی و هنری در بخش خصوصی را پیشنهاد می‌نماید.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

### ۱- مقدمه

هنگام بررسی وضعیت بخش‌های مختلف اقتصاد هر کشور یکی از موضوعاتی که معمولاً توجه اقتصاددانان را جلب می‌نماید نقش دولت در آن بخش است. چند پرسش مهم که در چارچوب این موضوع مطرح می‌شود عبارت است از:

- چه ضرورتی برای دخالت دولت در بخش مورد نظر وجود دارد؟
- این دخالت عملاً، چه نتایجی دربردارد؟
- ابزار اقتصادی مناسب برای این دخالت چیست؟

در حالی که در چارچوب بررسی دخالت دولت در بخش‌هایی چون صنعت و کشاورزی کشورمان، ادبیات نظری و تجربی نسبتاً گسترده‌ای برای پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها شکل گرفته، بخش فرهنگ و هنر کشور فاقد چنین ادبیاتی است. اگرچه بحث درباره دلایل این پدیده فرصت دیگری می‌طلبد، در حد نیاز این مقاله اشاره‌ای اجمالی به دو دلیل اصلی آن مفید می‌نماید. اولاً، گسترش فعالیت‌های اقتصادی در بخش فرهنگ و هنر ایران و در نتیجه، افزایش اندازه نسبی آن در اقتصاد ملی در مقایسه با فعالیت‌های صنعتی و کشاورزی پدیده‌ای است متأخر که از عوامل اقتصادی و اجتماعی مختلف به‌ویژه، رشد روزافزون جمعیت شهرنشین کشور در سه دهه اخیر و در پی آن، افزایش تقاضا برای محصولات فرهنگی و هنری مورد نیاز برای پرکردن اوقات فراغت این جمعیت ناشی شده و به این ترتیب، در عمل دخالت روزافزون دولت در بخش فرهنگ و هنر را در پی داشته است. ثانیاً، در حالی که فعالیت‌های افراد، خانوارها، بنگاه‌ها و در نهایت، تصمیم‌گیری دولت در حوزه تولید و مصرف محصولات صنعتی و کشاورزی اساساً، صبغه مادی دارد و بنابراین، آن را به موضوع مناسبی برای تحلیل اقتصادی تبدیل می‌نماید از گذشته دور، فعالیت همین واحدها و نیز تصمیم‌گیری دولت در حوزه تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی - هنری در هاله‌ای از معنویت فرو رفته و به عبارت دیگر، انتظار داشتن هدف‌های مادی از این فعالیت‌ها و تصمیمات و چون و چرای اقتصادی درباره آن‌ها را امری ناروا جلوه داده است. همان‌طور که در قسمت دیگری از این مقاله بحث خواهد شد نظریه پردازان اقتصادی نیز وجود مقاصد غیرمادی در فعالیت‌های تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری را تشخیص داده و به‌مثابه یک وجه تمایز مهم از سایر فعالیت‌ها تبیین کرده‌اند اما این باعث نشده که مناسبات تولیدی و مصرفی در بخش فرهنگ و هنر را از حیطة تحلیل‌های اقتصادی خرد و کلان خارج کنند. به همین دلیل، در چند دهه اخیر در کشورهای غربی، ادبیات نسبتاً گسترده‌ای در حوزه تحلیل اقتصادی تحولات این بخش شکل گرفته است:

«اقتصاد فرهنگ، موضوعی است که پا به دوران بلوغ خود گذاشته است. مدتی

است که یک نشریه اختصاصی برای این موضوع به‌وجود آمده و اخیراً مقوله

جدیدی تحت عنوان «اقتصاد فرهنگ» به طبقه‌بندی معروف نوشته‌های اقتصادی

که «انجمن اقتصادی آمریکا» در مجله «ادبیات اقتصادی» منتشر می‌کند اضافه شده

است. وضع فعلی در مقایسه با سی سال پیش بسیار جالب توجه می‌نماید. در آن

هنگام، تحلیل اقتصادی مؤسسات فرهنگی عملاً موضوع ناشناخته‌ای بود و هرگونه پیشنهادی به کارشناسان و مدیران امور هنری مبنی بر این‌که علم اقتصاد باید در بحث سیاست فرهنگی حضور داشته باشد با واکنش سردی روبه‌رو می‌شد» (پیکاک، ص ۵).

دخالت دولت در هر بخش اقتصادی، با هدف کلی اثرگذاری بر میزان و ترکیب تولید و مصرف کالاها و خدمات آن بخش، از طریق به کارگیری ابزارهای سیاسی گوناگون صورت می‌گیرد. این ابزارها را به‌طور کلی می‌توان به دو گروه سیاست‌های مالی (Fiscal policy) و سیاست‌های تنظیم بازار (Regulation) طبقه‌بندی کرد. منظور از سیاست‌های مالی در هر بخش سیاست‌هایی است که هر نوع اقدام دولت در حوزه تولید و مصرف کالاها و خدمات بخش مورد نظر، مستقیماً در درآمد یا مخارج دولت انعکاس پیدا می‌کند. برای مثال، دولت برخی فعالیت‌های تولیدی در بخش فرهنگ و هنر مانند فعالیت‌های مطبوعاتی و انتشاراتی را از پرداخت مالیات معاف می‌نماید و در نتیجه، درآمدهای مالیاتی آن کاهش می‌یابد. در مقابل این اقدام که به حوزه درآمدی دولت مربوط می‌شود تولید کالاها یا خدمات فرهنگی و هنری مانند ایجاد شبکه رادیو تلویزیونی دولتی در کشور مستلزم صرف هزینه‌هایی است که در قسمت مخارج دولت منعکس می‌شود. از آن‌جا که اعمال سیاست‌های مالی در هر بخش در نهایت، بر درآمدها و مخارج دولت در بودجه اثر می‌گذارد آن‌ها را به نام سیاست بودجه‌ای (Budgetary Policy) نیز می‌شناسند. سیاست‌های تنظیم بازار در هر بخش، آن دسته از اقدامات دولت را دربرمی‌گیرد که ضمن وضع محدودیت‌ها یا برقراری مشوق‌ها، درصدی تحدید یا گسترش تولید یا مصرف خصوصی محصولات مورد نظر در آن بخش است. تدوین قانون حق مؤلف در هر کشور، با هدف منع تکثیر غیرمجاز کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، در واقع، به منزله تنظیم قواعدی است که تولیدکنندگان فرهنگی و هنری را با اطمینان خاطر از ممانعت دیگران از دستیابی به منافع مادی تکثیر اثر خود به ادامه تولید این محصولات تشویق می‌کند. در نهایت، باید گفت این‌گونه سیاست‌ها همان‌طور که از نام آن‌ها برمی‌آید درصدد تنظیم و تحت تأثیر قرار دادن بازار یا عرضه و تقاضای خصوصی محصولات هر بخش هستند.

گفتنی است که سیاست‌های مالی در برخی موارد شاید کارکرد سیاست تنظیم بازار را نیز داشته باشد. برای مثال، تخصیص یارانه برای تولید کتاب ضمن آن‌که با اثرگذاری بر مخارج

دولت، نوعی سیاست مالی در بخش فرهنگ و هنر قلمداد می‌شود به دلیل آن‌که به شکلی، رفتار عرضه‌کننده خصوصی کتاب (در مسیر هدف مورد نظر دولت) را تحت تأثیر قرار می‌دهد به مثابه سیاست تنظیم بازار (کتاب) در بخش فرهنگ و هنر نیز قابل طبقه‌بندی است. نمونه یک سیاست مالی خالص در بخش فرهنگ و هنر، مخارج ایجاد یک بنگاه دولتی برای تولید کالا یا خدمت فرهنگی (مانند ایجاد و اداره سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) است و تدوین قانون حق مؤلف نمونه سیاست تنظیم بازار خالص در بخش فرهنگ و هنر است که مستقیماً تأثیری بر مخارج و درآمدهای دولت ندارد. در این‌جا باید این واقعیت مهم را یادآور شد که در اقتصادهای مختلط، هر اقدام مالی دولت (مانند تأسیس و اداره شبکه رادیو تلویزیون دولتی) به‌طور غیرمستقیم بر عرضه و تقاضای محصول فرهنگی - هنری در بخش خصوصی تأثیر می‌گذارد و به این ترتیب، در درازمدت، اثر آن مشابه اثر سیاست تنظیم بازار است. به همین شکل، هر سیاست تنظیم بازار (مانند تدوین قانون حق مؤلف) باعث تحدید یا گسترش عرضه و تقاضای کالاها و خدمات فرهنگی - هنری می‌شود و در درازمدت، بر بودجه دولت (در این مورد، افزایش درآمدهای مالیاتی دولت) تأثیر خواهد گذاشت.

پس از ارائه این تعاریف مقدماتی باید گفت آن‌چه در این مقاله به مثابه بحث نظری و تجربی دخالت دولت در بخش فرهنگ و هنر مطرح می‌گردد، به آن دسته از سیاست‌های اقتصادی دولت (اعم از سیاست‌های مالی یا تنظیم بازار) منحصر می‌شود که با هدف ترغیب بخش خصوصی به افزایش تولید محصولات فرهنگی - هنری طراحی شده‌اند. در این چارچوب، در قسمت دوم مقاله پیشینه سیاست‌های اتخاذ شده برای تشویق بخش خصوصی به تولید محصولات فرهنگی - هنری به بحث گذاشته می‌شود. چرا دولت‌ها یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری تخصیص می‌دهند؟ به عبارت دیگر، در چارچوب نظریه اقتصادی چگونه می‌توان این اقدام دولت را توجیه کرد؟ قسمت سوم به بیان بایدها یا نظریه هنجاری تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری می‌پردازد. در حالی که نظریه فوق با تشریح نقایص سازوکارهای بازار در ایجاد وضعیت بهینه عرضه و تقاضای محصولات فرهنگی - هنری، ادله دخالت دولت برای حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری را فراهم می‌نماید نظریه‌ای دیگر با تحلیل فرایند تصمیم‌گیری و اجرای سیاست تخصیص یارانه برای تأمین هدف فوق، هزینه‌ها و پی‌آمدهای منفی به‌کارگیری ابزار تخصیص یارانه را تبیین می‌کند. بر این اساس، در قسمت چهارم، نظریه

تبیینی تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری بیان می‌شود. با توجه به مطالب این قسمت که عدم کارآیی و اثربخشی ابزار تخصیص یارانه برای حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری را تبیین می‌نماید، در قسمت پنجم گزینه‌های دیگر اعمال این حمایت مطرح، و در مقایسه با ابزار تخصیص یارانه، سودمندی آن تشریح می‌گردد. در قسمت پایانی، نتایج این مقاله ارائه می‌شود.

## ۲- پیشینه سیاست‌های تشویقی برای تولیدات فرهنگی - هنری

به دلیل فقدان گزارش‌ها و بررسی‌های ذی‌ربط به‌ویژه آمار مربوط به مخارج دولت در این حوزه، ارائه تصویر دقیقی از پیشینه تلاش دولت در ایران برای اثرگذاری بر میزان و ترکیب تولید کالاها و خدمات فرهنگی - هنری در بخش خصوصی در این مقاله امکان‌پذیر نیست؛ زیرا این امر مطالعه مستقلی می‌طلبد که در این مجال اندک نمی‌گنجد. اما در حد نیاز این مقاله یادآور می‌شود، با مروری بر گزارش‌ها و اسناد برنامه‌های عمرانی قبل از انقلاب اسلامی (۱۳۲۸-۱۳۵۷) به‌نظر می‌رسد تا پیش از اجرای برنامه عمرانی چهارم (۱۳۴۷-۱۳۵۱) چنین تلاش‌هایی اصلاً مطرح نبوده یا در بهترین حالت، قابل چشم‌پوشی بوده است. شاهد این ادعا آن است که در ادبیات برنامه‌های عمرانی اول تا سوم، اصطلاح فرهنگ اساساً به مفهوم فعالیت‌های آموزشی دولت به کار برده می‌شده است. برای مثال، در «گزارش مقدماتی برنامه عمرانی سوم»، اعتبارات لازم برای برنامه‌های مختلف بخش فرهنگ در طول این برنامه به‌صورت جدول ۱ پیش‌بینی شده بود:

جدول ۱- میزان اعتبار پیش‌بینی شده برای بخش فرهنگ در برنامه عمرانی سوم

نسبت به کل برنامه فرهنگ (درصد)	میزان اعتبار (میلیون ریال)	نوع فعالیت
۴۸/۲	۷۵۸۱	تعلیمات ابتدایی
۲/۲	۳۵۰	مبارزه با بی‌سوادی
۱۴/۸	۲۳۴۲	تعلیمات متوسطه
۶/۳	۹۸۴	تربیت معلم
۰/۹	۱۴۵	تربیت بدنی
۰/۴	۶۶	هنرهای زیبا
۰/۱	۱۰	کودکستان و مهدکودک خانواده‌های کارگران
۲۶/۲	۴۱۰۸	تعلیمات عالی
۰/۳	۵۰	مدارس خصوصی
۰/۶	۱۰۰	کتابخانه مدارس و کمک به تأسیس کتابخانه‌های عمومی

مأخذ: (سازمان برنامه، گزارش مقدماتی برنامه عمرانی سوم ایران، ۱۳۶۶).

براساس جدول ۱، فعالیت‌های هنری (تحت عنوان "هنرهای زیبا") قسمت بسیار کوچکی از اعتبارات بخش فرهنگ در برنامه عمرانی سوم را شامل می‌شود و همین فعالیت‌های محدود در وزارت فرهنگ وقت صورت می‌گرفت که برخلاف عنوان ظاهری خود اساساً، تدوین و اجرای سیاست‌های آموزشی را برعهده داشت. در سال ۱۳۴۳ وزارت فرهنگ و هنر در مقام سازمان مسئول تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی و هنری از وزارت فرهنگ وقت (وزارت آموزش و پرورش فعلی) تفکیک شد. در سال ۱۳۴۶ شورای عالی فرهنگ و هنر با وظیفه ایجاد هماهنگی در طرح‌ها و برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی و هنری کشور و نیز برقراری همکاری نزدیک میان سازمان‌هایی که به فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌پردازند تأسیس شد و در نهایت، در سال ۱۳۴۸ این شورا بیانیه‌ای تحت عنوان «سیاست فرهنگی کشور» تهیه و منتشر نمود (سازمان برنامه و بودجه، بررسی عملکرد فرهنگ و هنر و ارشاد اسلامی، ۱۴). مطلب دیگر آن است که پیش از تأسیس وزارت فرهنگ و هنر، بخش عمده مخارج دولت در حوزه

فعالیت‌های فرهنگی و هنری صرف فعالیت‌های باستان‌شناسی، ایجاد و اداره موزه‌ها و نیز فعالیت‌های دیگری می‌شد که این‌ها را نیز مستقیماً خود دولت انجام می‌داد. برای مثال، بخش عمده اعتبارات عمرانی و عمومی برنامه سوم صرف اقداماتی چون احداث ساختمان مرکزی وزارت فرهنگ و هنر، تکمیل ساختمان کنسرت (تالار رودکی)، تکمیل موزه مردم‌شناسی، ساختمان هنرستان باله، خرید هفده واحد سینمای سیار و کمک به تجهیز ساختمان تالار ۲۵ شهریور شد (همان). در واقع، مهم‌ترین اثر ایجاد این وزارت آن بود که زمینه سازمانی دریافت نظرها و پیشنهادهای افراد و بنگاه‌های خصوصی ذی‌نفع در تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی - هنری را فراهم کرد.

در پی تأسیس وزارت فرهنگ و هنر، یکی از هدف‌های بخش فرهنگ و هنر در برنامه عمرانی چهارم (۱۳۵۱-۱۳۴۷)، «فراهم آوردن موجبات ابداع و ابتکار در هنر و ادب بر پایه سنت‌های ملی» معین شده بود که این هدف در کنار هدف‌های دیگری چون «پیشرفت و اعتلای هنر»، زمینه تزریق منابع دولتی به بخش خصوصی برای رونق بخشیدن به تولید کالاها و خدمات فرهنگی - هنری را مهیا نمود (سازمان برنامه، برنامه چهارم عمرانی کشور، ۱۳۴۷-۱۳۵۱، ۵۰۴-۵۰۵). در میان اقدامات و خط‌مشی‌های پیش‌بینی‌شده برای تحقق هدف‌های مذکور، اقداماتی چون «تشویق هنرمندان به آفرینش آثار ارزنده، تشویق مترجمان به ترجمه آثار ارزنده هنری و ادبی، بررسی و انتخاب بهترین کتاب‌ها و حمایت از حقوق مؤلفان و آفرینندگان هنری» دیده می‌شود که نشان‌دهنده آغاز روند تخصیص بخشی از مخارج فرهنگی و هنری دولت برای گسترش فعالیت‌های خصوصی در عرصه تولید کالاها و خدمات فرهنگی و هنری است (همان، ۵۰۵-۵۰۶).

در تحلیلی کلی، به نظر می‌رسد پس از برنامه عمرانی چهارم (۱۳۵۲) عوامل اصلی زیر باعث افزایش توجه دولت به اتخاذ سیاست‌های مشوق تولید کالاها و خدمات فرهنگی - هنری در بخش خصوصی شده باشد:

- ۱- افزایش روزافزون قیمت نفت در بازارهای جهانی، که در ۱۳۵۳ با افزایش تقریباً چهار برابر به اوج خود رسید و در نتیجه، افزایش امکانات مالی دولت برای حمایت از بخش‌های نوپایی چون بخش فرهنگ و هنر،
- ۲- رشد جمعیت شهری در کشور ناشی از تمرکز مخارج عمرانی و جاری دولت در مناطق

شهری، و در نتیجه، افزایش تقاضا برای محصولات فرهنگی - هنری به منظور پرکردن اوقات فراغت خانوارها به ویژه خانوارهای طبقه متوسط شهری،

۳- رشد نسبت جمعیت باسواد در کشور و در نتیجه، فراهم آوردن امکان مصرف محصولات فرهنگی خاصی مانند کتاب و مطبوعات،

۴- پیدایی و اشاعه دیدگاه‌ها یا نظریه‌های مربوط به اهمیت توسعه فرهنگی در رشد و توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه در ادبیات توسعه و انعکاس آن در رفتار دولت‌ها به ویژه نهادهای بین‌المللی ذی‌ربط.<sup>۱</sup>

عوامل فوق کمابیش در سال‌های پیش و پس از انقلاب به نفع تخصیص بخشی از منابع بخش عمومی برای ایجاد رونق در فعالیت‌های فرهنگی و هنری بخش خصوصی عمل کرده‌اند. البته به نظر می‌رسد رونق یا رکود درآمدهای نفتی، آهنگ رشد این منابع را در این سال‌ها تا حدودی تند یا کند کرده باشد. آنچه در دو دهه اخیر باعث تخصیص منابع نسبتاً بیش‌تری برای بخش فرهنگ و هنر شده، تلاش دولت برای دگرگون کردن ارزش‌های اجتماعی یا فرهنگ عمومی در جامعه و در نتیجه، تقویت باورها و ارزش‌های اسلامی بوده است. شایان ذکر است که تلاش مذکور عمدتاً در قالب اختصاص بودجه برای فعالیت مستقیم دولت در حوزه تولید کالاها و خدمات فرهنگی تبلور پیدا کرده و افزایش چشمگیر بودجه شبکه رادیو و تلویزیون دولتی (سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) بهترین شاهد این ادعاست.

### ۳- نظریه هنجاری تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری

همان‌طور که در مقدمه مطرح شد آنچه در این مقاله به‌مثابه مبانی نظری دخالت دولت در بخش فرهنگ و هنر به آن توجه شده است به آن دسته از اقدامات مالی دولت یا سیاست‌های تنظیم بازار منحصر می‌شود که با هدف ترغیب بخش خصوصی به افزایش تولید محصولات فرهنگی - هنری طراحی شده‌اند. در سه دهه اخیر که دولت ایران چنین اقداماتی را به اجرا درآورده، شاید مهم‌ترین اقدام، پرداخت یارانه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی - هنری بوده باشد. ذکر شواهدی در تأیید این ادعا، نه در چارچوب هدف‌های این مقاله می‌گنجد نه تأثیری در ادامه بحث دارد، اما اشاره اجمالی به فقدان آمار مربوط به میزان و ترکیب یارانه‌های تولیدات فرهنگی و هنری در اسناد یا گزارش‌های رسمی ذی‌ربط مفید به نظر می‌رسد.



مهم‌ترین سند رسمی موجود که انتظار می‌رود به کمک آن بتوان آمار یارانه‌های اختصاص‌یافته به تولیدات فرهنگی - هنری را استخراج کرد سند بودجه سالانه دولت است که هر سال تحت عنوان «قانون بودجه کل کشور» منتشر می‌شود. در این سند ساختار طبقه‌بندی بودجه دولت به انواع برنامه‌ها یا فعالیت‌های فرهنگی - هنری به نحوی است که نمی‌توان به کمک آن، یارانه‌های تخصیص‌یافته به این فعالیت‌ها در بخش خصوصی را تمیز داد و تفکیک نمود. مطالعه در دست انجام «بررسی بودجه‌های فرهنگی و هنری دولت در برنامه‌های توسعه کشور» که در آینده نزدیک منتشر خواهد شد این نارسایی را به تفصیل تشریح کرده است.

یک گزارش رسمی دیگر در حوزه بودجه فرهنگی و هنری دولت، «گزارش اقتصادی سال» سازمان برنامه و بودجه است که آمار عملکرد بودجه دولت در این حوزه و سایر برنامه‌های دولت را عرضه می‌نماید. در این گزارش نیز که از ۱۳۵۹ هر سال انتشار می‌یابد، معمولاً ارقام کلی عملکرد بودجه‌های فرهنگی و هنری دولت ارائه می‌شود، ولی به کم و کیف توزیع آن بین سازمان‌های دولتی و بنگاه‌های خصوصی یا توزیع آن بین انواع فعالیت‌های فرهنگی - هنری نمی‌پردازد.<sup>۲</sup>

گزارش رسمی دیگر در زمینه بودجه‌های فرهنگی و هنری، «گزارش فرهنگی کشور» است که از سال ۱۳۴۷ وزارت فرهنگ و هنر وقت (و پس از انقلاب، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) هر سال آن را تهیه و منتشر می‌کند. با مروری بر مجموعه این گزارش‌ها در سه دهه اخیر می‌توان دریافت که در ارائه عملکرد بودجه‌های فرهنگی و هنری الگوی منظمی تعقیب نمی‌شود. البته این گزارش در مقایسه با «گزارش اقتصادی سال» تفصیل بیشتری در زمینه بودجه‌های فرهنگی دارد. برای مثال، در «گزارش فرهنگی سال ۱۳۷۲» یکی از اقلام مخارج فرهنگی دولت که در طبقه‌بندی متفاوتی با طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی - هنری در سند بودجه سالانه کل کشور ارائه شده، برای «کمک به مطبوعات، نشر کتاب، فعالیت‌های فرهنگی - هنری مردمی، ایجاد و تجهیز اماکن فرهنگی غیردولتی و مساجد»، مبلغ ۵۷۵۰۰ میلیون ریال اختصاص یافته است.<sup>۳</sup> از آن‌جا که بخشی از فعالیت‌های انتشاراتی در کشور را بنگاه‌های دولتی انجام می‌دهند گزارش مذکور مشخص نمی‌کند که اولاً، چه بخشی از اعتبار مذکور به فعالیت‌های انتشاراتی اختصاص یافته و ثانیاً، چه بخشی از اعتبار فعالیت‌های انتشاراتی به ناشران خصوصی پرداخت شده است. به هر حال، هر چند وجود داده‌های منظم درباره یارانه‌های تخصیص‌یافته برای تولید

محصولات فرهنگی و هنری و مقایسه آن با سیر تحولات مصرف این محصولات در دوره زمانی معین، مبنای تحقیقی تجربی برای ارزیابی اثربخشی یارانه‌های مذکور است، اما به نظر می‌رسد پیش از انجام هر تحقیق تجربی، آگاهی از مبانی نظری کمک‌های مالی دولت به تولیدکنندگان خصوصی در بخش فرهنگ و هنر لازم باشد.

ممکن است در این‌جا این پرسش مطرح شود که آیا هزینه کردن درآمدهای مالیاتی (و در مورد کشورهایی چون ایران که عمده درآمد دولت از فروش مواد خام تأمین می‌شود، هزینه کردن درآمد صادرات مواد خام) برای حمایت از تولید خصوصی در بخش فرهنگ و هنر دارای عقلانیت اقتصادی است؟ به عبارت دیگر، چرا دولت‌ها بخشی از درآمد خانوارها را در قالب مالیات می‌ستانند تا برای حمایت از تولید یا مصرف محصولات فرهنگی - هنری خرج نمایند؟ دلایل پرداخت یارانه‌های فرهنگی و هنری، اساساً دلایل مبتنی بر تبیین نقایص عملکرد سازوکار عرضه و تقاضای محصولات فرهنگی و هنری در بازار آزاد (یا بدون دخالت دولت) است که در ادبیات اقتصادی از آن با عنوان دلایل «شکست بازار» (Market failure) نام برده می‌شود. برای مثال، طبق یکی از این دلایل، تولید کالاها و خدمات فرهنگی غیر از ایجاد فواید مستقیم برای مصرف‌کننده این کالاها و خدمات، مجموعه فواید جانبی نیز برای دیگر افراد جامعه دربردارد که در صورت واگذاری عرضه و تقاضای آن‌ها به سازوکار بازار، جامعه از این فواید جانبی محروم خواهد شد. در زیر، دلایل مذکور طبقه‌بندی شده‌اند که درباره هر یک به اختصار توضیح می‌دهیم:

**الف - فایده‌های جانبی:** اقتصاددانان معتقدند که برخی کالاها یا خدمات علاوه بر ایجاد فایده یا مطلوبیت مستقیم برای مصرف‌کننده آن، برای افراد دیگر که مستقاضی آن نبوده و در نتیجه، برای خریداری آن هزینه‌ای نپرداخته‌اند فایده یا مطلوبیت ایجاد می‌کند. این فایده را اصطلاحاً «فایده‌های جانبی» (Externalities) مصرف کالا یا خدمت مورد نظر نام نهاده‌اند. برای مثال، فایده مستقیم خریداری و مطالعه کتابی در زمینه مسائل تربیتی کودکان این است که فرد مطالعه‌کننده را با روش‌های مناسب تربیت فرزندان آشنا می‌کند. همچنین فایده جانبی این اقدام آن است که رفتار وی بر رفتار سایر مادران یا پدران در زمینه چگونگی برخورد با مسائل تربیتی فرزندانشان اثر می‌گذارد و از این طریق، فوایدی را نصیب آن‌ها و به عبارت دیگر، کل جامعه

می‌نماید. از آن‌جا که برخی خانوارها درآمد کافی برای خرید این‌گونه کتاب‌ها ندارند یا تولید آن‌ها با تقاضای کافی در جامعه روبه‌رو نیست (و به همین علت این فعالیت برای تولیدکننده، سودآور و جذاب به‌شمار نمی‌رود)، دولت با اختصاص یارانه به این فعالیت، موجب کاهش قیمت کتاب (در مقایسه با قیمت آن در شرایط عدم دخالت دولت)، سودآوری تولید آن و در نتیجه، جذب بنگاه‌های خصوصی به سمت تولید کتاب‌هایی در زمینه موضوع مذکور و در نهایت بهره‌مندی کل جامعه از فواید اجتماعی مصرف آن می‌شود. مثال‌های دیگری در حوزه مصرف محصولات فرهنگی - هنری که در چارچوب این استدلال بگنجد می‌توان ارائه کرد که از بیان آن صرف‌نظر می‌کنیم. بخش اعظم یارانه‌های فرهنگی و هنری در ایران، در چارچوب همین استدلال پرداخت می‌شود.

**ب - تقاضای آپشن (Option demand):** طبق این استدلال برخی افراد یا بنگاه‌ها به‌رغم آن‌که خود مستقیماً متقاضی کالاها یا خدمات فرهنگی - هنری نیستند اما با باور داشتن به ارزش اجتماعی مصرف این محصولات نزد دیگران، مایل‌اند بخشی از دارایی، درآمد یا سود خود را به تولید یا خرید کالاها و خدمات فرهنگی - هنری که در دسترس جامعه قرار می‌گیرد اختصاص دهند (تاووز، ۲۱۹). این هدف گاهی به‌صورت داوطلبانه و اقدام خود فرد یا بنگاه تحقق می‌یابد. برای مثال، فرد بخشی از دارایی خود را برای ایجاد کتابخانه در اختیار شهرداری قرار می‌دهد. در کشورهای توسعه‌یافته برخی بنگاه‌ها با خریداری آثار فرهنگی و هنری قدیمی مانند تابلوهای نقاشان معروف و اهدای آن‌ها به موزه‌های دولتی، زمینه استفاده یا حفظ هنری جامعه از این آثار را فراهم می‌نمایند. بهره‌مندی جامعه از مطلوبیت حاصل از مصرف محصولات فرهنگی و هنری، هدفی است که گاه از طریق نظام مالیاتی یا واسطه‌ای به نام دولت تحقق می‌پذیرد. آن‌جا که دولت مالیات دریافتی را برای مصارف خاص مانند ایجاد کتابخانه یا توزیع کتاب در بین گروه‌های خاص هزینه می‌کند در واقع، مالیات‌دهندگان علاقه‌مند به افزایش مصرف این‌گونه محصولات در جامعه را به پرداخت مالیات بیش‌تر ترغیب می‌نماید. هنگامی که دولت هزینه‌های بنگاه‌های تولیدی را که برای خرید محصولات فرهنگی و هنری و مصرف آن در جامعه اختصاص یافته‌اند، از پرداخت مالیات معاف می‌کند و در واقع، انگیزه افزایش این هزینه‌ها را فراهم می‌آورد، به‌مثابه آن است که از تمایل این‌گونه افراد و بنگاه‌ها به رونق مصرف

محصولات فرهنگی و هنری در جامعه، به نفع جامعه بهره‌برداری کرده است.

**ج - اعتبار یا وجهه ملی:** «احساس غرور از موفقیت هموطنان در رویدادهای (ورزشی، نظامی و هنری) بین‌المللی و جذابیت تمجید خارجیان از ذخایر ملی کشور بی‌شک آرای عمومی را به هیجان می‌آورد» (همان، ۲۲۰ و ۲۲۱).

برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و مسابقات فرهنگی و هنری متعدد در سطح بین‌المللی و بازتاب خبری گسترده آن باعث شده که دولت‌ها بخشی از بودجه فرهنگی را به حمایت از تولید محصولات اختصاص دهند که در این‌گونه برنامه‌ها شرکت می‌نمایند و موفقیت و اعتبار برای کشور به دست می‌آورند.

این پدیده شاید در مورد کشورهای در حال توسعه، که معمولاً فاقد قابلیت‌های جهانی در عرصه فعالیت‌های دیگری چون فعالیت‌های صنعتی هستند و از سویی به کسب اعتبار در صحنه بین‌المللی علاقه دارند، بیش‌تر مصداق داشته باشد. اختصاص بودجه برای آموزش شرکت‌کنندگان در المپیادهای علمی بین‌المللی، یکی از مصادیق این پدیده در ایران به‌شمار می‌رود.

**د - ریسک و عدم اطمینان:** «امروزه وجود ریسک و عدم اطمینان ادله استاندارد برای اقدام پیشگیرانه دولت است. برنامه‌های دولت برای کاهش ریسک به فرایند بازار کمک می‌کند زیرا با فراهم کردن مقادیر عظیم سرمایه باعث می‌شود که بنگاه‌های هنری که به بازار سرمایه دسترسی نداشته‌اند وارد بازار فعالیت‌های هنری شوند... طبق این بحث، یارانه شکل تضمین‌های دولتی برای کسب وام و بیمه کردن زیان‌های مترتب بر فعالیت‌های هنری پرمخاطره را می‌گیرد» (همان، ۲۲۱).

برخی محصولات فرهنگی - هنری، بازار از پیش آماده‌ای ندارند یا تولیدکنندگان حاشیه سود مطمئنی برای آن‌ها پیش‌بینی نمی‌کنند. براساس استدلال ریسک و عدم اطمینان، دولت با اعطای یارانه برای تولید این‌گونه محصولات پرمخاطره که تصور می‌شود برای جامعه سودمند باشند افراد و بنگاه‌ها را به تولید آن‌ها ترغیب می‌نماید. به نظر می‌رسد وام‌های ترجیحی و ارزان‌قیمت که دولت در چند سال اخیر در قالب تبصره سه بودجه سالانه برای تأسیس

مؤسسات یا تولید محصولات فرهنگی - هنری اختصاص داده است در چارچوب استدلال ریسک و عدم اطمینان بگنجد.<sup>۴</sup>

ه - شکل دادن به سلیقه افراد: «به نظر هنرمندان، هدف از فعالیت‌های هنری آن است که سلیقه و تصورات افراد تغییر کند. بنابراین، یارانه‌های هنری به قصد ایجاد تقاضای جدید پرداخت می‌شوند... هدف اقتصادی یارانه آن است که از طریق ایجاد فرصت یادگیری تجربی برای مردم و در نتیجه، افزایش مصرف کالاهای هنری منحنی تقاضا را به سمت راست انتقال دهد... استدلال مذکور در مورد پرداخت یارانه به هنرهای جدید اعتبار دارد و حالتی مشابه استدلال خطر و عدم اطمینان دارد. طبق این استدلال، هنرهای جدید و نوپا نیاز به یارانه دارند و این یارانه باید صرف اشاعه کارهای جدید و جلب تماشاگران هنری جدید شود» (همان، ۲۲۱ و ۲۲۲).

دلایل مذکور برای پرداخت یارانه‌های فرهنگی و هنری که از مجموعه اقدامات اصلاحی دولت برای برطرف کردن نقایص سازوکار بازار به‌شمار می‌رود، ذیل دلایل مربوط به «شکست بازار» جای می‌گیرند و موجب افزایش بهره‌وری در اقتصاد ملی می‌شوند. استدلال دیگر برای پرداخت یارانه به تولید یا مصرف محصولات فرهنگی - هنری که در یکی دو دهه اخیر مطرح شده و شاید با دلایل نوع اول تناقض پیدا کند، استدلال ضرورت ایجاد برابری در میزان دست‌یابی جامعه به این محصولات است. آنچه اهمیت این استدلال را در سال‌های اخیر بیش‌تر کرده، آن است که دولت‌های معاصر برخلاف جوامع گذشته، مصرف محصولات فرهنگی - هنری را نوعی مصرف تجملی و در حوزه علائق شخصی نمی‌دانند که تنها به طبقات پردرآمد و دارای اوقات فراغت کافی برای بهره‌برداری از این محصولات اختصاص داشته باشد، بلکه در پی پیدایی و تکامل نظریه‌هایی درباره تأثیر مثبت تحولات فکری و فرهنگی جامعه بر سایر حوزه‌های زندگانی بشر به‌ویژه حیات اقتصادی جامعه، بیش از هر زمان دیگر به سرمایه‌گذاری برای عرضه محصولات فرهنگی به همه آحاد جامعه به‌خصوص طبقات کم‌درآمد روی آورده‌اند. این سیاست خصوصاً در کشورهای در حال توسعه بیش‌تر دنبال می‌شود. بر این اساس، دولت‌ها با عرضه ارزان مواد لازم برای تولید محصولات فرهنگی و هنری یا پرداخت وام‌های ترجیحی و در نتیجه، تلاش برای پایین نگه‌داشتن هزینه تولید این محصولات و

پرداخت یارانه مستقیم به مصرف‌کننده، می‌کوشند امکان دسترسی طبقات کم‌درآمد به این محصولات را فراهم نمایند.

«در بریتانیا بحث درباره نقش یارانه‌های هنری اساساً حول مفهوم افزایش امکان دسترسی دور زده است. منشور شورای هنرهای بریتانیای کبیر که عملاً تنها بیانیۀ موجود در زمینۀ سیاست‌های هنری این کشور است این هدف را ارج نهاده است» (همان، ۲۲۳).

#### ۴- نظریۀ تبیینی تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری

در بخش پیشین از ناتوانی سازوکار بازار در تأمین حداکثر رفاه مصرف‌کننده محصولات فرهنگی - هنری و نیز عدم دسترسی طبقات کم‌درآمد به این محصولات اجتماعی ارزشمند به‌مثابه مبانی اصلی نظریۀ هنجاری دخالت دولت در بخش فرهنگ و هنر از طریق پرداخت یارانه تولیدی، بحث شد. در چارچوب این نظریه در کشور ما و بسیاری کشورهای دیگر، دولت‌ها به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی و هنری یارانه پرداخت می‌نمایند. اکنون این پرسش پیش می‌آید که آیا با پرداخت یارانه، هدف‌های دولت محقق می‌شود؟ پاسخ منطقی به این پرسش در گرو مقایسه وضعیت جامعه پیش و پس از پرداخت یارانه (به فرض ثابت ماندن سایر شرایط) طی مطالعه‌ای تجربی است. به عبارت دیگر، ضروری است مجموع هزینه‌ها و فایده‌های پرداخت یارانه شناسایی و برآورد شده، خالص رفاه اجتماعی محاسبه گردد. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد صرف‌نظر از آن‌که در ایران داده‌های لازم برای چنین مطالعه‌ای وجود ندارد، در کشورهای پیشرفته نیز که بررسی اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی و هنری سابقه چند ده ساله دارد، به دلیل جوانی رشته «اقتصاد فرهنگ» برای این‌گونه بررسی‌ها و نیز مسائل نظری و آماری مبتلا به آن، تلاش چندانی در حوزه برآورد هزینه و فایده‌های اختصاص یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری صورت نگرفته است.<sup>۵</sup> اما این مشکل مانع از آن نیست که دست‌کم، نظریه مربوط به پی‌آمدهای منفی پرداخت یارانه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی و هنری را مطرح نکنیم. به عبارت دیگر، در مقابل نظریۀ هنجاری پرداخت یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری که بر مبنای شکست یا نقایص سازوکار بازار جنبه عقلایی پیدا می‌کند، نظریۀ «شکست دولت» در اجرای سیاست پرداخت یارانه برای تولیدات فرهنگی و هنری قابل طرح

است. این نظریه، هزینه‌های اجتماعی سیاست مذکور را تبیین می‌کند و زمینه مطرح شدن مطالب قسمت بعد یعنی به‌کارگیری ابزارهای کارآتر و اثربخش‌تر در جهت حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری را فراهم می‌آورد. در ادامه این بخش به‌اختصار به بیان این هزینه‌ها می‌پردازیم:

**الف - هزینه‌های اداری توزیع یارانه:** وضع معمول در توزیع هرنوع یارانه بین تولیدکنندگان هر کالا یا خدمت (از جمله کالاها و خدمات فرهنگی) آن است که شمار متقاضیان یارانه و نیاز مالی آن‌ها بیش از امکانات مالی دولت باشد. صرف‌نظر از طرح دلایل این پدیده، دولت ناگزیر است یک سازمان اداری برای تعیین و اعمال معیارهای گزینش متقاضیان شایسته را ایجاد کند. هزینه‌های تأسیس و فعالیت این سازمان، در واقع نوعی هزینه اجتماعی توزیع یارانه است که از طریق اخذ مالیات بیش‌تر باید تأمین شود (این‌که هزینه‌های فوق در کشوری چون ایران از منبع درآمدی دیگری چون فروش مواد خام مانند نفت در بازارهای جهانی تأمین می‌شود تأثیری بر نتیجه بحث ما نخواهد گذاشت). از سوی دیگر، اخذ مالیات فوق مستلزم گسترش سازمان اداری برای گردآوری درآمدهای مالیاتی است و ناگزیر هزینه‌هایی در پی دارد که به هزینه‌های اداری اولیه توزیع یارانه افزوده می‌شود. هزینه اخیر، خود وضع مالیات‌های جدید یا افزایش نرخ مالیات‌های موجود را می‌طلبد و بنابراین، هزینه‌های اجتماعی توزیع یارانه بین تولیدکنندگان را افزایش می‌دهد. آنچه کارآیی ابزار پرداخت یارانه برای حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری و هر نوع محصول دیگر را در کشورهای در حال توسعه بیش‌تر با تردید مواجه می‌کند، آن است که هزینه‌های اداری گردآوری درآمدهای مالیاتی در این کشورها به مراتب بیش از کشورهای توسعه‌یافته است و با توجه به شدت نیازهای مالی و نیز تنگناهای مالی دولت در کشورهای در حال توسعه، توسل دولت‌ها را به ابزارهای کارآتر برای حمایت از بخش‌های اقتصادی مختلف از جمله بخش فرهنگ و هنر ضروری تر می‌سازد.

**ب - وقوع رانت‌جویی (یا کسب درآمدهای بادآورده) در هنگام وضع یارانه‌های تولیدی:** نظریه هنجاری یا ایده‌آل وضع یارانه‌های تولیدی، آن است که دولت به‌مثابه موجودی خیرخواه و حافظ منافع کل جامعه، پس از تشخیص نقایص سازوکار بازار در عرضه و تقاضای برخی محصولات، با ابزارهایی چون وضع یارانه می‌کوشد تا رفاه اجتماعی را به حداکثر برساند.

در مقابل، نظریه دیگری که براساس مطالعه تجربی فرایند تصمیم‌گیری در دولت و شناسایی گروه‌های مؤثر در آن شکل گرفته است، اعتقاد دارد که بسیاری از سیاست‌های دولت از جمله سیاست حمایت مالی از تولید محصولات خاص برخلاف هدف‌های اعلام‌شده و رسمی، تأمین منافع گروه‌های ذی‌نفع در این فرایند را تعقیب می‌کند. در واقع، پیش‌فرض اساسی این نظریه آن است که سیاست‌گذاران و مدیران سازمان‌های دولتی مانند انسان اقتصادی مفروض در نظریه اقتصادی کلاسیک در پی به حداکثر رساندن منافع خود هستند، اما به دلیل تعهدات رسمی خود در پیشبرد منافع جمعی، این هدف را از طریق برنامه‌های ظاهراً اصلاح و جامعه‌پسندی چون حمایت از تولید دنبال می‌نمایند.

اگر ابزارهای مختلف اجرای سیاست حمایت از تولید و مصرف محصولات خاص را از نظر میزان ایجاد امکان کسب درآمدهای بادآورده برای سیاست‌گذاران، مدیران اجرایی و گروه‌های خصوصی ذی‌نفع در این سیاست‌ها در یک طیف قرار دهیم، به نظر می‌رسد توزیع یارانه در مقایسه با سایر ابزارها این امکان را بیش‌تر فراهم می‌کند و بنابراین، در عمل انحراف بیش‌تری از هدف‌های اعلام‌شده سیاست حمایت از تولید و مصرف کالاها و خدمات خاص از جمله کالاها و خدمات فرهنگی پدید می‌آورد. صرف‌نظر از پذیرش یا عدم پذیرش این دیدگاه، نظریه پردازان رانت‌جویی که معتقدند سیاست حمایت از تولید، برای تأمین منافع تولیدکنندگان طراحی شده و با منافع مصرف‌کننده و اقتضائات پیشرفت اقتصادی مغایرت دارد، اجرای سیاست فوق را از طریق ابزار یارانه یکی از عوامل بسیار مؤثر در گسترش فساد و اتلاف منابع در سازمان دیوان‌سالاری کشورهای درحال توسعه می‌دانند. این پدیده که در ادبیات توسعه اقتصادی به‌مثابه یکی از موانع مهم رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده، به آشکالی چون برخورداری متقاضیان غیرشایسته از یارانه‌های تولیدی و اعطای امتیاز ایجاد مؤسسات تولیدی یارانه‌گیر به کارکنان و مدیران دولتی تجلی پیدا می‌کند. آنچه این وضع نابهنجار را در کشورهای در حال توسعه‌ای چون ایران تشدید کرده، برخورداری از درآمدهای نفتی کلان و تخصیص یارانه‌های نسبتاً گسترده از طریق سازمان‌های اداری در بخش‌های مختلف اقتصادی است. برای مثال، به نظر می‌رسد افزایش چشمگیر و جهشی شمار ناشران در سال‌های پس از انقلاب شاخصی از تلاش گروه‌های رانت‌جو برای برخورداری سهمی از یارانه‌های اختصاص‌یافته به تولید کتاب در کشور باشد.



**ج - توزیع نابرابر منافع یارانه‌های تولیدی در جامعه:** پیش‌تر اشاره شد که افزایش امکان دسترسی طبقات کم‌درآمد به کالاهای فرهنگی - هنری یکی از هدف‌های اختصاص یارانه به تولید یا مصرف این کالاها در جامعه است. مطالعات تجربی در برخی کشورها نشان می‌دهد که یارانه‌های فرهنگی - هنری در عمل، به نفع طبقات پردرآمد هزینه می‌شود. به‌هرحال، در کشورهایی چون ایران که نابرابری نسبتاً شدید درآمد وجود دارد، سیاست‌گذاران باید مراقب باشند که ابزارهایی را برای حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری اختیار کنند که نابرابری موجود بین طبقات مختلف در زمینه دسترسی به مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری را تشدید نکند و مهم‌تر از آن، بار مالی بهره‌مندی طبقات پردرآمد از سیاست حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری را طبقات کم‌درآمد بر دوش نکشند:

«... دست‌کم در بریتانیا کارهای هنری که یارانه می‌گیرند اساساً و گاهی انحصاراً در قلمرو طبقات پردرآمد قرار دارند. به این ترتیب، یارانه موجب توزیع مجدد درآمد از عامه مالیات‌دهنده به طبقات پردرآمد می‌شود... در بریتانیا با وجود آنکه اپرا و باله بیش‌ترین قسمت از یارانه پرداختی به هنرهای نمایشی را به خود اختصاص می‌دهند اما تماشاگران کم‌تری را جذب کرده‌اند (همان، ۲۲۸).

**د - پی‌آمدهای غیراقتصادی اعطای یارانه به تولیدات فرهنگی - هنری:** هر آن‌چه تاکنون درباره هزینه‌ها و پی‌آمدهای منفی اعطای یارانه در بخش فرهنگ و هنر گفته شد در چارچوب پی‌آمدهای اقتصادی این سیاست جا می‌گیرد. این پی‌آمدها هر چند به جای خود اهمیت دارند و عقلانیت اقتصادی استفاده از ابزار یارانه برای حمایت از تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری را زیر سؤال می‌برند به دلایل زیر شاید در مقایسه با پی‌آمدهای غیراقتصادی اعطای یارانه کم‌اهمیت باشند.

اولاً، کالاها و خدمات فرهنگی و هنری به‌ویژه آن‌ها که صرفاً قصد پرکردن اوقات فراغت جامعه را نداشته باشند و جنبه ایجاد سرگرمی محض را به خود نگیرند، ماهیتی متعالی دارند و همان‌طور که اصحاب حرفه‌های فرهنگی - هنری اصرار دارند حاصل تلاش آن‌ها را نباید با ترازوی عرضه و تقاضا در بازار سنجید. دوری جستن ایشان از شائبه درآمد و ثروت‌اندوزی از طریق تلاش‌های فرهنگی و هنری امری شناخته شده است. اصحاب حرفه فرهنگی و هنری در

مقایسه با صاحبان جزف دیگر این ویژگی را دارند که به خاطر هدف والای اشاعه اندیشه‌ها و عرضه هنر خود به جامعه، به درآمد کم‌تر تن می‌دهند. این خصوصیت کمابیش در میان اصحاب جزف فرهنگی - هنری در سراسر جهان دیده می‌شود.

«در کشورهایی که متأثر از رمانتیسم آلمانی هستند... طبق یک سنت قوی،

هنرمند واقعی را کسی می‌دانند که فقیر باشد (فرای، ۱۴).

اقتصاددانان این واقعیت را که هنرمندان، متفکران و به‌طور کلی، کسانی که به تولید محصولات فرهنگی - هنری اشتغال دارند در مقایسه با تولیدکنندگان محصولات دیگر تحت تأثیر انگیزه‌های غیرمادی نیز فعالیت می‌کنند در قالب نظریه‌سازی در زمینه رفتار هنرمندان در عرضه کار خود تبیین کرده‌اند:

«نظریه عرضه کار مبتنی بر این فرض است که کار صرفاً وسیله کسب درآمد است. در این نظریه فرض می‌شود که عرضه‌کنندگان کار برای اوقات فراغت رجحان مثبت دارند و برای زمان صرف‌شده در کار رجحان منفی یا عدم مطلوبیت. به عبارت دیگر، افراد بر اثر افزایش دستمزد با هدف کسب درآمد افزون‌تر، بیش‌تر کار می‌کنند... این نظر که رفتار برخی از عرضه‌کنندگان کار در این الگو نمی‌گنجد حرف تازه‌ای نیست. پس از مطالعه فریدمن و کوزنتس... همگان پذیرفته‌اند که برخلاف نظریه متعارف عرضه کار، برخی گروه‌ها یعنی دانشگاهیان، محققان و هنرمندان از خود فرایند کار نیز لذت می‌برند و نه صرف درآمد حاصل از آن. بنابراین، الگوهای تخصیص وقت و انتخاب شغل باید تأثیر عوامل غیرپولی و مادی بر تصمیم‌گیری شغلی این‌گونه افراد را مدنظر قرار دهند و دست‌کم، شواهد نشان می‌دهد که این‌گونه افراد پیشنهاد مشاغل درآمدزاتر را به نفع کارهایی که عملاً از آن لذت می‌برند رد می‌کنند. در این گروه هنرمندان اعم از آن‌که شاعر، نقاش، بازیگر یا نوازنده باشند از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. تقریباً، در سراسر جهان هنرمندان از هر واحد کار خود بازده مالی اندکی می‌برند. بسیاری از آن‌ها برخلاف پزشکان و وکلای قادر نیستند تا در حرفه خود دستمزدی که برای گذران زندگی کافی باشد به دست آورند» (تراسبی، ۹۹

و ۱۰۰).

در عمل، نیز حمایت‌های مالی دولت از تولیدات فرهنگی و هنری به نویسندگان، هنرمندان

و به‌طور کلی، پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری تعلق نمی‌گیرد زیرا با تحلیل فرایند عرضه این آثار مشخص می‌شود که «تولید هنری دو مرحله دارد: مرحله اول، مرحله خلق اندیشه است و مرحله دوم به انتقال این اندیشه یعنی تولید و توزیع رسانه‌ای آن مربوط می‌شود» (بروزیو، ۲۵). برای مثال، دولت یارانه تولید کتاب را به ناشر می‌پردازد که کار رسانه‌ای انتشار اندیشه خلق شده نویسنده کتاب را برعهده دارد نه به نویسنده. این واقعیت در مورد بسیاری از آثار فرهنگی و هنری دیگر مانند فیلم سینمایی که در آن مرحله خلق اندیشه (تولید سناریوی فیلم) از مرحله پخش یا انتشار اندیشه خلق شده (تبدیل سناریو به فیلم سینمایی) مجزا است، مصداق پیدا می‌کند.

ثانیاً، پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری صرف‌نظر از آن‌که در مقایسه با سایر جزف کم‌تر تحت تأثیر انگیزه‌های مادی فعالیت می‌کنند و بیش‌تر مجذوب نفس کار خلق اندیشه و اثر هستند هرگاه تحت حمایت مالی حکومت‌ها قرار گرفته‌اند هزینه سنگینی برای آن پرداخته‌اند و این هزینه سنگین، همانا نادیده گرفتن غایت خلق اندیشه فرهنگی و هنری ماندگار، متعالی و جامعه‌ساز به قیمت برخورداری از تنعم دنیوی زودگذر است. به عبارت دیگر، به اعتقاد عموم فلاسفه و اندیشه‌گران، اندیشه فرهنگی و هنری همواره رسالت بزرگ نقادی وضع زمانه خود را برعهده داشته است و از آن‌جا که این نقادی و پرسشگری با منافع حاکمان تعارض پیدا کرده، حکومت‌ها همواره کوشیده‌اند تا از طریق تطمیع مالی و در غیر این صورت، با زور و ارباب، هنرمندان و فرهیختگان را از انجام این رسالت بزرگ بازدارند. حاکمان مستبد همواره نویسندگان، شاعران و هنرمندان مدیحه‌گو را در صدر مجالس خود نشانده‌اند و به آن‌ها زر و سیم و خلعت‌های فاخر بخشیده‌اند تا اندیشه خود را در خدمت توجیه و مردم‌پسند کردن ظلم آن‌ها به کار اندازند.

پیدایی تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید که امکان انتشار انبوه و سریع اندیشه‌ها را فراهم می‌کنند، حکومت‌های استبدادی در مناطق عقب‌افتاده جهان را به وسوسه سرمایه‌گذاری در تولید آثار فرهنگی - هنری که کارکرد تبلیغاتی برای این حکومت‌ها داشته باشند انداخته است. در همین چند دهه اخیر دولت‌های استبدادی در مناطق در حال توسعه به‌خاطر کارکردهای تبلیغاتی، از رویدادها و آثار به‌ظاهر فرهنگی و هنری متعددی حمایت مالی کرده‌اند. این حمایت‌ها صرف‌نظر از این‌که فشار اقتصادی سنگینی را بر دوش اکثریت مردم فقیر این مناطق

تحمیل می‌کند، روند تغییرات و اصلاحات سیاسی و اجتماعی که زمینه بهبود وضع اقتصادی این گروه‌ها را فراهم می‌آورد، کند می‌نماید. حتی اگر تمام هزینه‌های حمایت مالی دولت از تولیدات فرهنگی و هنری را که در قسمت‌های پیش به آن اشاره شد نادیده بگیریم، همین هزینه‌های اخیر یعنی عقیم‌شدن کارکرد اصلاح‌طلبانه اندیشه‌های فرهنگی و هنری در جامعه کافی است تا کارشناسان و برنامه‌ریزان فرهنگی و هنری در کشورهای در حال توسعه را به پرهیز از توصیه کاربرد این ابزار ترغیب کند.

تجربه نشان می‌دهد که بخش مهمی از حمایت‌های مالی دولت از بخش فرهنگ و هنر در مناطق در حال توسعه با کارکردهای تبلیغاتی و برخلاف آرمان‌های متعالی و هدف‌های اجتماعی مطلوب نظریه‌هنجاری اعطای یارانه به تولیدات فرهنگی، تزریق شده است.

### ۵- ابزارهای مناسب برای حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری

با توجه به مطالب بخش پیشین درباره هزینه‌های سنگین اقتصادی و اجتماعی ناشی از استفاده از ابزار تخصیص یارانه برای حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری، این پرسش پیش می‌آید که با فرض قبول فواید جانبی افزایش مصرف کالاها و خدمات فرهنگی - هنری در جامعه (که نظریه‌هنجاری تخصیص یارانه برای تولید این کالاها و خدمات به تشریح آن پرداخته است) آیا ابزارهای دیگری برای تحقق این فواید که در عین حال، هزینه‌های فوق را به همراه نداشته باشد وجود دارد؟ در این بخش این ابزارها به اختصار معرفی خواهد شد.

**الف - معافیت‌های مالیاتی برای تولید و مصرف آثار فرهنگی - هنری:** در حالی که بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران و برخی کشورهای توسعه یافته مانند فرانسه برای حمایت از تولید و مصرف محصولات فرهنگی - هنری، عمدتاً بر سیاست پرداخت یارانه اتکا دارند، در برخی کشورهای توسعه یافته به ویژه ایالات متحده آمریکا، هدف فوق از مجرای وضع سیاست‌هایی چون سیاست تشویق یا معافیت مالیاتی تعقیب می‌شود. نگاهی به آمار مخارج فرهنگی و هنری دولت در چند کشور توسعه یافته، این تفاوت در ابزار اعمال سیاست حمایت از تولید و مصرف محصولات فرهنگی - هنری را نشان خواهد داد.

جدول ۲ - مخارج فرهنگی و هنری دولت در چند کشور توسعه یافته\* (سال ۱۹۸۷)

نسبت مخارج فرهنگی و هنری به مخارج فرهنگی و هنری به ازای هر نفر		کل مخارج دولت		تولید ناخالص ملی		
کل دولت	دولت منطقه‌ای	دولت مرکزی	دولت مرکزی	درصد	درصد	
دلار	دلار	دلار	دلار	درصد	درصد	
۳۹/۱	۳۸/۷	۰/۴	۰/۲۱	۰/۷۹	آلمان غربی	
۳/۳	۱/۶	۱/۷	۰/۰۲	۰/۰۵	امریکا	
۱۹/۱	۱۳/۱	۶	۰/۱۱	۰/۳۹	استرالیا	
۱۶	۸/۶	۷/۴	۰/۱۴	۰/۴۱	بریتانیا	
۴۵/۲	۱۶	۲۹/۲	۰/۲۴	۰/۴۲	سوئد	
۳۵	۲۷/۸	۷/۲	۰/۲۲	۰/۷۷	فرانسه	
۲۸/۳	۱۶/۲	۱۲/۱	۰/۱۸	۰/۳۴	کانادا	
۳۳/۵	۱۷/۲	۱۶/۳	۰/۲۳	۰/۴۵	هلند	

\* منبع: (Throsby, 21).

طبق این جدول، مخارج فرهنگی و هنری دولت در این چند کشور که براساس شاخص‌های نسبت مخارج فوق به کل مخارج دولت (ستون اول) و نسبت آن به تولید ناخالص ملی (ستون دوم) سنجیده شده، در امریکا از کشورهای دیگر بسیار کم‌تر است و در مقابل، فرانسه با داشتن رقم بالایی از این شاخص‌ها، مخارج فرهنگی - هنری نسبتاً زیادی دارد. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد رقم دو شاخص فوق در امریکا به ترتیب ۰/۰۲ و ۰/۰۵ درصد است و در فرانسه، به ترتیب، ۰/۷۷ و ۰/۲۲ درصد.

«سهم نسبتاً کم‌تر مخارج فرهنگی و هنری در امریکا تا حدودی ناشی از این حقیقت است که دولت امریکا در مقایسه با دولت‌های اروپایی دخالت مستقیم کم‌تری در تولید محصولات فرهنگی و هنری دارد و تا حدودی [ناشی] از این حقیقت [است] که امریکا بیش‌ترین تکیه را بر حمایت‌های داوطلبانه از بخش فرهنگ و هنر می‌گذارد. در این سال‌ها کمک‌های داوطلبانه افراد، شرکت‌ها و نهادها چهار برابر حجم حمایت‌های مستقیم دولت امریکا بوده است و حجم درآمد

مالیاتی از دست‌رفته در این کشور معادل ۵۰ درصد مخارج دولت» (همان، ۲۰ و

۲۱).

اعطای معافیت‌های مالیاتی برای حمایت از تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری در مقایسه با ابزار یارانه چند مزیت دارد: اولاً، مستلزم صرف هزینه‌های اداری برای توزیع یارانه و نیز هزینه‌های ایجاد یا گسترش سازمان مالیاتی برای تأمین مالی حمایت یارانه‌ای نیست. ثانیاً، معافیت مالیاتی، عملاً به تولیدکنندگان شایسته تعلق می‌گیرد. به عبارت دیگر، هر تولیدکننده که به دلیل کسب درآمد بیش‌تر، از این معافیت بیش‌تر بهره‌مند شده، در واقع توانایی تولید و عرضه بیش‌تر محصول فرهنگی یا هنری و جذب متقاضیان بیش‌تر را داشته است. ثالثاً، معافیت مالیاتی، از شکل‌گیری رفتارهای رانت‌جویانه یا کسب درآمدهای بادآورده در بخش خصوصی و دیوان‌سالاری - که پی‌آمد اجتناب‌ناپذیر فرایند تخصیص و توزیع یارانه است - مانع می‌شود. در واقع، این ابزار، احتمال فساد و انحراف دیوان‌سالاری به سوی تأمین منافع شخصی را کم‌تر می‌کند. اگر این اصل موضوعه را بپذیریم که انگیزه به حداکثر رساندن منافع شخصی تا حد زیادی رفتار همه انسان‌ها از جمله کارکنان شاغل در سازمان‌های دولتی را هدایت می‌کند، وظیفه کارشناسان اقتصادی در هر بخش اقتصاد ملی از جمله بخش فرهنگ و هنر آن است که از میان ابزارهای مختلف اجرای یک سیاست مشخص، ابزاری را انتخاب نمایند که امکان ظهور رفتارهای رانت‌جویانه و فسادآور را در سازمان‌های دولتی که مسئول اجرای آن سیاست هستند، به حداقل ممکن برساند.

رابعاً، در حالی که اعطای یارانه به تولیدات فرهنگی و هنری و در کنار آن ایجاد بنگاه‌های دولتی برای تولید مستقیم این محصولات، با گسترش نقش و سهم دولت در عرضه محصولات فرهنگی و هنری، باعث می‌شود به تدریج انگیزه افراد و مؤسسات خصوصی برای حمایت از تولید و مصرف این محصولات شایسته و دارای ارزش اجتماعی کاهش یابد، اعطای تشویق‌ها و معافیت‌های مالیاتی؛ افراد، خانوارها و بنگاه‌ها را به اختصاص بخش بیش‌تری از درآمد (اضافه بر حداقل معاش خانوار) یا سود خود به حمایت از تولید یا مصرف آثار فرهنگی و هنری و در واقع، به حمایت از رونق فرهنگ و هنر در جامعه ترغیب می‌نماید.

از گذشته دور، در جوامع مختلف افراد با انگیزه‌های گوناگون بخشی از منابع اقتصادی خود مانند وقت و درآمدها را صرف حمایت داوطلبانه از گسترش تولید یا اشاعه مصرف

محصولات فرهنگی و هنری نموده‌اند. برای مثال، در جامعه سنتی ایران که باورهای مذهبی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتار افراد داشته، شواهد متعددی از بذل وقت، درآمد یا ثروت مؤمنان برای خلق آثار فرهنگی و هنری ماندگار در اماکن مذهبی دیده می‌شود. هنرمندان بسیاری وقت و مهارت خود را صرف تزئین بنای درونی و بیرونی مساجد نموده و آثار ماندگاری برجای گذاشته‌اند و افراد بسیاری در قالب سنت «وقف»، میراث خود را صرف امور فرهنگی مانند سفارش کتابت قرآن به کاتبان مشهور و وقف آن برای مساجد کرده‌اند.

«اگر فرهنگ و هنر معرف یک ارزش اجتماعی باشد، برخی افراد - به‌ویژه کسانی که به چنین ارزشی حساس هستند - نیازهای مالی آن را تأمین خواهند کرد. افزایش مصرف کالاها و فرهنگ و کسب وجهه اجتماعی، فایده این کمک‌ها برای کل جامعه خواهد بود. هنگامی که جامعه در قالب افزایش محبوبیت کمک‌کنندگان، واکنش مثبتی به کمک‌های افراد نشان می‌دهد، می‌توان به وجود هزینه‌های اقتصادی در این کمک‌ها پی برد. در این شرایط کمک‌هایی که متکی بر انگیزه‌های نفع شخصی باشد به کمک‌های فرهنگی انسان‌دوستانه اضافه می‌شود. احتمالاً، برخی از کمک‌کنندگان یعنی هدیه‌دهندگان، به حفظ و اشاعه میراث فرهنگی علاقه بیش‌تری دارند تا به منافع اقتصادی بالقوه‌ای که افزایش محبوبیت آن‌ها را در پی دارد. علاوه بر این، آنان از این‌که به‌عنوان پشتیبان هنرمندان جوان و مشوق شکل‌های هنری جدید شناخته شوند، رضایت روحی و روانی به‌دست می‌آورند. گروه دیگری از کمک‌کنندگان با هدف تبلیغ یک شرکت، کالا یا حتی پیروزی در یک مبارزه سیاسی به بخش فرهنگ کمک می‌کنند. این گروه اساساً در پی بازده اقتصادی افزایش محبوبیت خود هستند» (مازا، ۵۰ و ۵۱).

با ورود دولت به عرصه تولیدات فرهنگی و هنری، تمایل افراد و مؤسسات خصوصی به حمایت داوطلبانه از خلق آثار فرهنگی و هنری یا اشاعه مصرف آن در جامعه، به تدریج کاهش می‌یابد و این باور و انتظار نادرست در ذهن افراد و خانوارها شکل می‌گیرد که دولت، همان‌طور که بودجه‌ای را به ساخت راه و کارخانه اختصاص می‌دهد، باید نیازهای مالی بخش فرهنگ و هنر را نیز در نظر بگیرد. این باور که متأسفانه گاهی از زبان برخی هنرمندان و اندیشه‌گران نیز شنیده می‌شود غافل از این تجربه آزموده شده است که ورود دولت به عرصه فرهنگ‌سازی،

ریشه خلق اندیشه‌ها و آثار فرهنگی و هنری متعالی و جامعه‌ساز از جمله آمادگی و تلاش داوطلبانه افراد و مؤسسات برای رونق‌بخشی به عرصه فرهنگ و هنر را می‌خشکاند.

**ب - حمایت از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری:** در حالی که وضع قوانینی در جهت حمایت از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری در بیش‌تر کشورهای توسعه‌یافته بیش از یک قرن قدمت دارد، سابقه این حمایت در ایران از حدود سی سال فراتر نمی‌رود. اما واقعیت تأسف‌برانگیز این است که اولاً، قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری در کشور (مصوب ۱۳۴۷) تا حدود زیادی اجرا نمی‌شود. ثانیاً، به‌رغم تحولات تکنولوژیک فراوان در شیوه‌های تکثیر آثار فرهنگی و هنری، که امکان تضییع حقوق مادی پدیدآورندگان این آثار را تشدید کرده، قانون مذکور هنوز اصلاح نشده است. در مقابل، کشورهای توسعه‌یافته و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، در مقام پاسخ‌گویی به این تحولات و حمایت از حقوق پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری بارها قانون ملی حق مؤلف در کشور خود را اصلاح کرده‌اند. ثالثاً، در حالی که کشورهای توسعه‌یافته و بسیاری از کشورهای در حال توسعه با الحاق به معاهدات بین‌المللی حق مؤلف، کوشیده‌اند از حقوق مادی شهروندان خود در برابر استفاده انتفاعی شهروندان کشورهای دیگر از آثار فرهنگی - هنری آن‌ها حمایت کنند، ایران یکی از معدود کشورهای جهان است که به این‌گونه معاهدات نپیوسته است.<sup>۶</sup> شایان ذکر است که برخی کشورهای توسعه‌یافته به‌ویژه آمریکا، چند سال پیش طی اقدامی بنیادی، حوزه حمایت بین‌المللی از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی، هنری و علمی را به سطح موافقت‌نامه تجاری «تشکیل سازمان جهانی تجارت» گسترش دادند و ضمانت اجرایی بین‌المللی حمایت از حقوق مذکور را شدیداً تقویت نمودند.<sup>۷</sup>

حمایت از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری و به عبارت دیگر، اعمال حق مؤلف، در مقایسه با ابزار تخصیص یارانه برای حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری علاوه بر مزیت‌هایی که در مقایسه ابزار معافیت مالیاتی با تخصیص یارانه به آن اشاره شد، دو مزیت دیگر دارد: اولاً، هزینه‌های اداری اعمال این ابزار در مقایسه با هزینه‌های اداری توزیع یارانه به مراتب کم‌تر است. ثانیاً، منافع اقتصادی اعمال حق مؤلف تا حد بسیار زیادی نصیب خود پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری می‌شود. در توضیح این مطلب، همان‌طور که در قسمت‌های



پیش بیان شد، عرضه محصولات فرهنگی - هنری معمولاً دو مرحله را دربرمی‌گیرد: مرحله اول، مرحله خلق اندیشه یا اثر است (مانند خلق یک داستان توسط نویسنده) و مرحله دوم، مرحله انتشار آن (مانند چاپ و انتشار همین داستان توسط یک ناشر). منافع اقتصادی تخصیص یارانه برای حمایت از تولید محصولات فرهنگی - هنری یا حتی منافع اقتصادی معافیت مالیاتی برای تولید این محصولات عمدتاً نصیب کسانی می‌شود که در مرحله دوم عرضه اثر فرهنگی یا هنری دست دارند. در مقابل، اجرای قانون ملی حق مؤلف در هر کشور که فلسفه وضع آن اساساً، حمایت از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری اصیل بوده است در عمل، بیش از همه حقوق این گروه را - که کار اساسی خلق اندیشه یا اثر را برعهده دارند - در برابر استفاده انتفاعی و غیرمجاز انتشاردهندگان آن حمایت می‌کند. بررسی‌های شهودی نشان می‌دهد، در کشور ما که قانون ملی حق مؤلف تا حد زیادی رعایت نمی‌شود، ناشران بیش‌ترین سهم را در نقض حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری به خود اختصاص داده‌اند.<sup>۸</sup>

**ج - سیاست فرهنگی سهل‌گیرانه و دموکراتیک:** از آن‌جا که بیش‌تر آثار فرهنگی - هنری به اقتضای فلسفه وجودی خود با نگاهی انتقادی به وضعیت اجتماعی - سیاسی یا فرهنگی موجود جامعه خلق می‌شوند، تولید این‌گونه آثار در حکومت‌های استبدادی با محدودیت‌های سیاسی متعددی روبه‌روست.

«یک مثال جدی را در نظر بگیرید که در آن یک فعالیت هنری خاص به‌رغم وجود تقاضا برای آن عرضه نشده باشد. تحلیل این موقعیت غیرتعادلی نیز توجه اقتصاددانان را به مطالعه عواملی جلب می‌کند که برای فهم جایگاه هنر در جامعه مؤثر هستند. این موقعیت غیرتعادلی و معرف مازاد تقاضا سه دلیل اصلی و قابل تحلیل دارد:

... (ب) فعالیت هنری به این دلیل انجام نمی‌شود که عرضه آن ممنوع یا دست‌کم به آینده موکول شده است. محدودیت‌های سیاسی در برابر عرضه هنر نه فقط در رژیم‌های استبدادی بلکه در جوامع مردم‌سالار نیز وجود دارد» (فرای، ۱۷ و ۱۸).

یک انتقاد اساسی به سیاست تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری در کشورهای در حال توسعه که در بیش‌تر آن‌ها حکومت‌های استبدادی حاکمیت دارند این است که سیاست

مذکور به مثابه ابزاری برای حمایت از نویسندگان و هنرمندان و سایر کسانی به کار می‌رود که با استفاده از رسانه‌های فراگیری چون کتاب، مطبوعات و فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی بر آنند تا اعمال ضدانسانی این حکومت‌ها را توجیه کنند. در مقابل، پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری اصیل که در مقام اجرای رسالت اجتماعی نویسنده و هنرمند، وضعیت موجود جامعه را نقادی می‌کنند نه فقط از این حمایت‌های مالی منتفع نمی‌شوند بلکه اجازه عرضه اثر خود را در بازار ندارند. این وضعیت دوگانه که ویژه بازار محصولات فرهنگی - هنری است از یک سو، معرف وجود مازاد عرضه برای محصولاتی است که به رغم تولید انبوه آن توسط حکومت استبدادی، تقاضای کافی برای آن در جامعه وجود ندارد (مانند مطبوعات دولتی یا تحت حمایت دولت که بخش اعظم تیراژ آن‌ها به فروش نمی‌رسد) و از سوی دیگر، معرف تقاضای اشباع‌نشده برای آن دسته از آثار فرهنگی - هنری است که به دلیل وجود محدودیت‌های سیاسی بر سر راه انتشار آن‌ها، متقاضیان از دست‌یابی به آن‌ها محروم شده‌اند.

در حالی که نظریهٔ هنجاری تخصیص یارانه برای تولید محصولات فرهنگی و هنری، اعطای یارانه را ابزاری برای پایین نگه‌داشتن قیمت این محصولات و در نتیجه، عامل افزایش دسترسی طبقات کم درآمد به آن‌ها می‌داند، مطالعات تجربی نشان می‌دهد که قیمت محصولات فرهنگی - هنری در سطح تقاضای مصرف‌کنندهٔ این‌گونه محصولات تأثیر چندانی ندارد:

«طبق نتایج مطالعه‌ای که اخیراً به سفارش شورای هنرها در انگلستان انجام شد افزایش قیمت‌ها موجب صرف‌نظر کردن افراد از تماشای کارهای هنری نمی‌شود... برای مثال، هرچند در آخرین سال‌های منتهی به این مطالعه، قیمت بلیت اپرا صد درصد افزایش یافته اما تنها هفت درصد از پرسش‌شوندگان این افزایش قیمت را دلیل صرف‌نظر کردن از تماشای اپرا ذکر کرده‌اند» (تاوژ، ۲۲۸).

در بخش پیشین به این ویژگی هنرمندان، نویسندگان و به‌طور کلی تولیدکنندگان آثار فرهنگی - هنری اشاره شد که در مقایسه با تولیدکنندگان سایر محصولات، تا حد زیادی تحت تأثیر انگیزه‌های غیرمادی فعالیت می‌کنند. این پدیده در مورد مصرف محصولات فرهنگی - هنری نیز مصداق دارد. به عبارت دیگر، فرد در هنگام مصرف این محصولات ویژگی‌هایی از خود بروز می‌دهد که این ویژگی‌ها در مورد مصرف سایر محصولات دیده نمی‌شود. مهم‌ترین این ویژگی‌ها آن است که برای مصرف محصولات فرهنگی - هنری، قابلیت جای‌گزینی مصرف

محصول دیگر وجود ندارد. برای روشن شدن این ویژگی، قابلیت جای‌گزینی مصرف‌کننده یک کالا را غیر فرهنگی مانند برنج را در نظر می‌گیریم. با افزایش قیمت برنج، مصرف‌کننده به مصرف کالاهای جانشین برنج که قیمت آن‌ها تغییر نکرده، یا افزایش قیمت آن‌ها نسبتاً کم‌تر بوده است رو می‌آورد و در این مورد، نان را کمابیش جانشین آن می‌کند. در واقع، مصرف‌کننده در قبال افزایش قیمت برنج، واکنش نشان می‌دهد و ضمن کاهش مصرف آن، برای تأمین نیاز زیستی خود نان را جای‌گزین آن می‌نماید. پدیده جای‌گزینی در مصرف کالا، در مورد کالاها و خدمات فرهنگی - هنری دیده نمی‌شود. به عبارت دیگر، فرد علاقه‌مند به تماشای تئاتر، حتی اگر قیمت آن افزایش یابد، از آن‌جا که جای‌گزینی برای آن وجود ندارد، به شرط ثابت بودن سایر شرایط از تماشای تئاتر صرف‌نظر نمی‌کند. طرح ویژگی مذکور، امکان بیان یک ویژگی بنیادی در رفتار مصرف‌کننده کالاها و خدمات فرهنگی را فراهم کرد. به نظر می‌رسد مصرف این کالاها و خدمات با نیازهای غیرمادی مصرف‌کننده سروکار داشته باشد و بنابراین، مصرف‌کننده در امر تصمیم‌گیری درباره مصرف آن‌ها متغیرهای اقتصادی را کم‌تر دخالت می‌دهد. علاوه بر این، انسان به علت داشتن نیازهای معنوی، از این‌که دیگران کالاها و خدمات فرهنگی - هنری را مصرف کنند نیز لذت می‌برد. افرادی که ثروت خود را صرف ایجاد مؤسسات فرهنگی یا اهدای آثار فرهنگی - هنری به مؤسساتی چون موزه‌ها یا کتابخانه‌ها می‌نمایند در واقع، با درک نیازهای متعالی بشر تلاش می‌کنند نیازهای معنوی برآورده نشده جامعه را ارضا نمایند.

از این بحث اجمالی می‌توان نتیجه گرفت که حکومت‌ها به جای سیاست تخصیص یارانه برای افزایش تولیدات فرهنگی و هنری باید امکان‌آرزشای‌علائق و نیازهای متنوع برای کالاها و خدمات فرهنگی - هنری را تأمین کنند. نیاز مصرف‌کننده به آثاری که با اندیشه و ذهن وی سروکار داشته باشند چنان متعالی است که افزایش قیمت و سایر عوامل مادی نمی‌تواند از تلاش فرد برای آرشای آن‌ها مانع شود. در تأیید این ادعا شواهد فراوانی قابل ذکر است که به بیان یک مورد آن بسنده می‌کنیم:

افزایش چشمگیر تیراژ مطبوعات در دو سال اخیر که نتیجه سیاست فرهنگی سهل‌گیرانه و دموکراتیک دولت آقای محمد خاتمی بوده است در شرایطی اتفاق افتاده که سایر بخش‌های اقتصاد ملی در این دو سال کمابیش در رکود بوده‌اند و تنگناهای بودجه‌ای دولت اجازه نداده است که حمایت‌های سنتی دولت از تولیدات مطبوعاتی افزایش یابد. سیاست فرهنگی مذکور

این امکان را فراهم آورد تا اصحاب مطبوعات، متناسب با تنوع آزا و علایق فرهنگی، اجتماعی و سیاسی گروه‌های مختلف جامعه، محصولات متنوعی تولید نمایند و تقاضای اشباع‌نشده جامعه برای محصولات مطبوعاتی را برآورده کنند. این رونق در مورد تقاضای کتاب نیز کمابیش دیده می‌شود.

## ۶- نتیجه‌گیری

در سراسر جهان، سیاستمداران کمابیش مدعی حمایت از تولید محصولات فرهنگی - هنری هستند. این حمایت که با انگیزه‌های متنوعی چون حمایت از فرهنگ ملی در برابر تهاجم فرهنگ بیگانه، حفاظت از میراث و سنت‌های فرهنگی، اعتلای ارزش‌های انسانی و تلاش برای بهبود کیفیت زندگی بشر صورت می‌گیرد در عمل، از طریق ابزارهای متفاوتی قابل اعمال است. تجربه نشان می‌دهد که در عموم کشورهای در حال توسعه و برخی از کشورهای توسعه‌یافته ابزار تخصیص یارانه، پرستفاده‌ترین ابزار حمایت از تولیدات فرهنگی - هنری بوده است. این مقاله پس از بیان ضرورت‌ها یا نظریه‌ی هنجاری تخصیص یارانه برای تولیدات فرهنگی - هنری، با ارزیابی این ابزار به این نتیجه می‌رسد که هزینه‌های اقتصادی و غیراقتصادی به کارگیری این ابزار بر فواید آن غلبه می‌کند. سپس، ابزارهای مناسب برای رونق بخشیدن به تولید محصولات فرهنگی - هنری را معرفی می‌کند و به بیان مزیت‌های اعمال این ابزارها در مقایسه با ابزار تخصیص یارانه می‌پردازد. در حالی که تجربه چند دهه‌ساله تخصیص یارانه برای حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری در کشور، موفقیت‌آمیز نبوده و تنگناهای بودجه‌ای دولت نیز رو به افزایش است، نتیجه‌ی اصلی این مقاله آن است که ابزارهای سنتی و عقیم حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری باید به نفع به کارگیری ابزارهای اقتصادی و غیراقتصادی کم‌هزینه‌تر و مؤثرتری چون وضع معافیت‌های مالیاتی برای تولید و مصرف محصولات فرهنگی - هنری و حمایت جدی از حقوق مادی پدیدآورندگان آثار فرهنگی - هنری تغییر کند. انتظار می‌رود که سیاست‌های فرهنگی سهل‌گیرانه و دموکراتیک دولت حاضر که موجب رونق نسبی در تولید محصولات فرهنگی - هنری شده، با به کارگیری ابزارهای فوق همراه و تقویت شود.

## پی‌نوشت

۱- شاهد مطلب اخیر آن است که یونسکو، دهه ۱۹۸۸-۱۹۹۷ (۱۳۶۷-۱۳۷۶) را «دهه توسعه فرهنگی» نام‌گذاری کرد و کشورها را به سرمایه‌گذاری بیشتر در حوزه فعالیت‌های فرهنگی و هنری دعوت نمود (Ginsburgh, 304).

۲- برای مثال، نگاه کنید به: سازمان برنامه و بودجه، گزارش اقتصادی سال ۱۳۷۶، جلد دوم، فصل فرهنگ،

۳۴۱-۳۲۶.

۳- نگاه کنید به: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، گزارش فرهنگی کشور ۱۳۷۲، ۵۲۵.

۴- نگاه کنید به: «قانون بودجه کل کشور» در سال‌های اخیر، قسمت اول.

۵- نگاه کنید به: تاووز. وی ضمن بیان دلایل پرداخت یارانه‌های هنری به بررسی اعطای این یارانه‌ها در

بریتانیا هم پرداخته است.

۶- فراگیرترین این معاهدات، «کنوانسیون برن» است که هم‌اکنون بیش از صد کشور جهان در آن عضویت

دارند (محمدبیگی، ارزیابی پیامدهای اقتصادی الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در حوزه کپی رایت،

۱۳۷۶).

۷- نگاه کنید به: محمدبیگی، پیشین.

۸- جالب این است که شبکه رادیو تلویزیونی دولتی کشور یعنی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی

ایران از نظر حجم و تنوع موارد نقض حقوق پدیدآورندگان آثار فرهنگی و هنری در کشور رقیب ندارد و

پدیدآورندگان این آثار به‌رغم وجود قانون ملی حق مؤلف، در برابر استفاده انتفاعی این سازمان از آثار خود،

بی‌دفاع و فاقد حمایت قانونی هستند. شایان ذکر است که تخلف در نقض حقوق مادی پدیدآورندگان آثار

فرهنگی و هنری به این سازمان محدود نمی‌شود و سازمان‌های دولتی دیگر نیز کمابیش این حقوق را نادیده

می‌گیرند.

## منابع و مأخذ

### الف - منابع فارسی

- بررسی عملکرد فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان برنامه و بودجه، تهران: ۱۳۶۱.
- برنامه چهارم عمرانی کشور (۱۳۴۷-۱۳۵۱)، سازمان برنامه و بودجه، تهران: ۱۳۴۶.
- بروزیو، جئورجیو. مسائل اندازه گیری فعالیت های هنری، در پیکاک، آلن و ایلد ریزو (ویراستاران). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، تهران: سازمان چاپخانه و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.
- تاووز، روت. دست یابی به هدف های دولت در بخش هنر و میراث فرهنگی، در پیکاک، آلن و ایلد ریزو (ویراستاران). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، تهران: سازمان چاپخانه و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.
- تراسبی، دیوید. مدل رجحان کار در رفتار هنرمندان، در پیکاک، آلن و ایلد ریزو (ویراستاران). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، تهران: سازمان چاپخانه و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.
- فرای، برونو. هنراز دیدگاه اقتصادی، در پیکاک، آلن و ایلد ریزو (ویراستاران). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، تهران: سازمان چاپخانه و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.
- گزارش اقتصادی سال ۱۳۷۶. سازمان برنامه و بودجه، جلد دوم، تهران: ۱۳۷۷.
- گزارش فرهنگی کشور ۱۳۷۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: ۱۳۷۵.
- گزارش مقدماتی برنامه عمرانی سوم ایران. سازمان برنامه و بودجه، از مهرماه ۱۳۴۱ تا پایان ۱۳۴۶، تهران: ۱۳۴۰.
- ماژا، ایزیدورو. تحلیل ابعاد خرد اقتصاد هدیه و حمایت مالی، در پیکاک، آلن و ایلد ریزو (ویراستاران). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، تهران: سازمان چاپخانه و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.

- محمدبیگی، علی اعظم. بررسی بودجه‌های فرهنگی و هنری دولت در برنامه‌های توسعه کشور (به زودی منتشر می‌شود).

- محمدبیگی، علی اعظم. «ارزیابی پی آمدهای الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در حوزه کپی‌رایت»، در مجموعه مقالات همایش بررسی جنبه‌های حقوقی سازمان جهانی تجارت (پانزده مرداد ۷۵)، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶.

### ب - منابع انگلیسی

- Ginsburgh. V. A, Menger. P.M (editors). *Economics of the Arts*. North Holland, 1996.
- Throsby. D. *The production and consumption of the arts: a view of cultural economics*. Journal of Economic Literature, 32 (1994).





پڙو، شڪاهه علوم انساني و مطالعات فرېنچي  
پرئال جامع علوم انساني