

جایگاه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی

علی اعظم محمدی بیگی^۳

چکیده

این مقاله پس از ارائه آمار مربوط به سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ایران براساس تعاریف موجود در نظام حساب‌های ملی کشور، ضمن بیان ویژگی‌های اقتصادی فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری، نشان می‌دهد که نظام حساب‌های ملی به دلیل وجود مجموعه‌ای از مسائل مفهومی و آماری، سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی را کم‌تر از حد واقع برآورد می‌کند.

۱- مقدمه

در ایران و چه بسا در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، بخش فرهنگ و هنر تاکنون از دیدگاه اقتصادی تجزیه و تحلیل نشده است. این گزاره از آن‌جا معنا و ارزش تأمل پیدا می‌کند که توجه کنیم در کشورهای توسعه‌یافته، سابقه کاربرد نظریه و ابزار تحلیل اقتصادی برای مطالعه تحولات و مسائل این بخش به بیش از سه دهه می‌رسد.

«اقتصاد فرهنگ» موضوعی است که با به دوران بلوغ خود گذاشته است. مدتی است که یک مجله اختصاصی برای این موضوع منتشر می‌شود و اخیراً مقوله جدیدی تحت عنوان «اقتصاد فرهنگ» به طبعه‌بندی معروف نوشته‌های اقتصادی که «انجمن اقتصادی آمریکا» در مجله ادبیات اقتصادی منتشر می‌کند. اضافه شده

است. وضعیت موجود در مقایسه با سه دهه پیش بسیار توجه برانگیز است. در آن هنگام، تحلیل اقتصادی نهادها و مؤسسات فرهنگی عملاً موضوع ناشناخته‌ای بود و هرگونه پیشنهادی به کارشناسان و مدیران امور فرهنگی و هنری مبنی بر این که علم اقتصاد باید در بحث سیاست فرهنگی حضور داشته باشد با واکنش سردی روبه‌رو می‌شد (Peacock, vii).

شاهد توجه اقتصاددانان کشورهای در حال توسعه به ابعاد اقتصادی بخش فرهنگ و هنر، مقاله‌ها و کتب فراوانی است که به بررسی و تحلیل مؤلفه‌ها و مسائل خرد و کلان عرضه و تقاضای کالاها و خدمات و عوامل تولید فرهنگی و هنری در این کشورها اختصاص یافته است.^۱

با در نظر گرفتن وضعیت فوق در کشورهای توسعه یافته، طبیعی است که این پرسش پیش‌آید که چه عواملی موجب غفلت برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران فعالیت‌های فرهنگی و هنری کشورمان از جنبه‌های اقتصادی این فعالیت‌ها شده است. پاسخ این پرسش نه چندان ساده است که بتوان آن را در مقاله‌ای کوتاه گنجانند و نه مورد نظر این مقاله است. این امر به مقاله مستقل دیگری موکول می‌شود که ضمن تبیین عوامل احتمالی این غفلت، تا حدودی ضرورت مطالعه ابعاد اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی و هنری را نیز تشریح کند.

مقاله حاضر، با اعتقاد عمیق به اهمیت مطالعات فوق که انتظار می‌رود کاربرد نتایج آن، به یافتن سازوکارهای بهبود نحوه تخصیص منابع عمومی در این بخش و شناسایی عوامل اقتصادی رونق‌دهنده تولید و مصرف فرهنگی و هنری بینجامد، شاید عملاً اولین مقاله‌ای باشد که با نگاه اقتصادی به مطالعه بخش فرهنگ و هنر در ایران می‌پردازد. این مقاله قرار است در مقام اولین نوشته تحقیقی فارسی‌زبان در حوزه «اقتصاد فرهنگ و هنر» ظاهر شود و همین مسئله، اهمیت انتخاب موضوع آن را دو چندان می‌کند زیرا خود گویای اهمیت اقتصادی بخش فرهنگ و هنر است و پی‌آمدهای غفلت از دلالت‌های نظریه اقتصادی در سیاست‌گذاری فرهنگی و هنری را - به‌ویژه آن‌جا که سیاست‌های مربوط به تخصیص منابع عمومی در این بخش و تنظیم بازار تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی مطرح باشد - دست‌کم، به‌طور ضمنی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، همان‌طور که امروزه کم‌تر سیاست‌گذاری را می‌توان یافت که به اهمیت بخش‌های کشاورزی، صنعت و مسکن و برخی از بخش‌های خدماتی مانند بانکداری و بیمه در

بهبود شاخص‌های پیشرفت اقتصادی - مانند افزایش سرمایه‌گذاری، اشتغال و درآمد و بهبود تراز پرداخت‌ها - آگاه نباشد، این مقاله این نظر را تبیین می‌کند که بخش فرهنگ و هنر، حتی اگر تأثیری اقتصادی در حد بخش‌های شناخته‌شده نداشته باشد، قادر است به سهم خود در تخفیف مشکلات اقتصادی متعارف مانند بیکاری و کمبود سرمایه‌گذاری مؤثر باشد و مهم‌تر این‌که نشان می‌دهد، با توجه به تحولات بنیادی در ساختار اقتصادی کشورهای در حال توسعه‌ای چون ایران، اهمیت اقتصادی بخش فرهنگ و هنر در مقایسه با سایر بخش‌ها افزایش یافته یا رو به افزایش است.

۲- بخش فرهنگ و هنر در حساب‌های ملی

تعیین جایگاه یا سنجش اندازه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ایران یا هر کشور دیگری مستلزم در اختیار داشتن تعریفی از این بخش است. پیش از ارائه تعریف تحلیلی این بخش، که متناسب با ماهیت این مقاله، مبین ویژگی‌های اقتصادی فعالیت‌ها، کالاها یا خدمات فرهنگی و هنری باشد، باید به تعاریف موجود مراجعه شود. برای یافتن چنین تعاریف احتمالی، به «حساب‌های ملی» مراجعه می‌کنیم. منظور از حساب‌های ملی، داده‌ها و اطلاعات مربوط به ارزش پولی تولید، توزیع و مصرف سالانه همه کالاها و خدمات (از جمله کالاها و خدمات فرهنگی و هنری) در سطح اقتصاد هر کشور است. این حساب‌ها که نخستین بار در ۱۹۵۳ به ابتکار سازمان ملل متحد و با هدف اصلی «اندازه‌گیری منظم و مستمر درآمد ملی هر کشور و در نتیجه، کاربرد داده‌های گردآوری‌شده در تنظیم سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی طراحی‌شده» تنظیم شد، امروزه در تمام کشورها اندازه‌گیری می‌شود.^۲ در چهارچوب حسابداری ملی، اندازه‌گیری تولید یا درآمد ملی از سه طریق امکان‌پذیر است:

- ۱- روش تولید: یا روش ارزش افزوده که عبارت است از جمع ارزش خالص کالاها و خدمات تولیدشده.
- ۲- روش هزینه: یا روش مخارج که عبارت است از جمع هزینه‌های انجام‌شده یا مصرف درآمدهای به‌دست‌آمده.
- ۳- روش درآمد: یا روش توزیع یا روش مستقیم که عبارت است از جمع درآمدهای ایجادشده از فعالیت‌های تولیدی (گلریز، ۵۰).

در چهارچوب روش اول، اندازه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد هر کشور عبارت است از ارزش خالص همه کالاها و خدمات فرهنگی که در طول یک سال تولید شده باشد. در چهارچوب روش دوم، اندازه این بخش در اقتصاد ملی برابر است با همه هزینه‌های انجام شده برای خرید کالاها و خدمات فرهنگی و هنری و نیز سرمایه‌گذاری جدید برای تولید این کالاها و خدمات. در نهایت، در چهارچوب روش سوم، اندازه بخش فرهنگ و هنر برابر است با کل درآمد صاحبان عوامل تولید، مانند نیروی کار و سرمایه که برای تولید کالاها و خدمات فرهنگی و هنری به کار گرفته شده باشد. گفتنی است که اندازه‌گیری بخش فرهنگ و هنر از هر سه روش فوق نتیجه یکسانی دارد.

انتخاب هر یک از روش‌های فوق بستگی به در دسترس بودن اطلاعات و ارقام مورد لزوم و درجه اعتبار و دقت آن‌ها دارد. معمولاً محاسبه با روش درآمد، مشکل‌تر از دو روش دیگر است زیرا این روش مستلزم وجود اطلاعات مربوط به درآمد صاحبان عوامل تولید مختلف است که جز یک دستگاه مالیاتی دقیق و منظم و یک نظام تأمین اجتماعی صحیح قادر به جمع‌آوری آن نیست (همان، ۵۰).

با توجه به واقعیت فوق و این‌که در ایران نیز درآمد ملی عملاً، از دو روش تولید و مصرف اندازه‌گیری می‌شود اکنون باید دید که در قالب هریک از این دو روش به چه برآوردی از اندازه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشور می‌توان دست یافت.

سنجش اندازه بخش فرهنگ و هنر از طریق روش تولید

همان‌طور که گفته شد، در چهارچوب این روش، ارزش همه کالاها و خدمات تولید شده در اقتصاد هر کشور در طول یک سال محاسبه می‌شود. هر کالا یا خدمت از طریق فعالیت اقتصادی مشخصی که در چهارچوب «طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی کلیه رشته فعالیت‌های اقتصادی» قرار می‌گیرد تولید می‌شود. براساس این طبقه‌بندی، که سازمان ملل متحد آن را طراحی کرده و تاکنون دوبار در مورد آن تجدید نظر شده است، اقتصاد هر کشور به چند بخش اصلی و هر بخش اصلی به چند زیربخش (بخش فرعی) تقسیم می‌شود. برای مثال، بخش کشاورزی (بخش اصلی) شامل فعالیت‌های کشاورزی، شکار، جنگلداری، قطع درختان و فعالیت‌های خدماتی وابسته (زیربخش کشاورزی) است. همه کشورهای، از جمله ایران، براساس این طبقه‌بندی که

متناسب با اوضاع و شرایط خاص هر کشور اصلاحاتی در آن صورت می‌گیرد، تولید ناخالص ملی را اندازه‌گیری می‌کنند.^۳

مرکز آمار ایران برای برآورد محصول (تولید) ناخالص ملی ایران برای سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۳، براساس آخرین ویرایش طبقه‌بندی استاندارد کلیه رشته فعالیت‌های اقتصادی، اقتصاد کشور را به ۱۵ بخش اصلی و ۵۱ زیربخش تقسیم کرده است. در حالی که بخش‌های اصلی بخش‌هایی مانند کشاورزی، شکار، جنگلداری، معدن، صنعت، ساختمان، واسطه‌گری‌های مالی و آموزش را دربرمی‌گیرد،^۴ فعالیت‌های فرهنگی و هنری در حکم قسمتی از زیربخش «خدمات تفریحی، فرهنگی و ورزشی» که در زمره بخش اصلی «سایر خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی» قرار می‌گیرد طبقه‌بندی شده است. مرکز آمار ایران قسمت خدمات فرهنگی از زیربخش خدمات تفریحی، فرهنگی و ورزشی را این‌گونه تعریف کرده است: «این فعالیت شامل سازمان‌ها و واحدهایی است که به ارائه خدمات تفریحی و فرهنگی (تولید فیلم سینمایی، ویدئویی، توزیع و نمایش فیلم، رادیو و تلویزیون، تئاتر، هنرهای نمایشی، مجسمه‌سازی، نقاشی، موسیقی، کتابداری، موزه و سایر خدمات تفریحی و فرهنگی) اشتغال دارند» (محصول ناخالص ملی ایران به قیمت جاری، ۴۰). جدول ۱ برآورد مرکز آمار ایران از ارزش خدمات تفریحی، فرهنگی و ورزشی (سطر یک) و ارزش محصول ناخالص ملی ایران (سطر دو) برای سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۷۳ را نشان می‌دهد. طبق ارقام مذکور، ارزش خدمات فوق در تمام سال‌های فوق حتی به ۰/۵ درصد ارزش محصول ناخالص ملی هم نمی‌رسد (سطر سه) و اگر خدمات ورزشی و بخشی از خدمات تفریحی را از کل ارزش خدمات تفریحی، فرهنگی و ورزشی کسر کنیم تا به ارزش خدمات فرهنگی دست یابیم نسبت مذکور به ۰/۱ درصد محصول ناخالص ملی نیز نخواهد رسید.

جدول ۱- برآورد ارزش خدمات فرهنگی، تفریحی و ورزشی و تولید ناخالص ملی ایران (به قیمت جاری، میلیارد ریال)

| سال | ۱۳۷۰ | ۱۳۷۱ | ۱۳۷۲ | ۱۳۷۳ |
|-----------------------------------|-------|--------|--------|--------|
| ارزش خدمات فرهنگی، تفریحی و ورزشی | ۱۹۴ | ۲۳۴ | ۳۶۵ | ۷۵۶ |
| ارزش تولید ناخالص ملی | ۷۸۲۱۸ | ۱۰۳۹۹۱ | ۱۵۰۰۵۰ | ۲۱۹۰۲۴ |
| نسبت سطر (۱) به (۲) به درصد | ۰/۲۴ | ۰/۲۲ | ۰/۲۴ | ۰/۳۵ |

منبع: محصل ناخالص ملی ایران به قیمت جاری، ۶۵:۶۴.

سنجش اندازه بخش فرهنگ و هنر از طریق روش مصرف

چون درآمد ایجاد شده در جریان تولید، پس از توزیع به مصرف رسیده بنا پس انداز می شود. لذا روش دیگری برای تقویم درآمد ملی و متغیرهای مربوط به آن در نظر گرفته شده است و آن محاسبه هزینه‌هایی است که درآمدها به آن اختصاص می‌یابد. در این روش هزینه‌های مصرفی خانوارها و دولت، هزینه‌های سرمایه‌ای بخش خصوصی و عمومی و ... گردآوری و محاسبه می‌شود (مجموعه آماری سری زمانی ... ۱۵۶).

به این ترتیب، در چهارچوب این روش اندازه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی را سهم مخارج فرهنگی و هنری (اعم از مخارج مصرفی و سرمایه‌گذاری) از کل مخارج کشور تعیین می‌کند. از آنجا که در تمام کشورها مخارج مصرفی خانوارها نزدیک ۷۰ درصد کل مخارج جامعه را تشکیل می‌دهد، نخست به بررسی موقعیت مخارج فرهنگی و هنری در کل مخارج مصرفی خانوارها خواهیم پرداخت.

مخارج مصرفی خانوارها برابر است با ارزش خرید کالاهای جدید اعم از کالاهای بادوام، کم‌دوام و بی‌دوام و خدمات در یک دوره حسابداری (یک‌ساله) منهای خالص فروش کالاهای دست‌دوم و فرسوده. به این ترتیب، این مخارج چهارگروه اصلی کالاهای بادوام، کم‌دوام و بی‌دوام و خدمات را دربرمی‌گیرد. هر گروه اصلی چند گروه فرعی را شامل می‌شود و هرگروه فرعی چند کالا و خدمت را دربرمی‌گیرد. برای مثال، خرید رادیو و تلویزیون، گرم و ضبط صوت و تعمیر آن‌ها یکی از گروه‌های فرعی کالاهای بادوام را تشکیل می‌دهد.^۵

خدمات تفریحی و فرهنگی، گروه فرعی گروه اصلی خدمات است. در چهارچوب این طبقه بندی، جدول ۲ برآورد بانک مرکزی از مخارج آموزشی، فرهنگی و تفریحی (سطر یک) و کل مخارج مصرفی خانوارهای کشور (سطر دوم) را برای سال های ۱۳۶۱-۱۳۶۵ نشان می دهد. طبق ارقام فوق، در تمام این دوره نسبت مخارج خدمات آموزشی، فرهنگی و تفریحی به کل مخارج مصرفی خانوارها به ۱/۵ درصد هم نمی رسد. می توان گفت با توجه به اهمیت و احتمالاً سهم بیشتر مخارج آموزشی و تفریحی در کل مخارج مصرفی خانوارها، سهم مخارج فرهنگی در کل مخارج مصرفی خانوار حتی به ۰/۵ درصد هم نمی رسد.

جدول ۲- برآورد کل مخارج مصرفی و مخارج آموزشی، فرهنگی و تفریحی خانوارهای کشور (به قیمت ثابت سال ۱۳۶۱، میلیارد ریال)

| سال | ۱۳۶۱ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۳ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۵ |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| مخارج آموزشی، فرهنگی و تفریحی | ۷۹/۹ | ۹۴/۵ | ۹۴/۶ | ۱۰۰/۴ | ۵۳/۸ |
| کل مخارج مصرفی | ۵۸۵۸/۱ | ۶۶۹۲/۹ | ۷۰۷۲/۰ | ۷۲۰۵/۹ | ۶۴۵۹/۶ |
| نسبت سطر (۱) به (۲) به درصد | ۱۱/۴ | ۱/۴ | ۱/۳ | ۱/۴ | ۰/۸ |

منبع: حساب های ملی ایران (۱۳۶۶-۱۳۵۳). ۲۶۶.

همان طور که اشاره شد، در چهارچوب اندازه گیری درآمد یا تولید ناخالص ملی به روش هزینه یا مخارج، یک جزء دیگر این درآمد یا تولید را هزینه های مصرفی دولت تشکیل می دهد. بخشی از این مخارج مصرفی، مربوط به مخارج فعالیت های فرهنگی و هنری مستقیم دولت است و بخشی دیگر مربوط به کمک ها یا یارانه های پرداختی آن به تولیدکنندگان و مصرف کنندگان کالاها و خدمات فرهنگی و هنری در بخش خصوصی. سنجش انواع مخارج مصرفی دولت از جمله مخارج فعالیت های فرهنگی و هنری آن در مقایسه با برآورد مخارج مصرفی خانوار بسیار آسان تر است زیرا فعالیت ها یا وظایف دولت در ایران و بیشتر کشورهای در قالب «بودجه بندی برنامه ای» که از ۱۳۴۳ در نظام بودجه ریزی دولتی در ایران اعمال شده است کاملاً از یکدیگر تفکیک می شوند و قانون گذاران، بودجه دولت را براساس وظایف آن، مانند فعالیت های فرهنگی و هنری، تعیین می کنند.^۶ جدول ۳ مخارج مصرفی فرهنگی و تفریحی

دولت شامل شهرداری‌ها و سازمان تأمین اجتماعی (سطر یک)، کل مخارج مصرفی دولت (سطر دو) و نسبت این دو به یکدیگر را برای سال‌های ۱۳۶۱-۱۳۶۵ نشان می‌دهد.

جدول ۳- مخارج فرهنگی و تفریحی و کل مخارج مصرفی دولت
(به قیمت ثابت سال ۱۳۶۱، میلیارد ریال)

| سال | ۱۳۶۱ | ۱۳۶۲ | ۱۳۶۳ | ۱۳۶۴ | ۱۳۶۵ |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| مخارج آموزشی، فرهنگی و تفریحی | ۲۶/۹ | ۲۸/۶ | ۳۰/۲ | ۳۷/۸ | ۴۰/۵ |
| کل مخارج مصرفی | ۱۹۱۰/۱ | ۲۱۵۱/۴ | ۲۱۸۹/۶ | ۲۴۴۲/۶ | ۲۳۷۰/۶ |
| نسبت سطر (۱) به (۲) به درصد | ۱/۴ | ۱/۳ | ۱/۴ | ۱/۵ | ۱/۷ |

منبع: حساب‌های ملی ایران (۱۳۵۳-۱۳۶۶). ۲۸۶.

در حالی‌که ارقام جدول فوق مخارج مصرفی فرهنگی و هنری دولت مرکزی و دولت‌های محلی (یا شهرداری‌ها) را شامل می‌شود، با مراجعه به اسناد قوانین بودجه سالانه دولت مرکزی، کل مخارج آن در بخش فرهنگ و هنر (شامل مخارج مصرفی یا جاری و سرمایه‌گذاری یا عمرانی) را می‌توان به دست آورد. برای مثال، جدول ۴ مخارج فرهنگی و هنری دولت مرکزی (سطر یک)، کل مخارج دولت (سطر دو) و نسبت این دو به یکدیگر را برای سال‌های ۱۳۷۱-۱۳۷۴ نشان می‌دهد.

جدول ۴- مخارج فرهنگی و هنری و کل مخارج دولت
(به قیمت جاری، میلیارد ریال)

| سال | ۱۳۷۱ | ۱۳۷۲ | ۱۳۷۳ | ۱۳۷۴ |
|-----------------------------|--------|---------|---------|---------|
| مخارج فرهنگی و هنری | ۷۲/۵ | ۲۲۴/۶ | ۲۸۵/۵ | ۴۴۴ |
| کل مخارج | ۹۲۱۵/۱ | ۲۰۰۳۰/۸ | ۲۷۰۲۵/۹ | ۳۵۸۲۷/۹ |
| نسبت سطر (۱) به (۲) به درصد | ۰/۸ | ۱/۱ | ۱۱ | ۱/۲ |

منبع: مجموعه آماری سری‌زمانی ... ۳۹ و ۴۱.

همان‌طور که گفته شد، در حساب‌های ملی، فعالیت‌ها یا کالاها و خدمات فرهنگی و هنری بخش اصلی و مستقل به حساب نمی‌آید و تنها قسمتی از یک زیربخش در نظر گرفته می‌شود. در این جا این پرسش مطرح می‌شود که آیا آمار حساب‌های ملی در حوزه فرهنگ و هنر - به‌ویژه آن‌جا که ارزش فعالیت‌های فرهنگی و هنری یا برآورد مخارج مصرفی خانوارها در حوزه فرهنگ و هنر مطرح است - تصویری درست از سهم این فعالیت‌ها یا مخارج یا به عبارت دیگر، سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشور به دست می‌دهد؟ آیا همان‌طور که جدول ۱ نشان می‌دهد، در اقتصاد ایران فعالیت‌های فرهنگی و هنری تنها حدود ۰/۵ درصد محصول ناخالص ملی را تولید می‌کنند یا طبق جدول ۲، سهم کالاها و خدمات فرهنگی و هنری در مخارج مصرفی خانوار بسیار ناچیز و در حد اغماض پذیر ۱/۵ درصد است؟ همان‌طور که این مقاله نشان خواهد داد، حساب‌های ملی به دلیل مشکلات آماری و مهم‌تر از آن، برخی مسائل مفهومی، سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی را کم‌تر از حد واقع برآورد می‌کنند. در این جا دو نمونه از این مشکلات آماری مطرح خواهد شد و بیان مسائل مفهومی به قسمت دیگر مقاله موکول می‌شود.

مشکل اول ناشی از وجود بخش غیرحرفه‌ای «با آماطور» در کارهای هنری است. تقریباً در تمام فعالیت‌های هنری، شمار هنرمندان غیرحرفه‌ای بسیار بیش‌تر از هنرمندان حرفه‌ای است. در این جا منظور من شعرا، داستان‌نویسان، نوازندگان، گروه‌های موسیقی راک، خوانندگان اپرا، بازیگران نمایشی و نظایر آن است که راه آسانی برای سنجش میزان اهمیت آنان وجود ندارد. شاید بهترین روش آن باشد که مطالعه‌ای درباره اوقات فراغت جامعه انجام شود. بخش هنری غیرحرفه‌ای یقیناً منافع ضعیف‌تر از بخش حرفه‌ای دارد و همین. یکی از علل فقدان داده‌های لازم است. به‌رحال، من مطمئنم که فعالیت‌های هنری غیرحرفه‌ای در صورتی که برآوردهای معتبری درباره ارزش اقتصادی آن وجود می‌داشت بسیار مهم‌تر از فعالیت‌های هنری حرفه‌ای نشان می‌داد. کل ارزش اقتصادی فعالیت‌های هنری غیرحرفه‌ای برابر است با حاصل ضرب محصولات تولیدشده توسط هنرمندان غیرحرفه‌ای در ارزش اقتصادی وقت آنان. از آن‌جا که میانگین درآمد اجراکنندگان و آفرینندگان هنری حرفه‌ای کم‌تر از متوسط درآمد ملی است و هنرمندان

غیرحرفه‌ای عموماً به گروه‌های درآمدی متوسط به بالا تعلق دارند کل ارزش اقتصادی تولیدات هنری در بخش غیرحرفه‌ای بیش‌تر از بخش حرفه‌ای خواهد شد (Peacock, 19-20).

مشکل آماری سوم در اندازه‌گیری محصولات فعالیت‌های فرهنگی و هنری این است که این فعالیت‌ها یکدست نیستند. اقتصاددانان فرهنگ و هنر، آمارهای مهیا و آماده‌ای در اختیار ندارند. حقیقت این است که در حساب‌های ملی فعالیت‌هایی که کالاهای فرهنگی و هنری یا محصولات فرهنگی و هنری ملموس و فیزیکی تولید می‌کنند جزو بخش دوم (بخش صنعت) محسوب می‌شوند و فعالیت‌های تولیدکننده خدمات فرهنگی و هنری جزو بخش سوم (بخش خدمات). به‌طور کلی، سهم فعالیت‌های فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی در بهترین حالت آن به‌صورت بسیار مبهمی محاسبه می‌شود (همان، ۲۰).

شاهد بارز مشکل فوق این است که در محاسبه تولید ناخالص ملی ایران برای سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۷۳، که جدول ۱ ارقام مربوط به ارزش خدمات آموزشی، تفریحی و ارزش کل این محصولات را نشان می‌دهد، تولید کتاب، مجله و کاست‌های موسیقی جزو «صنایع کاغذ، مقوا، چاپ و انتشار» که یکی از زیربخش‌های بخش صنعت به حساب آید، در نظر گرفته شده است. به این ترتیب، اگر آن قسمت از ارزش تولیدات این گروه از صنایع مانند تولید کتاب و مجله را که تولید فرهنگی محسوب می‌شود به ارزش خدمات فرهنگی (در جدول ۱) بیفزاییم، سهم فعالیت‌های فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی شاید دست‌کم، به دو برابر سهم محاسبه شده در سطر سوم جدول ۱ برسد. جدول ۵ ارزش تولیدات صنایع کاغذ، مقوا، چاپ و انتشار (سطر یک)، ارزش محصول ناخالص ملی (سطر دو) برای سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۷۳ و نسبت این دو (سطر سه) را نشان می‌دهد.

جدول ۵- برآورد ارزش تولیدات صنایع کاغذ، مقوا، چاپ و انتشار و تولید ناخالص ملی ایران (به قیمت جاری، میلیارد ریال)

| سال | ۱۳۷۰ | ۱۳۷۱ | ۱۳۷۲ | ۱۳۷۳ |
|---|-------|--------|--------|--------|
| ارزش تولیدات صنایع کاغذ، مقوا، چاپ و انتشار | ۴۰۰ | ۵۲۹ | ۶۵۸ | ۱۳۴۸ |
| ارزش تولید ناخالص ملی | ۷۸۲۱۸ | ۱۰۳۹۹۱ | ۱۵۰۰۵۰ | ۲۱۹۰۲۴ |
| نسبت سطر (۱) به (۲) به درصد | ۰/۵ | ۰/۵ | ۰/۴ | ۰/۶ |

منبع: محصول ناخالص ملی ایران به قیمت جاری، ۶۵۰۶۴.

۳- تعریف فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری و ویژگی‌های اقتصادی آن‌ها

تعریف اقتصادی فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری اگر به این معنا تلقی شود که اقتصاددانان، فهرست مشخص و ثابتی از کالاها و خدمات را در حکم محصولات فرهنگی و هنری معرفی کنند، نه شدنی است نه سودمند. این امر از آن‌رو شدنی نیست که ارزیابی فرهنگی یا هنری بودن کالا یا خدمت در چهارچوب نظریه اقتصادی قرار نمی‌گیرد و به رجحان‌های ذهنی مصرف‌کننده که در ملاحظات زیباشناختی و به‌طور کلی، ملاحظات غیراقتصادی ریشه دارد برمی‌گردد. تهیه این فهرست نیز سودمند نیست به این دلیل که گویا جزهدف‌های آماری (مانند هدف‌های مندرج در تنظیم حساب‌های ملی) هدف دیگری را تأمین نمی‌کند و دست‌کم این‌که قادر نیست به خودی خود راه‌حل‌های مورد نظر در تصمیم‌گیری اقتصادی، مانند تنظیم بازار بخش فرهنگ و تخصیص منابع عمومی به این بخش را به دست دهد.

اولین مسئله در اندازه‌گیری فعالیت‌های فرهنگی و هنری و هر فعالیت دیگر آن است که موضوع مورد بررسی یعنی آنچه می‌توان هنر قلمداد کرد تعریف نمود. دانش‌پژوهان رشته‌های هنر و رشته‌های ذی‌ربط هزاران صفحه درباره این موضوع نوشته‌اند و ما اقتصاددانان در این باره حرفی برای گفتن نداریم. بهتر است که نخست، کارشناسان هنر، هنر را همان‌طور که می‌پسندند تعریف کنند و سپس در صورت نیاز بکوشیم تا جنبه‌های اقتصادی آن را اندازه‌گیری کنیم. به عبارت دقیق‌تر، ما باید از کارشناسان یا سیاست‌گذاران هنر فهرست اقلامی را که هنری تلقی می‌کنند بگیریم بی‌آنکه تمایزی بین این اقلام قائل شویم (Peacock, 17-18).

چگونه هنر را باید تعریف کرد؟ پاسخ این پرسش را باید به درک و استنباط مصرف‌کنندگان وا گذاشت. تلاش‌های اقتصاددانان و طبقه‌بندی‌های بوروکراتیک هیچ‌یک نمی‌تواند معیار مناسبی برای باز کردن چنین گره پیچیده‌ای فراهم کند. در پارادایمی که حاکمیت مصرف‌کننده بر آن غالب است هر فرد براساس تجربه و رجحان‌های خود شرایط لازم و کافی را برای شناخت مفهوم فرهنگ معین می‌کند (همان، ۲۴).

با توجه به این‌گونه نظرها که تعریف اقتصادی فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری را به این مفهوم که از طریق آن بتوان محدوده دقیق این فعالیت‌ها و محصولات را مشخص کرد ناممکن می‌داند، اقتصاددانان به بررسی «خصوصیات اقتصادی» مشترک محصولاتی پرداخته‌اند که در جامعه (اعم از جامعه مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) محصول فرهنگی و هنری شناخته شده است. این رویکرد دو نتیجه دارد: اولاً، تبیین خصوصیات اقتصادی این‌گونه محصولات امکان سیاست‌گذاری صحیح اقتصادی را برای آن‌ها فراهم می‌کند. مثلاً، همان‌طور که در قسمت بعد روشن خواهد شد، در تحلیلی اقتصادی و براساس مطالعات تجربی، درآمد مصرف‌کننده بیش از قیمت محصولات فرهنگی و هنری در تعیین سطح مصرف این محصولات اثر دارد. پی‌آمد این وضعیت آن است که تلاش دولت برای پایین نگه‌داشتن قیمت محصولات فرهنگی و هنری - از طریق تخصیص یارانه به تولید این محصولات - و افزایش سطح مصرف آن در جامعه، چندان مؤثر نخواهد بود و در عمل، شاید بخش اعظم این یارانه به مصرف‌کنندگان فعلی این محصولات که سطح درآمد بالایی دارند تعلق بگیرد. نتیجه دوم آن است که شناسایی این ویژگی‌ها - با توجه به این‌که ارائه فهرستی قطعی و ثابت از محصولات فرهنگی و هنری ناممکن است - دست‌کم، محصولات فرهنگی و هنری را از سایر محصولات متمایز خواهد کرد و ارزش تحلیلی تقسیم‌بندی‌های آماری در حساب‌های اقتصادی کشور را که براساس ویژگی‌های اقتصادی، این محصولات را از یکدیگر متمایز کرده است بالا می‌برد و در نتیجه، سودمندی این حساب‌ها، که ابزار اتخاذ تصمیمات معقول اقتصادی تلقی می‌شوند، افزایش خواهد یافت. اکنون برخی از ویژگی‌های اقتصادی کالاهای و خدمات فرهنگی و هنری بیان می‌شود.^۷

عادت پذیری در مصرف محصولات فرهنگی و هنری

کالاهای فرهنگی و هنری را می‌توان براساس ویژگی عادت‌پذیری در مصرف، از دیگر کالاها متمایز نمود زیرا افزایش در مصرف فعلی این کالاها مصرف آن را در آینده بالا می‌برد. چنین نظری را در واقع می‌توان به آلفرد مارشال نسبت داد. وی معتقد است میل به «موسیقی دلچسب» میل و رغبتی اکتسابی است که به مرور زمان و با تماس بیش‌تر با موسیقی تقویت می‌شود (Throsby, 3).

مصرف کالاها فرهنگی را می‌توان به‌عنوان فرایندی تعبیر کرد که هم به ارضای فعلی نیاز مصرف‌کننده منتهی خواهد شد هم به انباشت دانش و تجربه مؤثر بر مصرف آینده در مقایسه با کالاها معمولی. مصرف فعلی کالاها فرهنگی را می‌توان افزایشی در انباشت سرمایه در طول زمان تلقی کرد نه کاهش آن و از این، نتایج آشکاری در نظریه رشد و نخمین نرخ‌های رشد به دست می‌آید (همان، ۳).

ویژگی «عادت‌پذیری» در مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری به معنای آن است که در حالی‌که با افزایش مصرف محصولات غیرفرهنگی و هنری، به فرض ثابت بودن سایر عوامل، تقاضای بالقوه برای آن کاهش می‌یابد، این تقاضا برای محصولات فرهنگی و هنری رابطه‌ای مستقیم با افزایش مصرف آن دارد. حال اگر در اقتصاد جامعه شرایط لازم برای به فعلیت درآمدن افزایش مصرف این محصولات فراهم شود ترکیب سبد کالاها مصرفی خانوار به نفع کالاها فرهنگی و هنری تغییر خواهد کرد. در قرن گذشته (قرن بیستم) این شرایط کم‌وبیش در بسیاری از جوامع توسعه یافته تحقق یافته و در نتیجه، مصرف محصولات فرهنگی و هنری سریع‌تر از بسیاری از محصولات دیگر افزایش یافته و طبیعتاً، سهم این محصولات در تولید ناخالص ملی آن‌ها نیز افزایش یافته است.

وابستگی شدید افزایش سطح مصرف محصولات فرهنگی و هنری به سطح درآمد فرد

پیش از تحولات اقتصادی یکی - دو قرن اخیر که از طریق انقلاب صنعتی و دگرگونی بنیادی در فن‌آوری تولید، به رشد سریع تولید و درآمد (ابتدا، در کشورهای صنعتی غرب و سپس انتقال امواج آن به مناطق عقب‌افتاده یا کشورهای در حال توسعه امروز) منجر شد تنها اقلیت بسیار

محدود نخبگان یا اشراف جامعه، که اکثراً به هیئت حاکمه تعلق داشتند، به دلیل برخورداری از توانایی مالی؛ وقت و امکانات مالی لازم برای اختصاص آن به مصرف یا تولید محصولات فرهنگی و هنری را داشتند. به عبارت دیگر، اکثریت قریب به اتفاق جامعه که در تکاپوی تأمین حداقل معاش، به تولید محصولات کشاورزی مشغول بودند، نه درآمد کافی برای خرید کالاها و خدمات فرهنگی و هنری داشتند و نه وقت کافی برای مصرف آن.

از آغاز تمدن تا انقلاب صنعتی افراد به سختی می‌توانستند معاش خود و خانواده را تأمین کنند و حتی زنان و فرزندان خانواده نیز دوش به دوش بدران در این کار سنگین سهیم بودند. با شروع انقلاب صنعتی، تفریح و سرگرمی جزو زندگی مردم عادی شد. ساعات کار کم‌تر و کم‌تر شد. زمان استراحت ... عامه مردم افزایش یافت (چگونگی پرداختن به فعالیت‌های فراغت ...، ۵).

در نیمه اول قرن نوزدهم میزان کار کارگران امریکا بیش از ۸۵ ساعت کار در هفته بود و ۱۵ ساعت کار در روز برای کارگران در انگلستان امری معمولی و عادی تلقی می‌شد ... کاربرد بیش از پیش نتایج تحقیقات علمی در روش‌های تولید و افزایش بهره‌وری کار موجب تقلیل تدریجی مدت کار و افزایش زمان فراغت شد. به همین سبب، عده زیادی از جامعه‌شناسان و نیز اقتصاددانان بر این باورند که تحول جوامع انسانی به سوی «تمدن فراغت» است و تمدن فراغت به‌زعم آن، چیزی جز خودکار شدن وسایل تولید صنعتی و کشاورزی و افزایش درآمد سرانه و در نتیجه، طولانی شدن اوقات فراغت از کار نخواهد بود (همان، ۶).

می‌توان گفت در این‌جا نظریه «رفتار مصرف‌کننده»، که رابطه عوامل اقتصادی مؤثر بر مصرف هر کالا یا خدمت مانند سطح درآمد یا میزان افزایش اوقات فراغت را نشان می‌دهد و در نتیجه، افزایش تفریح و نیز افزایش مصرف محصولات فرهنگی و هنری که همچون تفریحات دیگر علاوه بر صرف هزینه، اوقات فراغت مصرف‌کننده را هم به خود اختصاص می‌دهد (درباره این ویژگی کالاها و خدمات فرهنگی و هنری در بند بعد توضیح داده خواهد شد) تأثیر مثبت سطح درآمد بر مصرف محصولات فوق را به خوبی تبیین می‌کند. طبق این نظریه، کالاهای مصرفی از نظر چگونگی رابطه تغییرات نسبی مصرف آن با تغییرات نسبی سطح درآمد به سه گروه کالاهای پست، عادی و تجملی تقسیم می‌شود. با افزایش سطح درآمد، سهم کالاهای پست

در مخارج مصرفی خانوار کاهش می‌یابد. کالای تجملی کالایی است که نسبت افزایش مصرف آن، بیش از نسبت افزایش درآمد است. مثلاً اگر سطح درآمد فرد ۲۰ درصد افزایش یابد، به شرط ثابت بودن سایر عوامل مانند قیمت کالا، سطح مصرف آن بیش از ۲۰ درصد بالا می‌رود. کالاهای و خدمات فرهنگی و هنری همچون انواع تفریحات (به‌ویژه گردشگری) در زمره کالاهای گروه سوم جای می‌گیرد. به همین دلیل، افزایش بی‌سابقه سطح تولید و درآمد سرانه برخی از کشورها، به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، در ترکیب سبد کالاها و خدمات مصرفی خانوار به نفع محصولات فرهنگی و هنری دگرگونی در پی داشته است. به عبارت دیگر، امروزه مصرف محصولات فرهنگی و هنری، مانند مطالعه کتاب و تماشای هنرهای نمایشی زنده، به اقلیت نخبگان محدود نمی‌شود. دگرگونی در ارزش‌های اجتماعی نیز سبب شده است دولت‌ها از طریق سیاست‌های حمایتی سعی کنند سهم عامه مردم (یا به اصطلاح، طبقات متوسط و کم‌درآمد) در مصرف این کالاها و خدمات را افزایش دهند.

افزایش مصرف کالاهای فرهنگی و هنری در درازمدت به سطح تحصیلات بستگی دارد که این، عامل مؤثری در تعیین سطح درآمد است. بنابراین، از طریق مسیر موجود بین تماشای هنرهای نمایشی و درآمد مصرف‌کننده می‌توان یک رابطه مستقیم را مجسم نمود (Throsby, 8).

در مطالعه‌ای که «کشش درآمدی» تقاضا (یا رابطه کمی میزان تقاضا و درآمد) را برای انواع کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای شهری و روستایی ایران در سال ۱۳۶۹ محاسبه کرده، مقدار این کشش برای انواع تفریحات و سرگرمی‌ها که طبق تعریف، حضور در سالن‌های سینما را شامل می‌شود، برای مناطق شهری و روستایی به ترتیب $1/44$ و $1/47$ به دست آمده است. به عبارت دیگر، به ازای هریک واحد افزایش درآمد، خانوار شهری $1/44$ واحد مصرف این‌گونه خدمات را افزایش می‌دهد (کشش درآمدی تقاضا در سال ۱۳۶۹، ۳۰-۳۱).

زمان بر بودن مصرف محصولات فرهنگی و هنری

ویژگی دیگر کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، که آن را از بسیاری از محصولات دیگر متمایز می‌کند، آن است که مصرف آن‌ها زمان‌بر است. به عبارت دیگر، مصرف‌کننده علاوه بر صرف قسمتی از درآمد خود برای خرید کالا یا خدمت فرهنگی و هنری باید بخشی از اوقات

فراغت خود را به مصرف آن اختصاص دهد.

مطالعه کتاب، حضور در سینما و تماشای نمایش، چند نمونه از این گونه کالاها یا خدمات است. این ویژگی رابطه نزدیکی با ویژگی دوم دارد زیرا هر قدر سطح درآمد فرد بالاتر رود تمایل وی به عرضه کار خود کاهش می یابد و به جای آن، اوقات فراغتش بیش تر می شود. قبلاً اشاره شد که تأثیر سطح درآمد بر تمایل مصرف کننده به خرید محصولات فرهنگی و هنری بیش تر از قیمت آن است. این واقعیت شاید در مورد اوقات فراغت بیش تر مصداق داشته باشد. به این ترتیب، می توان گفت که سیاست ترغیب مصرف کنندگان کم درآمد به مصرف کالاها و خدمات فرهنگی خاص مانند کتاب که از طریق پرداخت یارانه تعقیب می شود به دلیل آن که این گروه اوقات فراغت کافی برای مصرف آن ندارند به نتیجه نمی رسد و این یارانه، در عمل به همان گروه های پردرآمد و طبقات متوسط تعلق می گیرد که با توجه به داشتن سطح درآمد بالا و اوقات فراغت کافی حاضرند کتاب را به قیمت بازار و بدون یارانه نیز بخرند.

طبق شواهد موجود در مورد پیشینه اقتصادی - اجتماعی تماشاگران هنرهای مورد علاقه طبقات نخبه، دست کم در بریتانیا کارهای هنری که یارانه می گیرند اساساً و گاهی انحصاراً در قلمرو طبقات پردرآمد قرار دارند. به این ترتیب، یارانه موجب توزیع مجدد درآمد عامه مالیات دهنده به طبقات پردرآمد می شود. داده ها نشان می دهد که در بریتانیا با وجود آن که اپرا و باله بیش ترین قسمت از یارانه پرداختی به هنرهای صحنه ای را به خود اختصاص می دهند اما تماشاگران کمتری را جذب کرده اند. علاوه بر این، طبق نتایج مطالعه ای که اخیراً به سفارش شورای هنرهای بریتانیای کبیر انجام شد افزایش قیمت ها موجب صرف نظر کردن افراد از تماشای کارهای هنری نمی شود. طبق داده های این مطالعه در آخرین سال های منتهی به این مطالعه، قیمت بلیت اپرا ۱۰۰ درصد افزایش یافته اما تنها ۷ درصد از پرسش شوندگان این افزایش قیمت را دلیل صرف نظر کردن از تماشای اپرا ذکر کرده اند. علاوه بر این، تنها ۷ درصد مردم بریتانیا به تماشای اپرا رفته اند که آن ها از طبقات اجتماعی بالا هستند (Peacock, 152).

مصرف هنرهای زنده شدیداً وقت گیر است که این نشان می دهد در تعیین

تفاضل قیمت اوقات فراغت شاید مؤثرتر از قیمت خود بلیت باشد (Throsby, 7).

همان‌طور که نشان داده خواهد شد، این ویژگی و ویژگی‌های دیگر، مانند هزینه‌های پولی جنبی مصرف برخی از کالاها و خدمات فرهنگی و هنری - همچون هزینه رفت و آمد به مکان اجرای تئاتر یا نمایش فیلم سینمایی - بر ارزیابی سهم واقعی بخش فرهنگ و هنر در تولید ناخالص ملی اثر می‌گذارد. برای مثال، انتخاب اوقات فراغت به جای عرضه کار، فرصت کسب درآمد بیشتر را از فرد می‌گیرد و به اصطلاح اقتصاددانان، افزایش اوقات فراغت، هزینه فرصت کسب درآمدهای از دست رفته ناشی از عرضه نکردن کار را در پی خواهد داشت. به این ترتیب، می‌توان گفت که در محاسبه نسبت مخارج بخش فرهنگ و هنر (صورت کسر) به کل مخارج جامعه یا تولید ناخالص ملی (مخرج کسر) باید ارزش اقتصادی اوقات فراغت صرف‌شده برای مصرف محصولات فرهنگی و هنری هم به مجموعه هزینه‌های پولی و مستقیم برای خرید این‌گونه محصولات (در صورت کسر) و هم به ارزش تولید ناخالص ملی یا کل مخارج جامعه (در مخرج کسر) افزوده شود تا برآوردی واقعی‌تر از سهم این بخش در تولید ناخالص ملی به دست آید. نسبت جدید مسلماً بیش از نسبت قبلی خواهد بود.

۴- جایگاه بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشورهای توسعه یافته

همان‌طور که گفته شد، تاکنون هیچ تلاش مستقلی برای اندازه‌گیری سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشورمان انجام نشده است.^۸ در مقابل، با توجه به مطالب مطرح‌شده در همان قسمت، که نشان‌دهنده توجه کشورهای توسعه یافته به ابعاد اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی و هنری بود، اقتصاددانان این کشورها به طرق مختلف به بررسی جایگاه این بخش در اقتصادهای خود پرداخته‌اند. در این قسمت، در حد منابع بسیار محدود موجود در کشور، نتایج برخی از این مطالعات بیان می‌شود. از آن‌جا که طبق این مطالعات، درباره حد و مرز بخش فرهنگ و هنر اختلاف نظر وجود دارد بیان نتایج تلاش‌های انجام‌شده برای اندازه‌گیری سهم این بخش در اقتصادهای توسعه یافته، پیش‌درآمد مناسبی برای طرح برخی از مسائل مفهومی در زمینه سنجش درجه اهمیت واقعی آن در اقتصاد هر کشور است.

سهم فعالیت فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی

دو تعریف متفاوت از حوزه تحت پوشش فعالیت‌های فرهنگی و هنری طبیعتاً، به دو مقدار

متفاوت از سهم این فعالیت‌ها در تولید ناخالص ملی ایالات متحده آمریکا رسیده است:

طبق داده‌های موجود، فعالیت‌های فرهنگی و هنری شامل تئاتر، موسیقی، اپرا، رقص، هنرهای نمایشی، صنایع دستی، ادبیات و هنرهای محلی و سنتی نزدیک به یک درصد تولید ناخالص ملی و بیش از یک درصد نیروی کار شهری آمریکا را به خود اختصاص می‌دهد. اما اگر حوزه تحت پوشش این فعالیت‌ها را قدری گسترش دهیم و «صنایع فرهنگی» را به هنرها، تصویرهای متحرک، رادیو و تلویزیون و چاپ و نشر تعمیم دهیم ارزش کل تولید فرهنگی و هنری برای سال ۱۹۸۸ به حدود ۱۳۰ میلیارد دلار و به عبارتی معادل ۲/۵ درصد تولید ناخالص ملی بالغ خواهد شد (Throsby, 1).

سهم مخارج فرهنگی و هنری در کل مخارج مصرفی جامعه

در حالی که طبق مطالب فوق، مطالعه سهم فعالیت‌های فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی ایالات متحده آمریکا به رقم نسبتاً چشمگیر ۲/۵ درصد رسیده، در ایتالیا مطالعه‌ای درباره برخی شاخص‌های اهمیت بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد این کشور به نتایج متفاوت و بدبینانه‌ای رسیده است:

اولاً، مخارج فرهنگی و هنری سهم بسیار کمی در کل مخارج مصرفی جامعه ایتالیا دارد و تنها ۰/۷ درصد این مخارج را شامل می‌شود، ثانیاً، این نسبت طی دوره ۱۹۷۰-۱۹۸۸ رو به کاهش گذاشته و طی کم‌تر از ۲۰ سال به نصف رسیده است... کل مخارج هنری جامعه ایتالیا در سال ۱۹۸۸ که شامل مخارج خصوصی، مخارج دولت و حمایت‌های مالی خصوصی و نیز مخارج برنامه‌های هنری شبکه‌های تلویزیونی خصوصی می‌شود به ۹۵۰۰ میلیارد لیر می‌رسد. این رقم به سختی بیش از یک درصد تولید ناخالص ملی ایتالیا را دربرمی‌گیرد (Peacock, 21-22).

این‌گونه تفاوت‌های نسبتاً مهم در سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشورهایی چون ایالات متحده و ایتالیا یا هر کشور دیگری تعجب‌انگیز نیست، اما شاید یکی از دلایل اصلی این تفاوت، چگونگی تعریف حوزه تحت پوشش فعالیت‌ها و مخارج فرهنگی و هنری در مطالعه سهم آن در اقتصاد کشورهاست. به عبارت دیگر، بسته به این‌که این حوزه محدودتر یا گسترده‌تر

در نظر گرفته شود سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشور مورد مطالعه به شدت کم تر یا بیش تر می شود. برای مثال، در مطالعه سهم مخارج فرهنگی و هنری در جامعه ایتالیا، همان طور که نویسندگان بیان کرده اند، به مخارج فعالیت های فرهنگی و هنری غیر حرفه ای توجه نشده است (همان، ۲۱). این امر، همان طور که در قسمت بعد می بینیم، با توجه به گستردگی حجم این گونه فعالیت ها در بخش فرهنگ و هنر، به ویژه در مقایسه با بخش های دیگر تأثیر مهمی بر برآورد اندازه این بخش در اقتصاد کشورها دارد.

سهم فعالیت های مربوط به حق مؤلف در تولید ناخالص ملی

«حق مؤلف» (یا کپی رایت) پدیده ای اقتصادی است که اساساً به محصولات فرهنگی و هنری تعلق می گیرد.^۹ به زبان ساده، بخش «مادی» حق مؤلف، معرف حقوق اقتصادی تولیدکنندگان یا صاحبان آثار فرهنگی و هنری برای تکثیر این آثار (مانند تکثیر اثر ادبی) یا اجازه استفاده از آن به شکل دیگر (مانند تبدیل اثر ادبی به فیلم سینمایی) است. با گسترش میزان تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری در کشورهای صنعتی غرب، اهمیت اقتصادی این حقوق که فعالیت های مرتبط با آن زیرمجموعه مهمی از فعالیت های فرهنگی و هنری را دربرمی گیرد شدیداً افزایش یافته است.

در استرالیا، اتریش، کانادا، فنلاند، آلمان غربی، هلند، زلاندنو، بریتانیا و امریکا،

طی دهه ۱۹۷۰ و اواسط دهه ۱۹۸۰ فعالیت های مربوط به حق مؤلف ۲/۱ تا ۲/۹

درصد تولید ناخالص ملی را به خود اختصاص داده است. برخی از مطالعات اخیر

در مورد سهم این فعالیت ها از ارزش افزوده تحقیق کرده اند و رقم ۳ درصد و بیش تر

را نشان داده اند. در مورد سهم شاغلان این فعالیت ها در کل اشتغال این کشورها،

نتایج حاصل از ۲/۲ تا ۲/۵ درصد در نوسان است (Hummel, 14).

نتیجه مهم تر این گونه مطالعات آن است که اهمیت فعالیت های مربوط به حق مؤلف در اقتصاد برخی از کشورهای توسعه یافته، که در واقع معرف اهمیت بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد آن هاست در سال های اخیر افزایش یافته است.

در مقام نتیجه گیری باید تأکید کرد که طی سال های ۱۹۸۰-۱۹۸۶ محصول و

ارزش افزوده کلیه فعالیت های مربوط به حق مؤلف رشد بیش تری را نسبت به کل

اقتصاد آلمان غربی نشان داده است. همچنین، در حالی که در سایر بخش‌های اقتصاد مشاغلی از دست داده شده، این فعالیت‌ها مشاغل جدیدی ایجاد کرده است (همان، ۱۸).

جدول ۶ نسبت ارزش افزوده آن دسته از فعالیت‌های مربوط به حق مؤلف در فعالیت‌هایی چون تولید و تجارت آثار موسیقایی را که طبق تعریف، در زمره بخش فرهنگ و هنر جای می‌گیرند، به کل ارزش افزوده اقتصاد چند کشور توسعه یافته در سال‌های مختلف نشان می‌دهد.

جدول ۶- سهم ارزش افزوده برخی از فعالیت‌های مربوط به حق مؤلف در چند کشور توسعه یافته (به درصد)

| اتریش | کانادا | بریتانیا | هلند | ایالات متحده | آلمان غربی | حوزه فعالیت |
|--------|--------|----------|--------|--------------|------------|---------------------|
| (۱۹۸۶) | (۱۹۸۰) | (۱۹۸۲) | (۱۹۸۵) | (۱۹۷۷) | (۱۹۸۶) | سال |
| ۰/۹۲ | ۱/۱۸ | ۱/۸۲ | ۱/۱ | ۰/۶۴ | ۱/۶۸ | چاپ و انتشار |
| ۰/۱۹ | ۰/۰۳ | ۰/۰۵ | ۰/۰۷ | ۰/۰۳ | ۰/۱۲ | فعالیت‌های موسیقایی |
| ۰/۲۹ | --- | ۰/۰۳ | ۰/۰۹ | ۰/۰۸ | ۰/۱۲ | تئاتر و ارکستر |
| ۰/۰۹ | ۰/۱۴ | ۰/۱۰ | ۰/۱۸ | ۰/۱۸ | ۰/۱۲ | فیلم و ویدیو |
| ۰/۳ | ۰/۲۸ | --- | ۰/۲۵ | ۰/۱۹ | ۰/۱۳ | راديو و تلویزیون |

منبع: Hummel, 19

سهم مخارج فرهنگی و هنری در کل مخارج دولت

از بررسی درجه اهمیت سهم مخارج فرهنگی و هنری دولت در کل مخارج آن نمی‌توان به نتیجه‌ای قاطع و روشن درباره موقعیت بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشور مورد نظر دست یافت اما می‌توان گفت که گسترش فعالیت‌های فرهنگی و هنری در برخی از کشورها بر میزان مخارج دولت در این حوزه بی‌تأثیر نبوده است. برای مثال، امروزه در برخی از کشورها هنرمندان و سازمان‌های فرهنگی و هنری، که خود ذی‌نفع‌اند، می‌کوشند فرایند تخصیص منابع عمومی به فعالیت‌های مختلف را به نفع خود تغییر دهند.

در تمام کشورهای دموکراتیک، دولت‌ها با استفاده از ابزارهای گوناگون به نوعی به بخش هنر کمک می‌کنند که پرداخت بارانه به شرکت‌ها و افراد، عرضه مستقیم کالاها و خدمات هنری از طریق بنگاه‌های دولتی، پیش‌بینی تخفیف‌های مالیاتی برای هنرمندان و اعطای کمک به بخش هنر، پیش‌بینی معافیت‌های مالیاتی برای هنرمندان و سازمان‌های هنری، تدوین مقرراتی چون تعیین شرایط و ضوابط نمایش‌های تلویزیونی محلی، ارائه اطلاعات، پشتیبانی از آموزش و تربیت هنری و سرانجام، قانون‌گذاری برای حمایت از حقوق اقتصادی هنرمندان (مثلاً، از طریق حق تکثیر) از آن جمله است (Throsby, 20).

جدول ۷ مقدار دو شاخص مهم مخارج فرهنگی و هنری دولت، یعنی نسبت این مخارج به کل مخارج دولت و تولید ناخالص ملی در چند کشور توسعه یافته را در سال ۱۹۸۷ نشان می‌دهد:

جدول ۷- شاخص‌های مخارج فرهنگی و هنری دولت در چند کشور توسعه یافته در سال ۱۹۸۷ (به درصد)

| کشور | مخارج فرهنگی و هنری | |
|--------------|---------------------|--------------------------|
| | نسبت به کل مخارج | نسبت به تولید ناخالص ملی |
| آلمان غربی | ۰/۷۹ | ۰/۲۱ |
| انگلستان | ۰/۴۱ | ۰/۱۴ |
| ایالات متحده | ۰/۰۵ | ۰/۰۲ |
| استرالیا | ۰/۳۹ | ۰/۱۱ |
| سوئد | ۰/۴۲ | ۰/۲۴ |
| کانادا | ۰/۳۴ | ۰/۱۸ |
| فرانسه | ۰/۷۷ | ۰/۲۲ |
| هلند | ۰/۴۵ | ۰/۲۳ |

به دلایل مختلف، مقایسهٔ مخارج فرهنگی و هنری دولت در کشورهای مختلف، مانند کشورهای مندرج در جدول فوق، گمراه‌کننده است و از آن نمی‌توان به نتیجهٔ روشنی دربارهٔ سیاست‌های فرهنگی دولت‌ها دست یافت. همان‌طور که قبلاً اشاره شد، چگونگی تعریف فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری بر اقلامی که مخارج فرهنگی و هنری در نظر گرفته می‌شود اثر می‌گذارد. این امر در مورد مخارج فرهنگی و هنری دولت نیز مصداق دارد. همچنین کم بودن مخارج دولت در برخی از کشورها را نمی‌توان لزوماً نشانهٔ بی‌توجهی آن‌ها به بخش فرهنگ و هنر دانست زیرا روش حمایت از این بخش - صرف‌نظر از درجهٔ اثربخشی و کارایی آن - بر میزان مخارج دولت اثر می‌گذارد.

در ایالات متحدهٔ آمریکا، مخارج نسبتاً کم دولت در بخش هنر را می‌توان تا حدودی به کاهش کمک‌های مستقیم دولت به این بخش، یعنی تصدی فعالیت‌های فرهنگی و هنری توسط سازمان‌های دولتی در مقایسه با کشورهای اروپایی نسبت داد. بخش دیگر به این حقیقت بازمی‌گردد که ایالات متحده بیش‌ترین تأکید را بر کمک به بخش هنر از طریق کمک‌های داوطلبانه و خیرخواهانه گذارده است (Throsby, 20).

در بریتانیا و سایر کشورهای انگلیسی‌زبان، بخش فرهنگ بیش از هر کشور دیگری در معرض نیروهای بازار بوده است... طی دهه ۱۹۸۰ شورای هنرها و دولت بریتانیا فشار زیادی را، که اساساً به شکل کاهش کمک‌های بلاعوض یا محدود کردن آن است بر سازمان‌های هنری وارد آورده تا بخش بیش‌تری از درآمد خود را از گیشه و یا سایر منابع درآمدی و نیز از طریق حمایت مالی یا هدایای بخش خصوصی به دست آورند. بر اثر این سیاست برای مثال، در سال ۱۹۹۰ تئاترها و ارکسترهای بریتانیا بیش از ۵۰ درصد درآمد خود را از منابع غیر دولتی به دست آورده‌اند. همین شاخص در کشورهای آلمان، سوئد، فرانسه و هلند کم‌تر از ۲۵ درصد بوده است (peacock, 142-144).

به عبارت دیگر، در برخی از کشورهای توسعه‌یافته دولت برای رونق بخشیدن به این فعالیت‌ها در بخش خصوصی، به جای تصدی مستقیم فعالیت‌های فرهنگی و هنری، سیاست‌های حمایتی غیرمستقیم مانند وضع معافیت‌ها یا تخفیف‌های مالیاتی برای کمک‌های

داوطلبانه افراد به فعالیت‌های فرهنگی و هنری را اتخاذ می‌کند.

چند شاخص دیگر در مورد موقعیت بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی

در صورت فقدان یا کمبود داده‌ها و اطلاعات لازم برای سنجش شاخص‌های اصلی اهمیت بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد هر کشور یا نارسایی تحلیلی برخی از این شاخص‌ها که چند نمونه آن در بالا معرفی شد شاید بتوان از شاخص‌های دیگری که به‌رغم اهمیت کم‌تر، سنجش آن سهل‌تر است استفاده کرد.

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، میزان اوقات فراغت یکی از متغیرهای مؤثر بر مصرف محصولات فرهنگی و هنری است. البته اوقات فراغت خود تابع سطح درآمد است. به عبارت دیگر، هر قدر سطح درآمد جامعه بالاتر باشد افراد اوقات فراغت بیشتری را اختیار می‌کنند. بنابراین، انتظار می‌رود شهروندان کشورهای توسعه یافته بیش‌تر از شهروندان کشورهای در حال توسعه اوقات فراغت خود را به فعالیت‌های فرهنگی و هنری و نظایر آن مانند گردشگری اختصاص دهند.

بنابر یک مطالعه که در سال ۱۹۸۸ انجام شد ایتالیایی‌ها به‌طور متوسط روزانه یک ساعت و ۴۲ دقیقه از وقت خود را به تماشای تلویزیون، کم‌تر از یک ساعت را به مطالعه و تنها ۴ دقیقه را به تماشای نمایش‌های هنری زنده، فیلم سینمایی و انجام سایر فعالیت‌های هنری اختصاص می‌دهند (2, Peacock).

فعالیت‌های فرهنگی و هنری از محدود فعالیت‌هایی است که غیر از منابع متعارف بخش عمومی و خصوصی، از منبع مالی دیگر، یعنی کمک‌ها و هدایای سازمان‌ها و افراد تأمین مالی می‌شود. این امر، که مزیتی به‌شمار می‌رود، بر امکان گسترش این فعالیت‌ها (نسبت به سایر فعالیت‌ها) اثر مثبت می‌گذارد.

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 کالاهای فرهنگی 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 مزیت‌های اقتصادی

در این کمک‌ها پی‌برد. در این شرایط کمک‌هایی که منکی بر انگیزه‌های نفع شخصی باشد به کمک‌های فرهنگی انسان دوستانه اضافه می‌شود. احتمالاً، برخی از کمک‌کنندگان یعنی هدیه‌دهندگان به حفظ و اشاعه میراث فرهنگی علاقهٔ بیش‌تری دارند تا به منافع اقتصادی بالقوه‌ای که افزایش محبوبیت آن‌ها در پی دارد (همان، ۳۵).

با توجه به ارزش‌های اجتماعی و نیز برخی از انگیزه‌های اقتصادی، میزان این کمک‌ها و هدایا در کشورهای مختلف تفاوت می‌کند. بدون مطالعهٔ تطبیقی نمی‌توان دربارهٔ گستردگی یا محدود بودن حجم این کمک‌ها و هدایا نسبت به متغیرهایی چون کل منابع مالی بخش فرهنگ و هنر یا مخارج مصرفی خانوارهای کمک‌دهنده در کشورهای مختلف نظر قاطعی داد، اما می‌توان گفت حجم نسبی آن به موازات سطح توسعه‌یافتگی اقتصادی و فرهنگی کشورها افزایش می‌یابد.

در عین حال، حمایت از فرهنگ و هنر در ایالات متحده (هم از طریق تخصیص اعتبارات بخش عمومی و هم با جذب کمک‌های مردمی) هر ساله منابع قابل توجهی را به این بخش هدایت می‌کند... در سال ۱۹۹۰، ۶/۴ درصد کل وجوه خیریه و اعانات به سمت هنر، فرهنگ و علوم انسانی هدایت شد به طوری که کمک‌های داوطلبانه در این زمینه به ۷/۹ میلیارد دلار سرزد (Throsby, 1).

۵- چند مسئله مفهومی در زمینه اندازه‌گیری سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصادهای ملی

همان‌طور که در قسمت دوم اشاره شد، حساب‌های ملی به دلیل برخی از مشکلات آماری و مهم‌تر از آن، برخی از مسائل مفهومی، سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد کشورها را کم‌تر از حد واقع برآورد می‌کنند. در آن قسمت دو نمونه از مشکلات آماری مطرح شد و بحث دربارهٔ مسائل مفهومی به این قسمت موکول شد. البته در قسمت‌های بعد بنا به نیاز بحث، ضرورت در نظر گرفتن ارزش اقتصادی آن بخش از اوقات فراغت که صرف استفاده از محصولات فرهنگی و هنری می‌شود و ارزش مخارج مصرفی فرهنگی و هنری و نیز ضرورت محاسبهٔ برخی از هزینه‌های جنبی پولی برای مصرف این‌گونه محصولات در حکم دو مسئله مفهومی از مجموعهٔ

مسائل مفهومی در اندازه‌گیری سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی بیان خواهد شد. در این قسمت با تشریح چند مسئله مفهومی دیگر خواهیم دید که برخلاف نتایج ضمنی داده‌های خام حساب‌های ملی، بخش فرهنگ و هنر در اقتصادهای توسعه‌یافته پتانسیل اقتصادی نسبتاً زیادی دارد و در اقتصادهای در حال توسعه نیز، با توجه به افق تحولات اقتصادی آینده مانند افزایش بهره‌وری نیروی کار و در نتیجه افزایش درآمد سرانه و اوقات فراغت انتظار می‌رود سهم این بخش در اقتصادهای مذکور نیز افزایش یابد و نقش باارزشی در بهبود شاخص‌های رشد و رفاه اقتصادی مانند افزایش سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ایفا کند.

این مسائل مفهومی را به‌طور کلی می‌توان به دو دسته مسائل مفهومی در اندازه‌گیری بخش فرهنگ و هنر به روش تولید و مسائل مفهومی در اندازه‌گیری بخش فرهنگ و هنر به روش هزینه یا مخارج طبقه‌بندی کرد. در هر یک از این دو دسته نیز به‌طور مجزا دو مسئله مفهومی به‌اجمال مطرح می‌شود.

دو مسئله مفهومی در اندازه‌گیری ارزش فعالیت‌های فرهنگی و هنری

اندازه‌گیری ارزش فعالیت‌های مختلف در حساب‌های ملی بر این فرض استوار است که این فعالیت‌ها با پرداخت هزینه عوامل تولید و به قصد عرضه به بازار انجام شده است. به این ترتیب، فعالیت‌های «بخش غیررسمی» که مبادلات آن ثبت نمی‌شود و فعالیت‌هایی که حاصل آن تولید محصول برای مصرف شخصی است، در نظام حساب‌های ملی به حساب نمی‌آیند. می‌توان گفت بخش نسبتاً مهمی از فعالیت‌های فرهنگی و هنری مانند کشیدن نقاشی و نواختن موسیقی برای ارضای علایق شخصی انجام می‌شود و به‌رغم ارزش اقتصادی احتمالی آن، افراد حاضر به عرضه آن به بازار نیستند.

جفری (Jeffri) ضمن مطالعه‌ای در مورد ۱۰۰ نقاش امریکایی دریافته است که

بیش‌تر آنان به قیمت چشم‌پوشی از درآمدهای خوب به دنبال کارهای هنری رفته‌اند.

۷۰ درصد از نقاشان مورد بررسی در نمونه وی بیش از یک فرصت شغلی سودآور را

که فاقد جاذبه‌های هنری بوده رد کرده‌اند» (Peacock, 73).

مشکل مرتبط با مسئله مفهومی فوق که بر سنجش میزان اشتغال در بخش فرهنگ و هنر اثر می‌گذارد آن است که بسیاری از هنرمندان شغل غیرهنری نیز دارند و ممکن است در

سرشماری‌ها شغل غیرهنری آنان ثبت شود.

«واسال (Wassal) و آلپر (Alper) ضمن مرور برخی از مطالعات مربوط به میزان رواج چندپیشگی در میان هنرمندان، که مطالعه آن‌ها ۳۰۰۰ هنرمند استرالیایی را نیز دربرمی‌گیرد، پی‌برده‌اند که تنها ۲۴ درصد از آنان شغل غیرهنری ندارند... طبق یک مطالعه دیگر، هنرمندان تا آن حد نیروی کار خود را به بازار مشاغل غیرهنری عرضه می‌کنند که با حصول درآمد کافی بتوانند فعالیت‌های هنری خود را پشتیبانی نمایند. (همان، ۷۳).

برخی از فعالیت‌ها از فعالیت‌های فرهنگی و هنری ناشی می‌شوند. به عبارت دیگر، بدون وجود فعالیت‌های اخیر، آن فعالیت‌ها وجود نمی‌داشتند. ارائه مثالی عینی شاید این نظر را روشن کند. یکی از اقتصاددانان یک مؤسسه تحقیقات اقتصادی در آلمان، ضمن سنجش اهمیت اقتصادی فعالیت‌های مربوط به حق مؤلف در اقتصاد آلمان غربی (پیش از اتحاد دو آلمان) این فعالیت‌ها را به دو گروه اولیه و ثانویه طبقه‌بندی کرده است:

در گروه اول بخش‌هایی جا می‌گیرد که آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف را خلق می‌کنند و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند... آن بخش‌های اقتصاد که اساساً به فعالیت‌های اولیه حق مؤلف وابسته‌اند فعالیت‌های ثانویه مربوط به حق مؤلف نام دارند. عرضه کنندگان مواد اولیه و خدمات و نیز سازندگان کالاهای سرمایه‌ای در این گروه جای می‌گیرند. برای مثال، در حوزه آثار ادبی علاوه بر نویسندگان، چاپگران، صحافان و سازندگان کاغذ، سازندگان ماشین‌های چاپ - تا آن‌جا که محصولی را برای فعالیت‌های مربوط به حق مؤلف تهیه کنند - قرار می‌گیرند. یک حوزه مهم دیگر مربوط به خریدارانی است که فعالیت آن‌ها اساساً به محصول فعالیت‌های اولیه حق مؤلف بستگی دارد مانند فعالیت‌هایی که معرف مرحله آخر توزیع آثار تحت حمایت حق مؤلف هستند (مانند کتابداری، کتاب‌فروشی و مجله‌فروشی) و فعالیت‌هایی که از محصولات فعالیت‌های اولیه حق مؤلف استفاده می‌کنند تا بتوانند خدمات خاص خود را ارائه نمایند (مانند ویدیو کلوب‌ها) (Hummel, 15).

به این ترتیب، اگر در سنجش سهم فعالیت‌های فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی، فعالیت‌های وابسته را به حساب آوریم دآوری ما درباره اهمیت اقتصادی این فعالیت‌ها در اقتصاد

ملی، به‌ویژه از نظر جذب سرمایه و ایجاد اشتغال و در نهایت، افزایش درآمد و رفاه تغییر خواهد کرد.

اگر حوزه‌هایی چون... تولید، توزیع و فروش دستگاه‌های رادیو و تلویزیون و وسایل صوتی را به فعالیت‌های اولیه و ثانویه مربوط به حق مؤلف اضافه کنیم سهم این فعالیت‌ها در تولید ناخالص ملی و ارزش افزوده اقتصاد آلمان غربی به ترتیب، به ۳/۷ و ۴/۲ درصد خواهد رسید (همان، ۱۶).

مطلب آخر در مورد مسائل مفهومی در اندازه‌گیری ارزش فعالیت‌های فرهنگی و هنری در تولید ناخالص ملی آن است که برخی از این فعالیت‌ها به رغم آن‌که تقاضای بالقوه دارند به دلیل موانع و محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود به بازار عرضه نمی‌شوند. این محدودیت‌ها که عمدتاً در جوامع استبدادی و در حال توسعه به چشم می‌خورند ضمن آن‌که جامعه را از فواید فرهنگی و اجتماعی برخوردار اندیشه‌ها محروم می‌سازند، فرصت‌های اقتصادی افزایش اشتغال، تولید و درآمد را هم از آن می‌گیرند و طبیعتاً، مانع افزایش حجم فعالیت‌های فرهنگی و هنری و سهم آن در اقتصادهای در حال توسعه می‌شوند.

دو مسئله مفهومی در اندازه‌گیری مخارج فرهنگی و هنری

همان‌طور که در قسمت‌های قبل اشاره شد، مصرف برخی از محصولات فرهنگی و هنری، علاوه بر هزینه مستقیم خرید این محصولات، متضمن صرف وقت برای استفاده از آن و نیز متضمن هزینه خرید برخی از کالاها و خدمات دیگر نیز هست. این بحث را از یک نظر می‌توان به بحث فعالیت‌های اولیه و ثانویه مربوط به حق مؤلف و تأثیر آن در برآورد ارزش فعالیت‌های فرهنگی و هنری در اقتصاد کشورها شبیه دانست. در واقع، مخارج خانوار در حوزه محصولات فرهنگی و هنری را می‌توان به مخارج «مستقیم» و «غیرمستقیم» طبقه‌بندی کرد. مخارج «مستقیم» صرف خرید این محصولات می‌شود. مخارج «غیرمستقیم» مخارجی است که اساساً در صورت مصرف محصولات فرهنگی و هنری معنا پیدا می‌کند. هزینه‌های رفت و آمد به محل برگزاری نمایش یا سالن سینما و هزینه‌های خرید رادیو و تلویزیون نمونه‌ای از این نوع مخارج است. حساب‌های ملی در برآورد مخارج مصرفی جامعه، این‌گونه مخارج را جزو مخارج فرهنگی و هنری خانوارها به حساب نمی‌آورند و طبیعتاً، سهم این مخارج را در کل مخارج

خانوار کم برآورد می‌کنند.

در چهارچوب نظام حساب‌های ملی، فعالیت‌های آموزشی فعالیتی مستقل در نظر گرفته شده و از فعالیت‌های دیگر تفکیک گردیده است؛ هرچند که فعالیت آموزشی، به هر حال، به یکی از این فعالیت‌ها ارتباط دارد. مثلاً، ارزش فعالیت‌های آموزشی در حوزه صنعت، مستقل از ارزش فعالیت‌های اخیر افزوده نمی‌شود. این امر در مورد رابطه «فعالیت‌های آموزشی در حوزه فرهنگ و هنر» و فعالیت‌های فرهنگی و هنری نیز مصداق دارد. می‌توان گفت منطق این امر آن است که فعالیت‌های آموزشی در هر بخش اقتصادی به تولید کالا یا خدمات خاصی در آن بخش که بخشی از نیازهای مصرفی جامعه را تأمین می‌کند منتهی نمی‌شود. بنابراین، باید ارزش این فعالیت‌ها از فعالیت‌هایی که کالاها یا خدمات خاصی را تولید می‌کنند تفکیک شود. در طبقه‌بندی مخارج مصرفی خانوار نیز مخارج آموزشی جدای از مخارج دیگر در نظر گرفته شده است. در این جا نیز می‌توان گفت که منطق این تفکیک آماری آن است که خانوار مخارج آموزشی را نه به خاطر کسب لذات آنی - که مصرف هر کالا یا خدمت دیگر برای مصرف‌کننده در پی دارد - بلکه برای نوعی سرمایه‌گذاری (در سرمایه انسانی) که در آینده سطح درآمد خانوار را افزایش دهد صرف می‌کند. شاید این نکته در مورد مخارج آموزشی افراد در حوزه فرهنگ و هنر مصداق نداشته باشد. به عبارت دیگر، بیش‌تر افراد با شرکت در دوره‌های آموزشی هنری، ضمن آن‌که احتمالاً قصد فراگیری مهارت‌های مربوط به تولید محصول فرهنگی و هنری مشخصی را دارند از خود فرایند یادگیری نیز لذت می‌برند. در واقع، بیش‌تر این افراد، به‌رغم علاقه‌مندی به فراگیری مهارت‌های مربوطه، آن‌ها را به قصد کسب درآمد فرا نمی‌گیرند. مطالعات تجربی نشان می‌دهد که بخش عمده هنرمندان مشهور و پردرآمد از طریق نظام آموزشی رسمی، مهارت‌های مربوط به فعالیت هنری را فرا نگرفته‌اند (اندک بودن نسبی شمار فراگیران رشته‌های هنری که در نظام آموزش رسمی به تحصیل اشتغال دارند شاهد دیگر این ادعاست).

در برخی مطالعات صریحاً ثابت شده که آموزش، به‌عنوان محور اصلی تشکیل سرمایه انسانی، در بخش هنر برخلاف سایر مشاغل در تعیین سطح درآمدها، نقش مؤثری نداشته است. به عبارت دیگر، اگر درآمد سالانه کارکنان مشاغل مختلف را با دامنه‌ای از متغیرهای توضیحی در چهارچوب نظریه سرمایه انسانی رگرسیون نماییم برای هنرمندان، متغیرهای سطح تحصیل عموماً با ضرایب کم اهمیت‌تر ظاهر

می‌شود. برای مثال، فایلر با استفاده از داده‌های سرشماری سال ۱۹۸۰ به این نتیجه رسید که هر سال تحصیل بیش‌تر، درآمد مدیران، متخصصان و تکنسین‌ها را حدود ۱۹۰۰ دلار افزایش می‌دهد در حالی که به درآمد هنرمندان حرفه‌ای فقط ۱۱۵۰ دلار می‌افزاید. به اعتقاد وی، در نظام آموزشی رسمی توانایی‌های لازم برای موفقیت در حرفه هنری به‌سادگی آموخته نمی‌شود و مهارت‌های هنری مؤثر در کسب درآمد بیش‌تر را می‌توان به نحو سریع‌تر و ساده‌تری در تجربیات ضمن کار به‌دست آورد (Throsby, 19).

با توجه به توضیحات فوق، اگر مخارج آموزشی در حوزه فرهنگ و هنر را به مخارج فرهنگی و هنری مستقیم خانوار بیفزاییم سهم این مخارج در کل مخارج مصرفی خانوار و کل مخارج جامعه افزایش خواهد یافت.

شاید این مقاله تا حدودی دشواری اندازه‌گیری سهم بخش فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی را نشان داده باشد. این دشواری وقتی معنا می‌یابد که بخش مذکور از این نظر با سایر بخش‌های اقتصاد، مانند بخش کشاورزی و صنعت، مقایسه شود. برای مثال، در حالی که سنجش ارزش فعالیت‌های فرهنگی و هنری از طریق نظام حساب‌های ملی مستلزم آن است که اجزای پراکنده این نوع فعالیت‌ها در رشته فعالیت‌های مندرج در «طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی همه رشته فعالیت‌های اقتصادی» شناسایی و بر هم افزوده شود در این نظام طبقه‌بندی رشته فعالیت‌های بخش کشاورزی در گروه‌های مرتبط به هم طبقه‌بندی شده و بنابراین، کار سنجش ارزش این‌گونه فعالیت‌ها در اقتصاد ملی سهل‌تر شده است. همان‌طور که گفته شد برخی از مسائل مفهومی، سنجش ارزش فعالیت‌ها و مخارج فرهنگی و هنری در اقتصاد هر جامعه را بسیار دشوارتر می‌کند.

اما هدف اصلی این مقاله از طرح موضوع فوق آن بود که دست‌کم دو واقعیت مرتبط به هم برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران فرهنگی و هنری کشور روشن شود. نخست آن‌که، بخش فرهنگ و هنر که طبق برخی از مطالعات، در اقتصادهای توسعه‌یافته سریع‌تر از بخش‌های دیگر رشد کرده است، در اقتصادهای در حال توسعه‌ای چون ایران پتانسیل اقتصادی نسبتاً خوبی برای جذب سرمایه، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد دارد و اهمیت این پتانسیل وقتی بیش‌تر جلوه‌گر می‌شود که داده‌ها و ستانده‌های این بخش و در واقع، ارزش افزوده یا خالص منافع این بخش

برای اقتصاد ملی با سایر بخش‌ها مقایسه شود. برای مثال، همان‌طور که قبلاً اشاره شد، فعالیت‌های فرهنگی و هنری در مقایسه با سایر فعالیت‌ها به سرمایه‌گذاری کم‌تری در زمینه افزایش مهارت‌های نیروی انسانی نیاز دارد. دوم آن‌که، دخالت دولت در این بخش به شرطی مؤثر خواهد بود که بر دلالت‌های نظریه اقتصادی نیز توجه داشته باشد. به عبارت دیگر، افزایش تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری، ضمن آن‌که در درجه اول، مستلزم تحقق برخی از عوامل غیراقتصادی، مانند وجود آزادی کافی برای ابراز اندیشه‌های جدید (و تبدیل آن‌ها به اشکال هنری مختلف) است اگر قرار باشد از مجرای حمایت‌های مالی مستقیم و غیرمستقیم دولت نیز تعقیب شود کاربرد ابزارهایی مناسب را می‌طلبد. در واقع، پتانسیل رشد فعالیت‌های فرهنگی و هنری در اقتصاد ملی را - که پاسخ‌گوی نیاز جامعه مصرف‌کننده باشد - می‌توان با کاربرد سیاست اقتصادی مشخص در این بخش تقویت یا تضعیف کرد. برای مثال، پرداخت یارانه‌های فرهنگی و هنری اگر بر منطق نظریه اقتصادی استوار نباشد نه فقط رشد تولید و مصرف این‌گونه محصولات و به تبع آن، رشد تولید و درآمد ملی را به دنبال نخواهد داشت، بلکه در واقع، باری مالی بر دوش جامعه مالیات‌دهنده‌ای است که می‌توان گفت تأمین نیازهای اساسی آن بر حمایت غیرمعقول و نسنجیده از فعالیت‌های فرهنگی و هنری اولویت دارد.

پی‌نوشت

۱. برای آگاهی از نمونه‌ای از این دست، رجوع کنید به منبع زیر که بیش از ۸۰ درصد عنوان را دربرمی‌گیرد:

- Throsby, David. "The production and Consumption of the Arts: A View of Cultural

Economics", *Journal of Economic Literature*, March 1994, PP. 1-29.

۲. برای آگاهی بیش‌تر از پیشینه، هدف‌ها و تحولات نحوه تنظیم حساب‌های ملی در جهان رجوع کنید به:

- گلریز، حسن. *حسابداری اقتصادی*، انتشارات پیشبرد، ۱۳۶۵، ۱۱-۱۴.

۳. برای آگاهی از آخرین ویرایش این طبقه‌بندی رجوع کنید به:

- طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی کلیه رشته فعالیت‌های اقتصادی (ویرایش سوم)، ترجمه مرکز آمار ایران،

اداره آمار سازمان ملل متحد، ۱۳۷۱.

۴. برای آگاهی از جزئیات این طبقه‌بندی به مأخذ مندرج در پی‌نوشت ۳ مراجعه کنید.

۵- برای آشنایی بیشتر با این طبقه‌بندی و مفاهیم مربوط به آن رجوع کنید به:

- **حساب‌های ملی ایران (۱۳۵۳ - ۱۳۶۶)**، اداره حساب‌های اقتصادی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی

ایران، ۱۳۷۰، ۶۳-۵۲.

۶- برای آشنایی بیشتر با بودجه‌بندی برنامه‌ای رجوع کنید به:

- **صراف، فریدون. بودجه‌ریزی دولتی، مدرسه عالی بازرگانی، ۱۳۵۶.**

۷- به دلیل ناشناخته بودن «اقتصاد فرهنگ» در محافل آموزشی و تحقیقاتی در ایران، این ویژگی‌ها مسلماً

منعکس‌کننده تمام دیدگاه‌های ارائه‌شده در این خصوص نیست و تقویت ادبیات این حوزه (چه از طریق

مطالعات نظری و تجربی اصیل در کشورمان و چه از طریق بهره‌گیری از مطالعات دیگران) زوایای تاریک

جنبه‌های اقتصادی فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی و هنری را روشن خواهد کرد.

۸- البته مرکز آمار ایران نخستین بار چند سال پیش به بررسی آماری مؤسسه‌ها و بنگاه‌های دولتی و

خصوصی دارای فعالیت‌های فرهنگی، ورزشی و تفریحی پرداخت. از آن‌جا که کالاهای فرهنگی و هنری در زمره

محصولات این بنگاه‌ها و مؤسسه‌ها قرار نمی‌گیرد این تلاش آماری را نمی‌توان مبنای بررسی جامع سهم بخش

فرهنگ و هنر در اقتصاد کشور دانست. برای کسب آگاهی بیشتر در مورد این بررسی آماری رجوع کنید به:

- **نتایج طرح آماری از خدمات فرهنگی و ورزشی و تفریحی در سال ۱۳۷۲**، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۳.

۹- برای آگاهی بیشتر از مفهوم حق مؤلف و به‌ویژه حوزه تحت پوشش آن رجوع کنید به:

- **مجموعه مقالات همایش بررسی جنبه‌های حقوقی سازمان جهانی تجارت، مدیریت مطالعات و**

پژوهش‌های اقتصادی و بین‌المللی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ۱۲۶.

منابع و مأخذ

- چگونگی پرداختن به فعالیت‌های فراغت بین نوجوانان و جوانان، دبیرخانه شورای عالی جوانان، ۱۳۷۴.
- حساب‌های ملی ایران، (۱۳۵۳-۱۳۶۶)، اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۰.
- صراف، فریدون. بودجه‌ریزی دولتی، مدرسه عالی بازرگانی، ۱۳۵۶.
- طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی کلیه رشته‌های فعالیت‌های اقتصادی، (ویرایش سوم)، ترجمه مرکز آمار ایران، اداره آمار سازمان ملل متحد، ۱۳۷۱.
- کشش درآمدی تقاضا، سال (۱۳۶۹)، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۲.
- گلریز، حسن. حسابداری اقتصادی، انتشارات پیشبرد، ۱۳۶۵.
- مجموعه آماری سری‌زمانی آمارهای اقتصادی، اجتماعی تا سال ۱۳۷۵، دفتر اقتصاد کلان، سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶.
- مجموعه مقالات همایش بررسی جنبه‌های حقوقی سازمان جهانی تجارت، مدیریت مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی و بین‌المللی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶.
- محصول ناخالص ملی ایران به قیمت جاری؛ (۱۳۷۰-۱۳۷۳)، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۵.
- نتایج طرح آمارگیری از خدمات فرهنگی و ورزشی و تفریحی در سال ۱۳۷۲، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۳.

- Hummel, Marlies. *The Economic Importance of Copyright*.

- Peacock, Alan. Rizzo, Ilde (Eds). *Cultural Economics and Cultural policies*, Kluwer Academic Publishers, 1994.

- Throsby, David. "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics", *Journal of Economic Literature*, March 1994.