فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره چهل و پنجم، زمستان ۱۴۰۲- صفحات ۳۲۱-۲۹۹

واکاوی سیاست‌گذاری دولت متعارف در اقتصاد فرهنگ و مقایسه‌ی آن با رویکرد اسلامی

نوع مقاله: پژوهشی

بهنام عرب بافرانی[۱]
میثم موسائی[۲]
علی‌اصغر هادوی‌نیا[۳]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۱۲

چکیده

چگونگی نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد فرهنگ، در نحوه‌ی سیاست‌گذاری فرهنگی تجلی می‌یابد و از سوی دیگر، سیاست‌گذاری فرهنگی در هر کشور بر اساس مبانی و اصول اعتقادی حاکم در آن کشور صورت می‌پذیرد؛ در نتیجه، تفاوت ماهوی دولت غیردینی و دولت اسلامی، اساس تمایز سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ خواهد بود. این پژوهش که با روش تحلیل محتوای کیفی و استفاده از داده‌های تحلیل شده از گزینش متون و ادبیات تولید شده اعم از طرح‌ها، پایان نامه‌ها، رساله‌ها و اسناد تولید شده توسط یونسکو[۴]، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و کتب دانشگاهی در چهار دهه‌ی اخیر در ایران تدوین گردیده است، درصدد نقد و بررسی سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ متعارف بر اساس رویکرد اسلامی است. به طور خلاصه ارتقای سطح مصرف کالاها و خدمات فرهنگی ارزشمند در حوزه‌ی مصرف، حمایت از نیروی کار ارزشی و همچنین تولیدات کالاها و خدمات فرهنگی ارزشمند در حوزه‌ی تولید و نهایتاً توجّه ویژه به مقوله‌ی عدالت (اعم از عدالت پیش از رقابت و عدالت توزیعی) از ویژگی‌های اساسی سیاست‌گذاری دولت در رویکرد اسلامی می‌باشد.

کلمات کلیدی: اقتصاد فرهنگ، سیاست‌گذاری متعارف فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی با رویکرد دینی

طبقه‌بندی JEL: Z1, Z12, Z14

---

۱ گروه اقتصاد، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران. behnam.arab.bafrani@gmail.com
۲ استاد دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) mousaaei@ut.ac.ir
۳ دانشیار گروه اقتصاد اسلامی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی alihadavinia@gmail.com
4 UNESCO

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

مقدمه

یکی از حوزه‌های مهمی که در اقتصاد فرهنگ مورد بحث واقع شده، سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ است. دولت‌ها به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم به نقش‌آفرینی در اقتصاد فرهنگ می‌پردازند. نقش دولت در تامین مالی، تولید و توزیع مستقیم کالاها و خدمات فرهنگی و هنری گرفته تا زمینه‌سازی حضور بخش خصوصی در این عرصه با سیاست‌گذاری های تشویقی و اعطای یارانه‌های متنوع و همچنین پیاده‌سازی عدالت در ابعاد مختلف در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی، از جمله مباحثی هستند که نشان‌دهنده‌ی اهمیت و اولویّت موضوع مورد مطالعه است.

ارزیابی، نقد و بررسی نظریات موجود پیرامون سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ می‌تواند در دستیابی به چگونگی سیاست‌گذاری مطلوب دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ راهگشا باشد.

مسئله‌ی پژوهش حاضر، بررسی و شناخت سیاست‌گذاری دولت غیردینی در اقتصاد فرهنگ متعارف و نقد و بررسی برخی نظریات آن بر اساس رویکرد اسلامی به منظور بسترسازی برای تدوین سیاست‌گذاری مطلوب دینی در اقتصاد فرهنگ است. به طور کلی، مقاله‌ی حاضر پس از مروری بر ادبیات موضوع، ابتدا به بررسی سیاست‌گذاری دولت متعارف در اقتصاد فرهنگ پرداخته و سپس به نقد و تحلیل برخی از نظریات موجود پیرامون سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ متعارف بر اساس رویکرد اسلامی می‌پردازد. در پایان هم نکاتی نظری و عملی پیرامون سیاست‌گذاری مطلوب دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ ارائه خواهد شد.

این پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی به دنبال پاسخ به این پرسش است که تفاوت سیاست‌گذاری دولت غیردینی و دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ چیست؟

۱. پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌ها در زمینه‌ی چگونگی نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد فرهنگ در پنج دسته قابل تفکیک است. دسته‌ی اول، شامل مطالعاتی پیرامون اقتصاد فرهنگ است که در ضمن آن به بحث سهم و نقش دولت در اقتصاد فرهنگ نیز پرداخته شده است. مطالعاتی نظیر عرب بافرانی و همکاران (۱۳۹۸)، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی (۱۳۷۹)، پیغامی (۱۳۹۳)، اینرسون[1] (۲۰۱۶)، تراسبی[2] (۱۳۷۹) و تراسبی و ویکتور[3] (۲۰۰۶) در این دسته قرار دارند. دسته‌ی دوم، شامل مطالعاتی است که با رویکرد فرهنگی تدوین شده و غالباً سیاست‌های فرهنگی را مورد بررسی قرار می‌دهند. در این دسته می‌توان به مطالعاتی چون صفّار (۱۳۸۲)، ابراهیمبای سلامی (۱۳۸۵)، همایون و فرجنژاد

1 Einarsson
2 Throsby
3 Throsby & Victor

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

ابرقویی (۱۳۹۳)، مختاریان‌پور (۱۳۹۱) و آزاد ارمکی و منوری (۱۳۹۱) اشاره نمود. دسته‌ی سوم، شامل مطالعاتی است که با رویکرد اقتصادی به بررسی و تحلیل سیاست‌های فرهنگی پرداخته است. مطالعاتی همچون پیکاک و ریزو[1] (۱۳۷۶)، علیزاده و مصلح (۱۳۹۳) و کوثری و سرافراز (۱۳۹۴) در این دسته قرار دارند. گروه چهارم، شامل مطالعاتی است که به مباحث پیرامون سیاست فرهنگی و سیاست‌گذاری فرهنگی می‌پردازند. برای نمونه، آشنا (۱۳۸۴) در کتاب «از سیاست تا فرهنگ» به دنبال تبیین نسبت حکومت با فرهنگ است. همچنین، فاضلی و قلیچ (۱۳۹۲) در کتاب «نگرشی نو به سیاست فرهنگی» امکان‌پذیری برنامه‌ریزی فرهنگی را مورد بحث و بررسی قرار داده‌اند. از مطالعات دیگر در این گروه می‌توان به اشتریان (۱۳۸۹)، اجلالی (۱۳۷۹)، کاظمی و حاجی‌حسینی (۱۳۹۵) و آشنا و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد. نهایتاً، گروه آخر شامل مطالعاتی است که مقوله‌ی سیاست‌گذاری فرهنگی را با رویکرد دینی و با رویکرد اسلامی مورد بحث قرار داده‌اند که مطالعات جمشیدی (۱۳۹۳)، همایون و فروزان (۱۳۸۸)، خندان و طیبی (۱۳۸۸)، باقری‌فرد و همکاران (۱۳۹۴) و پیروزمند (۱۳۸۹) از جمله‌ی آن است.

در مجموع نکاتی از مرور پژوهش‌های فوق قابل دریافت است که عبارتند از:

اولاً، غالب مطالعات موجود که به برخی از آن‌ها اشاره گردید، مقوله‌ی سیاست‌گذاری در عرصه‌ی فرهنگ را صرفاً با رویکرد فرهنگی مورد بحث قرار داده‌اند و لذا از این جهت خلاء پژوهشی وجود دارد.

ثانیاً، آن دسته از مطالعاتی که با رویکرد اقتصادی، سیاست‌گذاری دولت در عرصه‌ی فرهنگ را مورد بررسی قرار داده‌اند، یا مانند آنچه در مطالعات دسته‌ی اول بدان اشاره گردید، به صورت مستقیم به تبیین موضوع نپرداخته‌اند و یا مانند مطالعات دسته‌ی سوم، جامع و مبسوط نیستند.

ثالثاً، در کشور ما بدلیل اعتقاد حاکمیّت و ملّت به مبانی و اصول اسلامی، مطالعه‌ی چگونگی سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ بر اساس رویکرد اسلامی ضرورتی انکارناپذیر است.

رابعاً، با مقایسه‌ی اصول کلی سیاست‌گذاری دولت متعارف و دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ، نقاط اشتراک و افتراق قابل استخراج خواهند بود.

بر اساس آنچه در چهار مورد فوق بیان گردید، پژوهش حاضر از جهت موضوعی و محتوایی از نوآوری برخوردار است.

---

1 Peacock & Rizzo

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۲. چارچوب نظری پژوهش

در این بخش، ابتدا مفاهیم اصلی تحقیق یعنی اقتصاد فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی و دولت دینی مطالعه شده‌اند و سپس با بررسی رویکردهای دولت‌ها به سیاست‌گذاری فرهنگی و سیاست‌گذاری دولت‌ها در اقتصاد فرهنگ، زمینه‌ی نقد و بررسی سیاست گذاری دولت غیردینی و تبیین اصول دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ فراهم شده است.

۲-۱. اقتصاد فرهنگ

تامین منابع مالی به عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی تصمیم‌گیران حوزه‌ی فرهنگ مطرح بوده و هست. ترکیب مطالعه‌ی علم اقتصاد و فرهنگ جهت شناخت و بررسی عملکرد بنگاه‌ها و صنایع فرهنگی و هنری در راستای هدایتگری سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران عرصه‌ی فرهنگ، اقتصاد فرهنگ را تشکیل می‌دهد. اندرسون[1] (۱۹۷۴) و پیکارد[2] (۱۹۹۰) اقتصاد فرهنگ را بررسی چگونگی تأمین خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان کالاهای فرهنگی، تماشاگران، تبلیغ‌کنندگان و جامعه توسط فعالان فرهنگ با استفاده از منابع موجود می‌داند. تعریف آلباران[3] (۱۹۹۶) از اقتصاد فرهنگ مبتنی بر نحوه‌ی استفاده صنایع فرهنگی از منابع کمیاب تولید محتوا جهت تأمین خواسته‌ها و نیازهای متعدد می‌باشد. اقتصاد فرهنگ از نگاه تراسبی و ویکتور (۲۰۰۶) توصیف و تحلیل ویژگی‌های عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های متقابل آن‌ها در صنایع مختلف بخش فرهنگ است.

۲-۲. سیاست فرهنگی

با توجه به اینکه نمود نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد فرهنگ، مربوط به چگونگی سیاست‌گذاری فرهنگی است، لذا حوزه‌ی اقتصاد فرهنگ ارتباط عمیقی با سیاست فرهنگی پیدا می‌کند.

دخالت دولت در حوزه‌ی فرهنگ شامل دامنه‌ی وسیعی بوده و با شمار زیادی از افراد، گروه‌ها و بخش عمومی و خصوصی ارتباط می‌یابد (گری و هوگوسن[4]، ۲۰۰۴).

تعاریف متعددی برای سیاست فرهنگی ارائه شده است. طبق یک تعریف، به اصول مکتوب و غیرمکتوبی که برنامه‌ریزان جهت تغییر وضع موجود و دستیابی به اهداف مطلوب در بخش‌های مختلف فرهنگی تدوین کرده و مدیران آن را به اجرا در می‌آورند، سیاست فرهنگی اطلاق می‌شود (صالحی امیری و عظیمی دولت آبادی، ۱۳۸۸). در تعریفی دیگر، فراهم‌سازی تسهیلات لازم در

1 Anderson
2 Picard
3 Albarran
4 Gray and Hugoson

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

بستری اجتماعی برای آحاد جامعه جهت کشف میراث گذشته و ظرفیت‌های حال را سیاست فرهنگی می‌نامند (ماندی[1]، ۲۰۰۰). همچنین بر اساس تعریفی دیگر، سیاست فرهنگی را اقداماتی عامدانه و از پیش طراحی شده که توسط نهادهایی چون دولت، بازار یا جامعه‌ی مدنی در جهت تولید، توزیع و اشاعه‌ی محصولات فرهنگی انجام می‌پذیرد، معرفی می‌کنند (مک گوییان[2]، ۲۰۱۰). به طور خلاصه می‌توان بیان داشت، سیاست فرهنگی، همان اصول و اولویت‌های لازم‌الاجرا، برگرفته از آرمان‌ها و اعتقادات و منطبق بر قانون اساسی کشور است که مورد توافق مسئولین و متصدیان امور فرهنگی بوده و راهنما و روشنگر کارگزاران فرهنگی است. لازم به ذکر است، چنین سیاست‌هایی باید مبتنی بر ظرفیت‌ها و امکانات بوده و ناظر بر تجربیات و واقعیات باشد.

۲-۲-۱. رویکردهای دولت‌ها به سیاست‌گذاری فرهنگی

دولت‌ها دارای رویکردهای متفاوتی در سیاست‌گذاری و دخالت در عرصه‌ی فرهنگ هستند که از جمله‌ی آن می‌توان به رویکرد وفادارانه، اقتضایی، حمایتی، نظارتی، خنثی و بازدارنده اشاره کرد. در اینجا به طور اختصار به معرفی رویکردهای مذکور پرداخته می‌شود:

در رویکرد وفادارانه، دولت خود را موظف به اجرای کامل اهداف فرهنگی تعیین شده می‌داند. در این رویکرد، دولت تامین مالی و تصدی‌گری در کلیه‌ی امور فرهنگی را در حدّ وسع و توان بر عهده می‌گیرد. در رویکرد اقتضایی، میزان دخالت دولت در امور فرهنگی تابع اقتضائات و شرایط می‌باشد و لزوماً دولت در تمامی امور فرهنگی ورود پیدا نکرده، بلکه تنها در اموری دخالت می‌کند که به دلایلی دارای متصدّی مشخّصی نباشد (مختاریان‌پور، ۱۳۹۱). رویکرد حمایتی، شامل پشتیبانی و حمایت دولت از نهادهای فرهنگی در جهت اعتلای ارزش‌های فرهنگی در جامعه بوده و از طریق اتخاذ خط مشی‌های ویژه برای اعمال رفتار حاکمیتی خود می‌باشد (حسینی، ۱۳۸۴). در رویکرد نظارتی، دولت، وظیفه‌ی خود را تا سطح نظارت تقلیل داده و پس از ترسیم چارچوب‌های مطلوب فرهنگی، ناظر حُسن اجرای سیاست‌ها می‌باشد (صدیق سروستانی و زائری، ۱۳۸۸). تضمین آزادی‌های فردی و حقوق معنوی آفرینندگان آثار هنری از طریق قانون‌گذاری، معرف رویکرد ضمانتی می‌باشد (غلام‌پور آهنگر، ۱۳۸۶). در رویکر خنثی که دخالت حداقلی در امور فرهنگی نیز نامیده می‌شود، نهادهای فرهنگی مستقل مردمی، ایفاگر نقش اصلی در توسعه‌ی فرهنگی هستند (مختاریان‌پور، ۱۳۹۱). همچنین می‌توان وضعیّتی را متصوّر شد که عملکرد دولت به جهت

1 Mundy
2 Mc Guigan

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

تصدّی‌گری و سیاست‌گذاری، موجب تضعیف نهادهای فرهنگی و خصوصاً مجموعه‌های خودجوش گردد، که از تحت عنوان رویکرد بازدارنده یاد می‌شود (حسینی، ۱۳۸۴).

۲-۲-۲. مبانی اعتقادی موثّر بر سیاست‌گذاری فرهنگی

جهت پی‌ریزی الگویی برای سیاست‌گذاری فرهنگی، در وهله‌ی نخست باید امکان و حدود دخالت حکومت در فرهنگ را به عنوان مسئله‌ای بنیادین در نسبت با تلقّی ما از حکومت و فرهنگ مشخّص کرد. بنابراین، برخورداری از یک نظریه‌ی حکومتی و یک نظریه‌ی فرهنگی از لوازم ارائه‌ی نظریه در سیاست‌گذاری فرهنگی است و این مهم در آموزه‌های اسلامی و نظرات اندیشمندان مسلمان نیز قابل پیگیری است (ن.ک: جمشیدی، ۱۳۹۳). به بیان دیگر، بایستی به‌منظور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی، مفروضات متعددی پیرامون معنای انسان، طبیعت، جامعه، تاریخ و بسیاری مقولات دیگر به یکدیگر پیوند زده شود تا بتوان مبتنی بر آن، مجموعه‌ای نظری برای معنابخشی و انسجام نظام برنامه‌ریزی و سیاست فرهنگی فراهم آورد (فاضلی و قلیچ، ۱۳۹۲). شاید بتوان مرکزیّت این پیش‌فرض‌ها را در مسائل انسان‌شناسی فلسفی دید. از آن‌جا که هر سیاست فرهنگی، مستخرج از مجموعه بینش‌ها و ارزش‌ها درباره‌ی انسان است، لذا برای رسیدن به فرآیند سیاست‌گذاری و دستیابی به مجموعه‌ای از سیاست‌ها، بایستی نوع نگاه خویش به انسان را مشخص کنیم. (ن.ک: آشنا و همکاران: ۱۳۹۷)

در نگاه رهبر کبیر انقلاب اسلامی، امام خمینی (ره)، توحید و معنویّت به عنوان عنصر اصلی گفتمان فرهنگی، ارزش‌های منحصربه‌فردی را در فرهنگ سیاسی ایجاد می‌کند (اشتریان، ۱۳۸۹). همچنین بر اساس منویّات مقام معظّم رهبری (مدّظلّه‌العالی) نیز عدالت و معنویّت با مفهوم عقلانیّت کامل خواهد شد. ایشان، معنویّت را روح و اساس کار، عقلانیّت را مهم‌ترین ابزار کار و عدالت را هدف و مسئله‌ی اصلی می‌دانند (خامنه‌ای، ۱۳۸۳).

به‌کارگیری حداکثری نظام انگیزشی مبتنی بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در عرصه‌هایی چون مصرف، تولید، نیروی کار و خصوصاً بخش دولت، پیش‌نیاز و راهکار اساسی تحقق حداکثری مکتب اقتصاد فرهنگ مبتنی بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت است (عرب بافرانی و همکاران، ۱۳۹۸).

۲-۳. دولت دینی

در تعریف حکومت دینی حداقل ممکن است سه معنا از حکومت دینی اراده شود: ۱- حکومتی که تمام ارکان آن بر اساس دین شکل گرفته باشد. ۲- حکومتی که در آن احکام دینی رعایت می‌شود.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۳- حکومت دینداران و متدیّنان (مصباح یزدی، ۱۳۷۷). در نوع اوّل، حکومت دینی، حکومتی است که علاوه بر اینکه همه قوانین و دستورات اجرایی آن مستخرج از احکام دینی است، مجریان آن نیز مستقیماً از سوی خداوند و یا به اذن خاص یا عام معصوم (ع) نصب می‌شوند. در معنای دوّم، صرف رعایت احکام دین در حکومت شخصی یا گروهی کفایت کرده و لزوم نصب حاکم از جانب خداوند وجود ندارد. نهایتاً در معنای سوّم، صرف ارتباط حکومت با افراد دین‌دار و متدیّن کفایت کرده و رعایت قوانین اسلامی و دینی لازم نیست (فلاح سلوکلایی، ۱۳۹۰). بنا به تعاریف فوق، حکومت (دولت) اسلامی، حکومتی دینی است که در آن مدیریت جامعه مطابق با دستورات و قوانین اسلام بوده و ارزش‌ها و اصول منبعث از دین مبین اسلام می‌باشند. چنین حکومت و دولتی، دارای مشروعیت الهی بوده و ولایت حاکم اسلامی در آن، نشات گرفته از ولایت خداوند است.

با توجه به اینکه فلسفه‌ی حکومت اسلامی، پیاده‌سازی شریعت اسلام، تحقق نظام‌های اسلامی جهت دستیابی به اهداف مورد نظر اسلام (مصالح فرد و جامعه اسلامی) و تامین سعادت حقیقی فرد و جامعه است، لذا می‌توان مسئولیت دولت اسلامی را بسترسازی مناسب جهت دستیابی به اهداف والای فوق دانست. مردم نیز می‌توانند با اطاعت، مشارکت، نقد و حرکت اصلاحی، یاریگر دولت در اجرای وظایف محوله باشند.

بر این اساس، دولت اسلامی در حوزه‌ی اقتصاد وظایفی را بر عهده دارد که شامل ارائه‌ی طرح عملی نظام اقتصادی اسلام و مهندسی آن در جامعه، قانون‌گذاری و تدوین آئین‌نامه‌های اجرایی، تعیین اهداف عملیاتی در هر دوره و تعیین اولویت‌ها، برنامه ریزی و هدایت فعالیت‌های اقتصادی به سوی اهداف مورد نظر و نظارت بر حُسن اجرا و مجازات متخلفان می‌باشد. همچنین، مدیریت تولید کالاهایی را که بخش خصوصی، انگیزه یا توان لازم برای تولید آن‌ها را ندارد یا تولید آن‌ها به وسیله‌ی بخش خصوصی مغایر با مصالح جامعه است، بر عهده‌ی دولت اسلامی می‌باشد. با توجّه به این وظایف، نمی‌توان اندازه‌ی ثابت و معیّنی را برای دولت اسلامی در نظر گرفت. اندازه‌ی دولت با تغییر شرایط و مصالح متغیر خواهد بود (میرمعزی، ۱۳۸۴).

تمایز هویّت دولت اسلامی و دولت غیردینی را باید در ماهیّت الگوی توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و برنامه‌های بلندمدّت و کوتاه‌مدّت تحقّق این الگو جستجو کرد (آقانظری، ۱۳۹۰).

۲-۳-۱. انواع نظریّات پیرامون مداخله‌ی دولت در فرهنگ

دو نظریه‌ی اصلی پیرامون مرکزیّت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در حوزه‌ی فرهنگ، وجود دارد. مبنای نظریه‌ی اوّل، عدم دخالت نهاد دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی و مبنای نظریه‌ی دوّم، ایفای نقش مؤثّر دولت و حضور آن در سطح مدیریت مسائل فرهنگی است. (رشیدی و دانش‌فرد، ۱۳۹۵)

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۲-۳-۱-۱. نظریه‌ی عدم دخالت دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی

تفکّر عدم دخالت دولت در تنظیم مسائل اجتماعی همچون فرهنگ، از یک پیشینه‌ی تاریخی برخوردار بوده و ریشه در فلسفه حاکمیّت مادّه‌گرایی و نظام سرمایه‌داری دارد. بر اساس این نظریه، دخالت دولت در امور فرهنگی به هر میزان (ولو محدود و ناچیز) که باشد مضر، در تضاد با آزادی تفکّر و بیان انسان‌ها و به عنوان مانعی جدّی در مقابل آزاد اندیشی قلمداد می‌گردد. اصولاً اصالت سرمایه محور اصلی ساختار سیاسی، فرهنگی و اقتصادی نظام‌های غربی بوده و برنامه‌ی رشد و توسعه‌ی این کشورها در تمامی ابعاد از جمله برنامه‌ریزی فرهنگی، براساس قوانین و ابزارهای تضمین‌کننده‌ی سود سرمایه تنظیم می‌گردد. (عصاریان‌نژاد و علوی، ۱۳۹۱).

۲-۳-۱-۲. نظریه‌ی محوریّت دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی

نظریه‌ای که مبتنی بر نقش محوری دولت در سطح توسعه و کلان برنامه‌ریز ی فرهنگی است، دولت را به عنوان مرکزیّت نظام اجتماعی مبتنی بر بنیان دینی و به طور مشخّص، دین اسلام مطرح می‌سازد. از دیدگاه نظریه‌ی فوق، فلسفه‌ی تشکیل دولت و حکومت، وضع قوانین جهت حفظ پیشرفت اجتماع و جلوگیری از هرج و مرج می‌باشد. این امر در حوزه‌ی مسائل فرهنگی نیز مصداق دارد. بنابراین، دولت نه‌تنها متولّی تکامل فرهنگ، بلکه سرپرست رشد و تکامل تمامی ابعاد اجتماعی حیات بشری است و به همین دلیل، اصولاً برنامه‌ریزی‌های فرهنگی مستقل از تأثیرات دولت معنادار نبوده، بلکه به دلیل جایگاه ولایی و هدایتی خاصّی که برای دولت ترسیم می‌شود، حوزه‌ی فرهنگ و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی به نحو گسترده‌ای تحت تأثیر این نهاد اجتماعی قرار دارد (قانع و همکاران، ۱۳۹۸).

۲-۳-۲. سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ

در نظر گرفتن روابط پیچیده‌ی میان فرهنگ و اقتصاد در سیاست‌گذاری اقتصادی بسیار مهم است. سیاست‌گذار اگر به ارتباط میان فرهنگ و نهادها توجه نداشته باشد؛ اولاً، این‌ها را دو حوزه جدا در نظر می‌گیرد و از آثار آن‌ها بر هم غافل می‌ماند. لذا نمی‌تواند تحلیل درستی از وضع موجود جامعه ارائه دهد. در ثانی، در ترسیم شرایط مطلوب و دستیابی به اهداف خود ناکام می‌ماند، چراکه تلاش می‌کند از طریق سیاست‌های به ادعا جهان‌شمول به اهداف خود دست یابد در حالی که با مشکلات مربوط به اثر پیوند و عناصر وابستگی به مسیر و قدرت مواجه می‌شود (خیری دوست لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۹)

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

نئوکلاسیک‌ها حضور دولت در بخش های اقتصادی، از جمله بخش فرهنگ و هنر را به سه دلیل زیر موجّه می‌دانند:

۱- ارائه‌ی تصمیمات اقتصادی مناسب در هر بخش که از یک سو، با اصل حاکمیّت مصرف‌کننده و ضوابط مبتنی بر آن مطابقت داشته باشد و از سوی دیگر، با اهداف از پیش اعلام شده‌ی دولت در آن بخش سازگار باشد.

۲- ارزیابی سیاست‌های موجود در هر بخش به جهت قابلیّت عملی آن در تامین اهداف دولت

۳- شناسایی عوامل موثّر بر انتخاب سیاست‌های موجود در هر بخش؛ از نظر میزان حضور و نفوذ گروه‌ها و عناصر ذینفع در این سیاست‌ها (شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۷۹).

دولت‌ها عموماً با استفاده از «سیاست تنظیم بازار» و «سیاست مالی» به ایفای نقش در همه‌ی بخش‌ها می‌پردازند و بخش فرهنگ و هنر نیز از این قاعده مستثنی نیست. تاثیر بر رفتار مصرفی و تولیدی واحدهای اقتصادی خصوصی فرهنگی و هنری با بهره‌گیری از ابزارهای مشوّق و یا محدودکننده مانند قانون حقّ مولّف، چارچوب کلی سیاست تنظیم بازار را تشکیل می‌دهد. سیاست مالی شامل دخالت دولت با استفاده از عرضه‌ی مستقیم کالاها و خدمات همچون تملّک و مدیریت موزه‌ها و ... و یا تخصیص یارانه‌های تولیدی و مصرفی به برخی از کالاها و خدمات فرهنگی جهت رونق‌بخشی به فعالیت واحدهای مزبور می‌باشد (شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۷۹).

برخی از نمونه‌های کمک به بخش فرهنگ و هنر که در همه‌ی کشورها متداول است، عبارت است از: در نظر گرفتن تخفیف و یا معافیت‌های مالیاتی برای هنرمندان و سازمان‌های هنری، تدوین قوانینی چون چگونگی پخش تلویزیونی محلی و مالکیت معنوی آثار، سرمایه‌گذاری در تربیت و آموزش نیروی کار بخش فرهنگ و هنر و ... (تراسبی، ۱۹۹۴)

در کشور ما به دلیل اینکه فرهنگ جنبه عمومی دارد، دولت خود موظف و متعهد به حضور در بخش فرهنگ می‌داند. دولت به چند شکل در ارتباط با کالاهایی که رسانه‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم تولید می‌کنند، به ایفای نقش می‌پردازد. تولید این کالاها یا با اطّلاع و نظارت دولت است، یا دولت به آن فعالیت‌ها مجوز می‌دهد، یا به تولید آن‌ها کمک می‌کند و یا خود، آن‌ها را تولید و توزیع می‌کند. این حضور فقط به بخش تولید منحصر نیست و در بخش توزیع هم کم و بیش وجود دارد. حضور دولت در بازار کالاهای رسانه‌ای به دلیل عمومی بودن کالاهای فرهنگی، یا وجود آثار خارجی در بازار، این حق را برای دولت ایجاد می‌کند که به طریقی در بازار آن‌ها دخالت داشته باشد. این دخالت باعث می‌شود که در تجزیه و تحلیل بازار کالاهای رسانه‌ای، نقش و تاثیر سیاست‌های آن مورد توجه واقع شده وسیاست‌ها و رفتار دولت نیز به عنوان یکی از بازیگران اصلی بازار محصولات رسانه‌ای مهم و تعیین کننده باشد (موسائی، ۱۳۹۰).

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

با توجه به آنچه بیان گردید، دولت‌ها با سیاست‌گذارهای صحیح، همسو و عادلانه قادر به افزایش رفاه اقتصادی جامعه خواهند بود. در این میان، بایستی مراقبت زیادی به عمل آید تا اهداف فرهنگی و اجتماعی فدای اهداف اقتصادی صرف نگردد. از سوی دیگر، توجه دولت به پیامدهای سیاست‌های وضع شده، مسئله‌ی بسیار مهمی است که ضرورت پیگیری و بازخوردگیری مستمر در این بخش را آشکار می‌سازد.

۳. روش شناسی پژوهش

روش این تحقیق برای پاسخگویی به سوال‌های پژوهشی مورد نظر، روش تحلیل محتوای کیفی است. روش تحلیل محتوا یکی از روش‌های تحقیقی است که از گذشته‌ای نسبتاً دور مورد استفاده قرار گرفته و امروزه در علوم اجتماعی و خارج از آن، کاربرد فراوانی یافته است. این روش در ساده‌ترین شکل، به بیرون کشیدن مفاهیم مورد نیاز پژوهش از متن مورد مطالعه می پردازد؛ مفاهیمی که در قالب مقولاتی منظّم، سامان می‌یابند. روش تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده است که با تحلیل پیام‌های زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها، شیوه‌های درک و سازمان‌یافتگی جهان دست یافت (تبریزی، ۱۳۹۳). همچنین تحلیل محتوای کیفی استفاده شده در این پژوهش، از نوع استقرایی است. از این روش زمانی استفاده می‌شود که اطّلاعات کافی درباره‌ی یک پدیده وجود ندارد و محقّق می‌خواهد دانش زمینه‌ای لازم را در این خصوص فراهم کند؛ بنابراین محقّق با رجوع به داده‌های مورد مطالعه، به تدریج آن‌ها را خلاصه می‌کند تا در نهایت به اصلی‌ترین مفاهیم و مضامین مرتبط با موضوع تحقیق دست پیدا کند؛ لذا تحلیل محتوای کیفی استقرایی از داده‌های متنی پراکنده حرکت می‌کند و با بیرون کشیدن مفاهیم مستتر در آن، به تدریج به سطوح انتزاعی‌تر از متن دست پیدا می‌کند.

در پژوهش حاضر، ابتدا، برخی نظریات پیرامون سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ متعارف مورد واکاوی قرار گرفته است. در ادامه، هریک از نظریات مزبور با رویکرد اسلامی مورد نقد و بررسی واقع شده و راهبردهای نظری و عملی سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ از منظر دولت غیردینی و دولت اسلامی مقایسه گردیده است.

دلایل انتخاب متون موردنظر در این پژوهش، موارد ذیل می‌باشد:

۱- این متون، مربوط به سیاست فرهنگی است.

۲- متون مزبور، مربوط به سیاست فرهنگی معطوف به اقتصاد فرهنگ است.

۳- طبق تعریف، متون مورد استفاده، علمی است و نه ژورنالیستی.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

پس از انتخاب متون موردنظر، برای تحلیل محتوای آن، قطعه‌ای از متن انتخاب شده و پس از تجزیه‌ی کامل، مضامین موجود در آن –متناسب با موضوع موردنظر- استخراج می‌گردند که اصطلاحاً به آن «کدگذاری باز» گفته می‌شود. هریک از مضامین برای سهولت ارجاع و شناخت و پرهیز از تکرار، با یک نشانگر منحصربه‌فرد مشخص می‌گردند. در این پژوهش از مدل ذیل برای کدگذاری استفاده شده است:

P_1: نشان‌دهنده‌ی «نکته کلیدی» است.

A, B, C, D, …, J بیانگر هریک از گزاره‌های انتخابی موردنظر است که مورد بررسی قرار گرفته است.

1, 2, 3, … بیانگر شماره‌ی نکته‌ی کلیدی است؛ به طور مثال «PA1» نشانگر نکته‌ی کلیدی اول از گزاره‌ی A است.

جدول ۱: کدگذاری باز و محوری بر اساس متون منتخب پژوهش

کد گزاره	گزاره	کدهای باز	کدهای محوری
A	سیاست کاهش یا تثبیت قیمت بیشتر محصولات فرهنگی و هنری با اعطای یارانه با این هدف که طبقات کم درآمد به این محصولات دسترسی بیشتری پیدا کنند، تقریباً اثربخش نبوده است؛ چراکه بدلیل زمان‌بر بودن مصرف محصولات فوق، آنچه مانع مصرف افراد کم‌درآمد می‌شود، عمدتاً هزینه‌ی فرصت مربوط به وقت لازم برای مصرف آن‌هاست و نه قیمت محصول (شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۷۹).	عدم اثربخشی اعطای یارانه به طبقات کم‌درآمد جهت دسترسی بیشتر (PA1)/ زمان‌بر بودن مصرف محصولات فرهنگی و هنری (PA2)/ تاثیر هزینه فرصت در مصرف پائین افراد کم‌درآمد (PA3)	تاثیر هزینه‌ی فرصت در مصرف (PA)
B	امروزه با توجه به افزایش چشمگیر نقش دولت در توزیع رفاه، هنرمندان و تولیدکنندگان آثار فرهنگی و هنری و هنرمندان با هدف دریافت عادلانه‌ی سهم بخش فرهنگ و هنر و عدم تصاحب بیشتر امکانات عمومی و امتیازات توسط سایر بخش‌ها، بر حمایت مادی و معنوی دولت از این بخش تاکید می‌کنند (شورای فرهنگ عمومی،	نقش موثّر دولت در توزیع رفاه (PB1)/ جلوگیری دولت از تصاحب بیشتر امکانات عمومی و امتیازات توسط سایر بخش‌ها (PB2)/ توزیع عادلانه سهم بخش فرهنگ و هنر توسط	عدالت در توزیع یارانه‌ها (PB)

۱ مخفف کلمه‌ی Point

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

	۱۳۷۹).	دولت (PB3) / تامین منافع هنرهای جاافتاده و شرکت‌های بزرگ (PB4)/ منتفع شدن مخاطبین هنرهای خاص یک گروه اقلیت و غالباً از طبقات پایین (PB5)/ منتفع شدن اهالی مناطق بزرگ (PB6)	
	با بررسی الگوی مخارج دولت‌ها در بخش فرهنگ و هنر، می‌توان به نتایج مهمی دست یافت. برای نمونه، الگوی مزبور در بریتانیا نشان می‌دهد این الگو ۱- غالباً منافع هنرهای جاافتاده و شرکت‌های بزرگ را تامین نموده است؛ ۲- بیشتر به نفع مخاطبین هنرهای خاص یک گروه اقلیت است. تنها بخش کوچکی از این گروه را طبقات اجتماعی اقتصادی پایین تشکیل می‌دهند؛ و ۳- بیشتر به نفع اهالی منطقه‌ی لندن بزرگ است (تنها ۲۰ درصد از جمعیت بریتانیا در لندن زندگی می کنند). بر اساس داده‌های موجود، یارانه نه به هدف افزایش دسترسی اجتماعی یا منطقه‌ای (برابری افقی) دست یافته و نه قیمت‌ها را پایین نگه داشته است. (پیکاک و ریزو، ۱۹۹۸)		
C	مهم‌ترین وظیفه‌ی دولت، قانون‌گذاری و ایجاد محیط‌های اقتصادی، حقوقی و نیز نظام‌های انگیزشی جهت همسوسازی اهداف اقتصادی فردی با حداکثرسازی رفاه اقتصادی کل است. در صورت عدم وجود این همسویی، مفهوم «خطا در ترکیب» مطرح می‌گردد. در صورت ایجاد این واگرایی ناشی از سیاست‌های دولت، منابع اقتصادی کمیاب به درستی تخصیص داده نخواهد شد. از جمله موارد خطا در ترکیب در صنایع فرهنگی، وجود مضامین رسانه‌ای مبین خشونت و سکس است که علیرغم سودآوری اقتصادی، ولی با تبعات نامطلوب اجتماعی همراه است (پیغامی، ۱۳۹۳).	قانون‌گذاری و ایجاد محیط‌های اقتصادی، حقوقی و نیز نظام‌های انگیزشی (PC1)/ عدم هم‌سویی منافع فردی و اجتماعی (PC2)	هم‌سویی منافع فردی و اجتماعی (PC)
D	فراهم‌سازی زمینه‌ی رقابت حداکثری از طریق مبارزه با انحصار و جلوگیری از ادغام شرکت‌های فرهنگی، موجب ارتقای سطح بازدهی و عدم تحمیل قیمت‌های بالا به مصرف‌کنندگان خواهد بود (اینرسون، ۲۰۱۶).	مبارزه با انحصار (PD1)/ جلوگیری از ادغام شرکت‌های فرهنگی (PD2)	رقابتی‌تر کردن اقتصاد (PD)
E	سیاست فرهنگی از نظر یونسکو باید دارای پنج هدف اصلی سازگاری با روند توسعه، تشویق	سازگاری با روند توسعه (PE1)/ تشویق خلاقیت و	اهداف سیاست‌های

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

	خلاقیت و مشارکت عمومی در زندگی فرهنگی، تقویت صنعت فرهنگی و توجه به جنبه ی اقتصادی فرهنگ، قدرت حفظ تنوع فرهنگی و اختصاص بیشتر دارایی‌ها و منابع انسانی به امور فرهنگی باشد (اینرسون، ۲۰۱۶).	مشارکت عمومی در زندگی فرهنگی (PE2)/ تقویت صنعت فرهنگی و توجه به جنبه‌ی اقتصادی فرهنگ (PE3)/ قدرت حفظ تنوع فرهنگی (PE4)/ اختصاص بیشتر دارایی‌ها و منابع انسانی به امور فرهنگی (PE5)	فرهنگی (PE)
F	هدف تنظیم‌کنندگان بازار لزوماً تامین منفعت عمومی نبوده و تولیدکنندگان نیز در برابر آن‌ها منفعل و بی اختیار نیستند. در همین راستا، استیگلر در چارچوب نظریه دخیل کردن، تندترین تفسیر را درباره‌ی فرایند تنظیم بازار ارائه کرده است که بر اساس آن، سیاست تنظیم بازار به نفع کسانی است که هدف این سیاست قرار گرفته‌اند (پیکاک و ریزو، ۱۹۹۸).	عدم توجه تنظیم‌کنندگان بازار به منفعت عمومی (PF1))/ عدم انفعال تولیدکنندگان در برابر تنظیم‌کنندگان بازار (PF2)/ دخالت سیاست در تنظیم بازار (PF3)	توجه به منافع عمومی (PF)
G	تصمیم‌گیران عرصه‌ی فرهنگ نباید از میان سیاستمدارانی باشند که امتیازاتی را برای حزب و گروه خود قائل می‌شوند، بلکه سیاست‌گذاری‌ها باید به متخصصین در این زمینه واگذار گردد (اصل طول بازو) (اینرسون، ۲۰۱۶).	عدم انتخاب تصمیم‌گیران عرصه‌ی فرهنگ از میان سیاستمداران حزبی (PG1)/ واگذاری سیاستگذاری‌ها به متخصصین (PG2)	تخصص‌گرایی در انتخاب تصمیم‌گیران (PG)
H	سه شرط را می‌توان برای پرداخت یارانه‌های هنری آن متصور شد. اول آن‌که، دوره‌ی تعلق یارانه محدود باشد. بر این اساس، پرداخت یارانه را می‌توان تجدید کرد، اما به شرط آن‌که، هزینه‌ی فرصت پشتیبانی از دیگر سازمان‌های فرهنگی و هنری خیلی بالا نباشد. طبق شرط دوم، باید یارانه را به فعالیت‌های هنری تعلق گیرد، نه این‌که هر شرکت به یارانه‌ی دائمی دست یابد. شرط سوم، به حداقل رساندن آثار ضد انگیزشی و منفی یارانه است (پیکاک و ریزو، ۱۹۹۸).	دوره‌ی محدود تعلق، اختصاص به فعالیت و نه شرکت (PH1)/ به حداقل رساندن آثار ضد انگیزشی و منفی اعطای یارانه (PH2)	ضوابط اعطای یارانه‌ها (PH)
I	حمایت از بخش خصوصی در عرصه ی فرهنگ می	ایجاد فرصت تبلیغ یک برند	حمایت از

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

	تواند به صورت برخورداری از فرصت تبلیغ یک برند یا یک محصول انجام پذیرد (اینرسون، ۲۰۱۶).	یا یک محصول (PI1)	بخش خصوصی (PI)
J	فقدان اطلاعات و داده‌ها، دشواری ایجاد داده‌های قابل مقایسه میان کشورها و ارزیابی سیاست فرهنگی با معیار حداکثرسازی رفاه مانند دیگر بخش‌ها از جمله موانع سیاست‌های فرهنگی محسوب می‌شوند (اینرسون، ۲۰۱۶).	فقدان اطلاعات و داده‌ها (PJ1)/ دشواری ایجاد داده‌های قابل مقایسه میان کشورها (PJ2)/ ارزیابی سیاست فرهنگی با معیار حداکثرسازی رفاه (PJ3)	موانع سیاست‌های فرهنگی (PJ)

منبع: یافته‌های تحقیق

۴. تحلیل

۱- تحلیل گزاره‌ی A

بر اساس آنچه در این نظریه بدان تاکید شده و همچنین تجربیّات عینی موجود در جامعه‌ی ما که در مواردی مویّد این نظریه است، بایستی تدابیری اندیشیده شود که مصرف برخی محصولات فرهنگی و هنری در حین انجام شغل یا به عنوان بخشی از وظایف کاری شاغلین در نظر گرفته شود. در واقع این موضوع می‌تواند به عنوان پیوست فرهنگی مشاغل و در جهت حراست از حقوق معنوی نیروی کار در نظر گرفته شود.

بر اساس آموزه‌های اسلامی، یک فرد مسلمان کار می‌کند تا درآمد حاصل از آن را برای رشد جسمی و فکری (مادّی و معنوی) خود و خانواده به کار گیرد. در نتیجه، کارفرمایان در جامعه‌ی اسلامی بایستی زمانی را در حین ساعات کاری و یا به صورت مرخّصی‌های هدفمند جهت رشد فکری و معنوی افراد زیرمجموعه‌ی خود لحاظ کنند. این امر، علاوه بر رشد فکری و معنوی فرد و خانواده‌ی او، به جهت ارضای نیازهای فرهنگی فرد در قالب غنی‌سازی اوقات فراغت، تاثیر مستقیمی در بازدهی کاری او خواهد داشت. به عنوان مثال، مدیر یک اداره می‌تواند زمانی از ساعات کاری را به مطالعه‌ی کتب ارزشمند توسّط کارمندان اختصاص دهد و یا کارگران یک کارخانه می‌توانند در ساعات غیرکاری (به عنوان اضافه کار)، فیلم ارزشمندی را تماشا کنند.

البته اگر این فرض که مصرف پایین محصولات فرهنگی و هنری توسط افراد کم‌درآمد، بیشتر مربوط به هزینه‌ی فرصت در اختصاص وقت لازم برای مصرف آن محصولات و خدمات است صحیح

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

باشد، آنگاه می‌توان بسیاری از محصولات فرهنگی و هنری را نه به صورت رایگان، بلکه با دریافت هزینه ولی با اختصاص یک زمان خالی به کارکنان یک مجموعه اختصاص داد.
همچنین، اگر مصرف کم افراد کم‌درآمد به دلیل قیمت بالای محصولات فرهنگی و هنری در نظر گرفته شود، آنگاه ارائه بن‌های تخفیف و یارانه‌های هدفمند ویژه‌ی کالاها و خدمات فرهنگی و هنری ارزشمند، بسیار موثّر واقع خواهد شد. مثلاً مسئول یک شرکت خصوصی می‌تواند بلیط سینما جهت تماشای یک فیلم ارزشی به صورت رایگان و یا با تخفیف در اختیار کارکنان خود قرار دهد.

۲- تحلیل گزاره‌ی B

اولاً: اگر دولت اسلامی اولویت‌های تخصیص یارانه و ... در بخش فرهنگ را بطور دقیق مشخّص نموده و در اجرای آن کاملاً منطبق بر قانون و عدالت عمل کند، دیگر سهم خواهی‌ها و رقابت‌های ناسالم برای تصاحب امتیازات و اعتبارات دولتی معنا نخواهد داشت.

ثانیاً: چنانچه فرض استقرار دولت اسلامی کنار گذاشته شود، آنگاه هر قدر قدرت چانه‌زنی و نفوذ گروه‌های سیاسی بیشتر باشد، سهم بیشتری را در عرصه‌ی فرهنگ و هنر تصاحب خواهند کرد و این، هم برخلاف مصالح و اولویت‌های جامعه‌ی اسلامی خواهد بود و هم منجر به هرج و مرج و رقابت‌های ناسالم در اقتصاد فرهنگ می‌شود که با مبانی اخلاقی اقتصاد فرهنگ در جامعه‌ی اسلامی در تضاد است.

ثالثاً: سهم عادلانه‌ی بخش فرهنگ و هنر در جامعه‌ی اسلامی نباید گرفتنی، بلکه باید محفوظ باشد. چراکه اگر این سهم، گرفتنی شد، آنگاه عدّه‌ای با تعریفی که از کار فرهنگی دارند، قطعاً خود را مقدّم در دریافت امتیازات و اعتبارات می‌دانند. حال آن‌که، شاید مسئله‌ی مورد نظر آنان در نقشه‌ی جامع و سیاست‌های کلی اقتصاد فرهنگ در دولت اسلامی، جایگاه و یا اولویتی نداشته باشد.

با تحلیل الگوی مخارج هنری و میراث فرهنگی دولت بریتانیا روشن می‌گردد که در اقتصاد فرهنگ با رویکرد اسلامی بایستی به عدالتِ پیش از رقابت در عرصه‌ی فرهنگ و هنر توجه گردد. یعنی همه‌ی افراد جامعه به طور یکسان از امکانات فرهنگی و هنری بهره‌مند گردند و به عبارت بهتر، زمینه‌ی رشد یکسان فکری و معنوی افراد جامعه فراهم گردد. این مسئله مستلزم آن است که در مناطق مختلف جغرافیایی، نیازسنجی فرهنگی صورت گیرد. البته توجّه به این نکته ضروری است که فراهم‌سازی حدّاقل‌های ضروری رشد و تعالی فرهنگی برای عموم جامعه توسّط دولت اسلامی، امری غیرقابل چشم‌پوشی است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۳- تحلیل گزاره‌ی C

نمونه‌ای از این عدم هم‌سویی، تامین مالی و سرمایه‌گذاری بر روی مضامین سکس و خشونت در اقتصاد فرهنگ متعارف است.

بر اساس مبانی فکری اقتصاد فرهنگ مبتنی بر آموزه‌های اسلامی، یکی از مسئولیت‌های اصلی دولت اسلامی، تدوین مقررات و نظام انگیزشی جهت هم‌سوسازی منافع فردی و اجتماعی می‌باشد. نظام انگیزشی اقتصاد فرهنگ در جامعه‌ی اسلامی، مقوله‌ی بسیار حائز اهمیّتی است. این نظام انگیزشی شامل موارد مادّی و غیرمادّی می‌باشد. انگیزه‌های نشات گرفته از اعتقادات دینی و انقلابی افراد جامعه، چه بسا قوی‌تر و برانگیزاننده‌تر از انگیزه‌های مادّی باشد. یکی از نقاط قوّت اقتصاد فرهنگ مبتنی بر مبانی اسلامی، برخورداری از همین نظام انگیزشی قوی است که در اقتصاد فرهنگ متعارف یافت نمی‌شود. حضور جهادی و آتش به اختیار جوانان انقلابی در عرصه‌های مختلف فرهنگی، مثال روشنی در تایید این مدّعاست.

حال در این میان، دولت اسلامی بایستی اولاً، به معرّفی فرهنگ و هنر متعالی در قالب محصولات متنوّع جهت تحقّق مقدّمات شکل‌گیری نظام انگیزشی افراد مطابق با اهداف اسلام بپردازد. ثانیاً، مقررات و چارچوب‌های نهادی اقتصاد فرهنگ مطلوب اسلام را تدوین و ترسیم نماید. این‌که بتوان منافع شخصی را در جهت منافع عامّه مردم قرار داد، امری بسیار مهم و بلندمدّت بوده و نیازمند یک سلسه سیاست‌گذاری‌های دقیق و زمان‌بندی شده است.

۴- تحلیل گزاره‌ی D

ادغام شرکت‌های فرهنگی اگر به جهت کوچک کردن حجم دولت و چابک‌سازی آن صورت پذیرد و در ارتباط با شرکت‌های دولتی دارای هزینه‌ی بالا و بازدهی پایین باشد، قطعاً منافع این مسئله، عاید مصرف‌کنندگان شده و مطلوب اقتصاد فرهنگ مبتنی بر رویکرد اسلامی است. به نظر می‌رسد، کاهش قیمت تمام شده‌ی کالاها و محصولات فرهنگی و هنری در شرایط فعلی کشور، می‌تواند در افزایش سطح تقاضای محصولات فرهنگی و هنری بسیار تاثیرگذار باشد. در اقتصاد فرهنگ مبتنی بر مبانی اسلامی نیز چون عدالت توزیعی و افزایش دسترسی همگانی به کالاها و خدمات فرهنگی ارزشمند (طبق تعاریف و مبتنی بر اهداف تعریف شده) دارای اهمیّت فراوانی است، لذا باید به مسئله‌ی فوق توجّه اکید صورت گیرد. امّا چنانچه ادغام شرکت‌ها، زمینه‌ساز ایجاد انحصار گردد و نتایج نامطلوبی را به همراه آورد، پر واضح است که مخالف مبانی اقتصاد فرهنگ مطلوب اسلام عمل شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۵- تحلیل گزاره‌ی F و G

نظریه اول حاوی درس مهمی جهت تحلیل موضوعات مبتنی بر مبانی اسلامی است.

از آنجا که از طرفی مسائل فرهنگی، مسائلی هستند که شکل‌گیری، اصلاحات و تغییرات آن، بلندمدت می‌باشند و از طرف دیگر طبق نظر اسلام، فرهنگ به عنوان زیربنا مطرح بوده و عامل مهمی در تعیین سرنوشت ملت‌ها در نظر گرفته می‌شود؛ در نتیجه نباید این عرصه، بازیچه‌ی سیاست‌بازانی قرار گرفته که سیاستگذاری‌هایشان مبتنی بر منافع حزبی و جناحی است. به بیان دیگر، سیاست‌های اقتصاد فرهنگ در دولت اسلامی، بایستی باثبات و بر اساس اولویت‌های بلندمدت اسلام و انقلاب تعریف و تدوین گردد و این مهم، مستلزم آن است که بخش قابل توجّهی از عرصه‌ی تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری در فرهنگ، خارج از دولت‌ها شکل گرفته (مشارکت عمومی در فرآیند تصمیم‌سازی) و یا حداقل مجموعه‌ای بالادستی، کار نظارت بر یک یک این سیاست‌ها را عهده‌دار شود.

دلیل ضرورت تصمیم‌سازی های فرهنگی خارج از دولت، بیم آن است که دولت‌ها بعضاً اولویت‌های نظام اسلامی را فدای اولویت‌های حزبی و جناحی خود کنند و الّا، دولت به معنای واقعی کلمه اسلامی، قطعاً از این منفعت‌طلبی‌ها مبرّاست. در نتیجه، مسئله‌ی دخالت دولت در اقتصاد فرهنگ و میزان این دخالت بر اساس مبانی اسلامی، کاملاً وابسته به نوع دولت سر کار است.

بر اساس تحلیل نظریه اینرسون، در اقتصاد فرهنگ مطلوب اسلام، ملاک عمل در تصمیم‌سازی‌ها، اهداف و اصول تعریف شده خواهد بود و همان‌طور که پیشتر نیز بیان گردید، متخصّصین عرصه‌ی اقتصاد و فرهنگ و معتقد به مبانی اسلامی و انقلابی می‌توانند بهترین سیاست‌گذاران در این عرصه در نظر گرفته شوند.

۶- تحلیل گزاره‌ی H

در اقتصاد فرهنگ مبتنی بر مبانی و اصول اسلامی، دولت باید با توجّه به میزان امکانات موجود، ذائقه‌ی مخاطبین و اولویت‌ها و اهداف کلان مورد نظر اسلام، اقدام به تخصیص یارانه‌های فرهنگی نماید. بررسی میزان تاثیر و نفوذ یک محصول فرهنگی در جامعه، می‌تواند یک شاخص خوب در اولویت‌یابی اعطای یارانه‌های فرهنگی در نظر گرفته شود.

از طرفی، نبایستی اعتبارات و یارانه‌های فرهنگی به صورت دائمی و تنها مختصّ شرکت‌های بزرگ باشد. چراکه اتّفاقاً مشاهدات میدانی حاکی از آن است که طلایه‌داران تحقّق اقتصاد فرهنگ با رویکرد اسلامی، جوانان مومن و انقلابی هستند و در نتیجه، حمایت‌ها هم باید بیشتر و در وهله‌ی اول به این گروه اختصاص یابد، چراکه اولاً، این گروه از انگیزه‌ی معنوی بیشتری برخوردار هستند و

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

این موضوع احتمال آثار ضدّ انگیزشی و منفی تعلّق یارانه‌ها را به حدّاقل می رساند و ثانیاً، این جوانان سرعت تحقّق اقتصاد فرهنگ مبتنی بر مبانی اسلامی را با توجّه به اهداف والای خود، شتاب می‌بخشند.

۷- تحلیل گزاره‌ی I

لازم به توضیح است که در اقتصاد فرهنگ مطلوب اسلام، اعطای چنین فرصت‌هایی می‌تواند بر اساس اولویت‌های مورد نظر جامعه اسلامی در نظر گرفته شود. یکی از سیاست‌های راهبردی دولت‌ها در اقتصاد فرهنگ، می‌تواند برندسازی شهرها بر اساس ظرفیت‌های موجود در آن‌ها به عنوان صنایع فرهنگی باشد. به عنوان مثال، شهر قم با توجه به ظرفیت‌های بالقوه‌ی مذهبی و علمی می‌تواند به عنوان قطب اصلی صنایع فرهنگی دینی معرفی شود. صنعت چاپ و نشر محصولات مکتوب مذهبی، صنعت نشر محصولات صوتی و تصویری مذهبی، صنعت تولیدات تبلیغاتی مذهبی و ... به عنوان بخش‌های مختلف قابل تعریف می‌باشند.

فواید این سیاست آن است که اولاً، مانع مهاجرت‌های دشوار و هزینه‌های ناشی از آن برای نیروی کار فرهنگی خواهد بود. ثانیاً، موجب تمرکز امکانات فرهنگی و در نتیجه بازدهی مطلوب‌تر می‌گردد. ثالثاً، تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی دولت‌ها را تسهیل خواهد کرد. رابعاً، به واسطه‌ی تفکیک دقیق صنایع، امکان رقابت‌های سالم را فراهم می‌آورد. خامساً، موجب گزینش‌های مطلوب‌تر مصرف‌کنندگان، مبتنی بر نیازهای واقعی آنان و در نتیجه، بهبود فرآیند تقاضا برای محصولات و خدمات فرهنگی و هنری می‌گردد. سادساً، زمینه‌ی تخصصی‌تر شدن صنایع را فراهم می‌آورد و موارد دیگری که قابل برشمردن است.

۵. نتیجه‌گیری

تحلیل نظریّات و مطالب مطروحه در اقتصاد فرهنگ متعارف بر اساس رویکرد و آموزه‌های اسلامی، راهبردهایی را در حیطه‌ی نظری و عملی معیّن می‌سازد که به طور خلاصه و بر اساس کدهای محوری در جدول ذیل جمع‌بندی گردیده است.

جدول ۲: راهبردهای نظری و عملی در اقتصاد فرهنگ مبتنی بر رویکرد اسلامی

نشانگر کدهای محوری	راهبردهای رویکرد اسلامی
PA1-PA2-PA3	-لحاظ تاثیر قیمت در کنار هزینه‌ی فرصت در مقوله‌ی مصرف -برنامه‌ریزی دولت جهت مصارف ارزشمند فرهنگی شاغلین در حین انجام شغل، بخشی از

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

وظایف کاری یا اضافه‌کاری و اعطای مرخّصی‌های هدفمند -ارائه بن‌های تخفیف و یارانه‌های هدفمند ویژه‌ی کالاها و خدمات ارزشمند از سوی دولت	
-تعیین اولویت‌های تخصیص اعتبارات و امتیازات بر اساس قانون، عدالت و سیاست‌های کلی نظام اسلامی -محفوظ بودن سهم بخش فرهنگ و هنر برای آفرینندگان آثار	PB1-PB2-PB3
-توجه به عدالتِ پیش از رقابت و بهره‌مندی یکسان از امکانات فرهنگی و هنری -نیازسنجی فرهنگی و رعایت عدالت توزیعی در مناطق جغرافیایی -دسترسی عموم به حداقل‌های ضروری رشد و تعالی فرهنگی	PB4-PB5-PB6
همسوسازی منافع فردی و اجتماعی بر اساس مولفه‌های نظام انگیزشی	PC1-PC2
ادغام شرکت‌های فرهنگی دولتی دارای هزینه‌ی بالا و بازدهی پایین برای بهره‌مندی از صرفه‌جویی ناشی از مقیاس	PD1-PD2
موارد اختلافی با اصول یونسکو: ۱-سازگاری با الگوی پیشرفت ۲-توجه بیشتر به منابع انسانی در شرایط فعلی تحریم کشور و با توجه به محدودیت‌های به‌کارگیری سرمایه‌ی فیزیکی و پولی	PE1-PE2-PE3-PE4-PE5
-باثبات بودن سیاست‌ها -مشارکت عمومی در فرآیند تصمیم‌سازی -تشکیل مجموعه‌ای بالادستی جهت نظارت بر عملکرد دولت -وابستگی دخالت دولت در اقتصاد فرهنگ به میزان اسلامی بودن آن	PF1-PF2-PF3-PG1-PG2
شاخص‌های تخصیص اعتبارات و یارانه‌ها علاوه بر شاخص‌های موجود: ذائقه‌ی مخاطبین، اولویت‌ها، اهداف، میزان نفوذ محصول و توجه ویژه به جوانان مومن و انقلابی	PH1-PH2
راهکارهای رفع موانع سیاست‌های فرهنگی: ۱-ایجاد بانک اطلاعاتی جامع جهت رصد لحظه به لحظه مسائل فرهنگی ۲-تطبیق سیاست‌ها با اهداف تعریف شده ۳- شاخص‌سازی کمی و کیفی ۴-ارزیابی سیاست‌ها با معیار پیشرفت مادی و معنوی	PJ1-PJ2-PJ3

منبع: یافته‌های تحقیق

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی و منوری، روح (۱۳۹۱). تحلیل محتوای سیاست‌های فرهنگی ایران بر اساس قانون اساسی، سند سیاست‌های فرهنگی و برنامه پنجم توسعه. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱ (۲)، ۳۷-۷.

۲. آشنا، حسام‌الدّین؛ اسماعیلی، هادی؛ اسماعیلی، محمّدصادق؛ پورمحمّدی، مصطفی؛ حسن‌پور، محمّدمحسن و روحانی، محمّدرضا (۱۳۹۷). از سیاست‌گذاری تا سنجش فرهنگی: رویکردها و تجربه‌های جمهوری اسلامی ایران، ج ۱، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

۳. آشنا، حسام‌الدّین (۱۳۸۴). از سیاست تا فرهنگ: سیاست‌های فرهنگی دولت در ایران (۱۳۲۰-۱۳۰۴)، تهران: سروش.

٤. آقانظری، حسن (۱۳۹۰). مبانی بخش عمومی در اقتصاد اسلامی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۵. ابراهیم بای سلامی، غلام‌حیدر (۱۳۸۵). فرهنگ و سیاست‌گذاری در ایران. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲ (۵)، ۲۱۳-۲۳۴.

٦. اجلالی، پرویز (۱۳۷۹). سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، تهران: نشر آن.

۷. اشتریان، کیومرث (۱۳۸۹). متغیرهای استراتژیک در سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: نشر میزان.

۸. باقری‌فرد، محمّدحسین؛ توکّلی، عبدالله و الوانی، سیّدمهدی (۱۳۹۴). سیاست‌گذاری فرهنگی در دولت دینی. حکومت اسلامی، ۲۰ (۷۵)، ۱۷۳-۲۰۶.

۹. پیروزمند، علیرضا (۱۳۸۹). مبانی و الگوی مهندسی فرهنگی، قم: تمدّن نوین اسلامی.

۱۰. پیغامی، عادل (۱۳۹۳). گونه‌شناسی مسائل در اقتصاد فرهنگ، هنر و رسانه. دین و سیاست فرهنگی، ۱ (۱)، ۹-۴۲.

۱۱. پیکاک، آلن و ریزو، ایلد (۱۳۷۶). اقتصاد فرهنگ و سیاست های فرهنگی، ترجمه علی‌اعظم محمّدبیگی، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۱۲. تبریزی، منصوره (۱۳۹۳). تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی. علوم اجتماعی، ۲۱ (۶۴)، ۱۰۵-۱۳۸.

۱۳. تراسبی، دیوید (۱۳۷۹). تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری، نگاهی به اقتصاد فرهنگ، ترجمه علی‌اعظم محمّدبیگی. نامه پژوهش، (۱۶ و ۱۷) ، ۳۷-۸۵.

۱٤. جمشیدی، مهدی (۱۳۹۳). تامّلاتی در نظریه استاد مطهری پیرامون چیستی حق مداخله‌ی دولت دینی در حوزه فرهنگ. مدرسه‌ی اسلامی علوم سیاسی، (۳ و ۴)، ۱۰۴-۱۲۶.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۱۵. حسینی، سیّداحمد (۱۳۸۴). ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی دستگاه‌ها و نهادهای دولتی فرهنگی (طرح پژوهشی)، تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۶. خامنه‌ای، سیّدعلی (۱۳۸۳). دیدار با مسئولان وزارت امور خارجه.
۱۷. خندان، علی‌اصغر و امیری طیّبی، مسلم (۱۳۸۸). درآمدی بر نقش فرهنگی دولت دینی. معرفت سیاسی، ۱ (۱)، ۱۲۹-۱۵۵.
۱۸. خیری دوست لنگرودی، زهرا؛ مومنی، فرشاد و خادم علیزاده، امیر (۱۳۹۹).تاثیر و اهمیت فرهنگ در مکاتب نئوکلاسیک و نهادگرایی جدید. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۹ (۳۲)، ۵۳-۷۷.
۱۹. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی (۱۳۷۹). اقتصاد فرهنگ و هنر و مطالعه آن در ایران. نامه پژوهش، (۱۶ و ۱۷)، ۵-۳۵.
۲۰. رشیدی، ذوالفقار و دانش‌فرد، کرم‌الله (۱۳۹۵). اعتباریابی الگوی اجرای برنامه‌های فرهنگی در سند چشم‌انداز افق ۱۴۰۴. مطالعات میان فرهنگی، ۱۱ (۲۹)، ۹-۴۰.
۲۱. صالحی امیری، سیّدرضا و عظیمی دولت آبادی، امیر (۱۳۸۷). مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران: پژوهشگاه تحقیقات استراتژیک.
۲۲. صدیق سروستانی، رحمت‌الله و زائری، قاسم (۱۳۸۸). چالش‌های برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۲۳. صفار، محمّد (۱۳۸۲). حدود دخالت دولت در فرهنگ (با تاکید بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران پس از انقلاب اسلامی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم سیاسی.
۲۴. عرب بافرانی، بهنام؛ موسائی، میثم و هادوی‌نیا، علی‌اصغر (۱۳۹۸). کارکرد نظام انگیزشی مستخرج از الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در اقتصاد فرهنگ. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۸ (۲۸)، ۲۸۷-۳۱۳.
۲۵. عصّاریان‌نژاد، حسین و علوی، سیّدمجتبی (۱۳۹۱). فرهنگ انتظار و راهبرد زمینه‌سازی ظهور. نگرش راهبردی، ۱ (۱)،۷-۷۴.
۲۶. علیزاده، فریبا و مصلح، عرفان (۱۳۹۳). مروری بر برخی مفاهیم کلیدی در سیاست‌گذاری صنایع فرهنگی و خلاق. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۴ (۳)، ۱۰۹-۱۲۵.
۲۷. غلام‌پور آهنگر، ابراهیم (۱۳۸۵). جایگاه دولت در فرهنگ، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، جلد اول، تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

۲۸. فاضلی، نعمت‌الله و قلیچ، مرتضی (۱۳۹۲). نگرشی نو به سیاست فرهنگی: سیاست فرهنگی از دیدگاه مطالعات فرهنگی، تهران: تیسا.
۲۹. فلاح سلوکلایی، محمّد (۱۳۹۰)، سازوکار نظارت بر حکومت در اسلام و نظام لیبرال دموکراسی، قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
۳۰. قانع، احمدعلی؛ غیاثی فتح آبادی، هادی و قائمی، عباس (۱۳۹۸). حدود مداخله‌ی دولت در فرهنگ منابع دینی؛ مورد مطالعه: موسوعه‌ی امام علی (ع). دین و ارتباطات، ۲۶ (۵۵)، ۲۷۵-۳۰۲.
۳۱. کاظمی، عبّاس و حاجی‌حسینی، محبوبه (۱۳۹۵). مطالعات فرهنگی دانشگاهی در ایران، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۳۲. کوثری، مسعود و سرافراز، حسین (۱۳۹۴). مواجهه سیاست‌گذاری فرهنگی با صنعت فرهنگ و گذار از آن. راهبرد فرهنگ، ۸ (۳۰)، ۹۱-۱۱۲.
۳۳. مختاریان پور، مجید (۱۳۹۱). طراحی مدل اجرای سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر برنامه‌های توسعه کشور، رساله دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی.
۳٤. مصباح یزدی محمّدتقی (۱۳۹۲). رابطه علم و دین، قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
۳۵. مک گوییان، جیم (۱۳۸۸). بازاندیشی در سیاست فرهنگی، ترجمه نعمت الله فاضلی و مرتضی قلیچ، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۳٦. موسائی، میثم (۱۳۹۰). اقتصاد رسانه‌ها، تهران: انتشارات سمت.
۳۷. میرمعزی، سیّدحسین (۱۳۸۴). اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۳۸. همایون، محمّدهادی و فروزان، حامد (۱۳۸۸). تبیین رابطه‌ی مطلوب حکومت و فرهنگ در جمهوری اسلامی ایران. دین و ارتباطات، ۱۶ (۳۵ و ۳۶)، ۶۳-۹۲.
۳۹. همایون، محمّدهادی و فرج نژاد ابرقویی، محمّدحسن (۱۳۹۳). مقایسه‌ی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی در سطوح کلان و میانی (مطالعه‌ی سند اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه). دین و سیاست فرهنگی، ۱ (۳)، ۷-۳۲.
40. Albarran, A. (1996). "Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts, Ames", IA: Iowa State University Press.
41. Anderson R.C. (1974). "Paintings as an investment". Economic Inquiry, Western Economic Association International, 12 (1), 13–26.
42. Einarsson, A. (2016). "Cultural Economics": Bifröst University.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

43. Gray, C. Hugoson, R. (2004)." Culture. in Handbook of Public Policy in Europe. Hugh Compston". Great Britain: Palgrave Macmillan.
44. Mundy, S. (2000). "Cultural policy; A short guide". Germany: Council of Europe Publishing.
45. Picard, R. (1990). "Media economics". Beverly Hills, CA: Sage.
46. Throsby, D, Victor, A. G. (2006). "The Handbook of the Economics of Art and Culture". Amsterdam: North Holland.
47. Throsby, D. (1994). "The production and consumption of the arts: A view of cultural economics". Journal of Economic Literature, 32 (1), 1–29.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-10-31]