

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

اقتصاد هنر و فرهنگ

برونو فری

ترجمه:

دکتر کمیل قیدرلو

عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق علیہ السلام

محمد وجданی



عنوان: اقتصاد هنر و فرهنگ

مؤلف: برونو فری

مترجمان: دکتر کمیل قیدارلو و محمد وجودانی

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه السلام

طراح جلد و مشاور هنری: رسول خسرویگی

ناظر نسخه پردازی و چاپ: رضا دبیا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان

چاپ اول: ۱۴۰۱

قیمت: ۱۲۰۰ / ۰۰۰ ریال

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۵۹۱

فروشگاه مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان فخر رازی و خیابان دانشگاه، مجتمع پارسا، همکف، واحد ۳۹۲

تلفن: ۰۹۱۰۶۰۶۷۴۱۱، تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۰۶۰۶۷۴۰۳

فروشگاه کتاب صادق: تهران: بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه

صندوق پستی ۱۴۶۵۵-۱۵۹ کد پستی: ۰۱۴۶۵۹۴۳۶۸۱، تلفنکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲

E-mail: pub@isu.ac.ir • <https://press.isu.ac.ir>

سرشناسه: فری، برونو

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد هنر و فرهنگ /

برونو فری؛ ترجمه کمیل قیدارلو و محمد وجودانی.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۴۰۱

مشخصات طاھری: ۲۵۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۵۹۱

عنوان اصلی: Economics of Art and Culture, 2019.

موضوع: هنر

موضوع: فرهنگ

شناسه افزوده: قیدارلو، کمیل، ۱۳۵۹ -، مترجم

شناسه افزوده: وجودانی، محمد، ۱۳۷۵ -، مترجم

شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)

تمام حقوق محفوظ است، هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ،

فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی‌باشد.

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست اجمالی

۱۵	مقدمه مترجم
۱۹	دیباچه
۲۱	بخش نخست؛ مقدمه
۲۳	فصل اول؛ اقتصاد هنر و فرهنگ چیست؟
۴۱	بخش دوم؛ ابعاد
۴۳	فصل دوم؛ ارزش اجتماعی هنر
۵۵	فصل سوم؛ بازارهای هنری و حراج‌ها
۷۳	فصل چهارم؛ بازار کار هنرمندان
۸۹	فصل پنجم؛ بازتولید در هنر
۱۰۱	بخش سوم؛ حوزه‌ها
۱۰۳	فصل ششم؛ اقتصاد فرهنگی خلاق
۱۰۹	فصل هفتم؛ هنرهای نمایشی
۱۲۷	فصل هشتم؛ جشنواره‌ها
۱۴۱	فصل نهم؛ فیلم‌ها
۱۵۳	فصل دهم؛ موزه‌ها
۱۷۵	فصل یازدهم؛ موزه‌های ابرستاره و نمایشگاه‌های ویژه
۱۸۹	فصل دوازدهم؛ میراث فرهنگی

۴ ♦ اقتصاد هنر و فرهنگ

۲۰۱.....	فصل سیزدهم؛ فهرست میراث جهانی یونسکو
۲۲۱.....	فصل چهاردهم؛ گردشگری فرهنگی
۲۳۳.....	بخش چهارم؛ سیاست فرهنگی
۲۳۵	فصل پانزدهم؛ حمایت دولتی از هنر
۲۴۹	فصل شانزدهم؛ آیا هنر ما را شاد می‌کند؟

فهرست تفصیلی

۱۵.....	مقدمه مترجم
۱۹.....	دیباچه
۲۱.....	بخش نخست؛ مقدمه
۲۳.....	فصل اول؛ اقتصاد هنر و فرهنگ چیست؟
۲۳.....	چکیده
۲۴.....	۱. رشته علمی چالش برانگیز
۲۷.....	۲. رویکرد علمی
۲۹.....	۳. مسائل جذاب
۲۹.....	۱-۳. آیا بازار، هنر بی کیفیت تولید می کند؟
۳۲.....	۲-۳. آیا سیاست هنری می تواند به مردم سالاری سپرده شود؟
۳۷.....	۴. نتیجه گیری
۳۸.....	متون و آثار مرتبط
۴۱.....	بخش دوم؛ ابعاد
۴۳.....	فصل دوم؛ ارزش اجتماعی هنر
۴۳.....	چکیده
۴۴.....	۱. دیدگاه های متضاد
۴۴.....	۱-۱. مطالعات اثربنگی

۴۵.....	۲-۱. کسب منافع غیربازاری هنر.....
۴۷.....	۳-۱. دیدگاه‌های مختلف.....
۴۹.....	۴-۱. ارزیابی.....
۵۱.....	۲. نتیجه‌گیری.....
۵۲.....	متون و آثار مرتبط.....
۵۵.....	فصل سوم؛ بازارهای هنری و حراج‌ها
۵۵.....	چکیده.....
۵۶.....	۱. تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان هنر.....
۵۷.....	۲. تعادل میان عرضه و تقاضا.....
۵۹.....	۳. حراجی‌ها.....
۶۱.....	۴. انواع مخاطرات در بازار هنر.....
۶۱.....	۱-۴. مخاطرات ذاتی در آثار هنری.....
۶۳.....	۲-۴. تغییرات غیرمنتظره بازار.....
۶۶.....	۳-۴. ناهنجاری‌های رفتاری.....
۶۷.....	۵. چرا مردم در هنر سرمایه‌گذاری می‌کنند؟.....
۶۸.....	۱-۵. متنوعسازی.....
۶۸.....	۲-۵. اطلاعات تورش‌دار.....
۶۸.....	۳-۵. وضع مالیات و پول‌شویی.....
۶۹.....	۴-۵. مصرف تظاهری و سرمایه‌گذاری هنری.....
۶۹.....	۵-۵. عشق به هنر.....
۷۰.....	۶. نتیجه‌گیری.....
۷۰.....	متون و آثار مرتبط.....
۷۳.....	فصل چهارم؛ بازار کار هنرمندان
۷۳.....	چکیده.....
۷۴.....	۱. هنرمندان گرسنه یا شروتمند؟.....
۷۶.....	۲. چرا مردم هنرمند می‌شوند؟.....

فهرست مطالب +

۳. هنرمند چه کسی است؟	۷۷
۴. درآمد	۷۸
۵. جوایز	۷۹
۶. ابرستاره‌ها و بازارهای همه-چیز-برای-برند	۸۰
۷. خلاقیت	۸۲
۸. آیا هنرمندان واقعاً ناراضی هستند؟	۸۵
۹. نتیجه‌گیری	۸۶
متن و آثار مرتبط	۸۷
فصل پنجم؛ بازتولید در هنر	۸۹
چکیده	۸۹
۱. دیدگاه‌های متضاد در مورد کپی‌ها و بدل‌ها	۹۰
۱-۱. دیدگاه اخلاقی	۹۰
۱-۲. دیدگاه قانونی	۹۰
۱-۳. دیدگاه تاریخی هنر	۹۱
۲. جنبه‌های مفید تقلیدها	۹۲
۲-۱. کپی‌ها مطلوبیت دارند	۹۲
۲-۲. سرمایه هنری ارتقا می‌یابد	۹۳
۲-۳. حمایت از خلاقیت	۹۴
۳. جنبه‌های مضر تقلیدات	۹۴
۳-۱. طرف تقاضا	۹۵
۳-۲. طرف عرضه	۹۶
۴. چه باید کرد؟	۹۷
۵. نتیجه‌گیری	۹۸
متن و آثار مرتبط	۹۹

۱۰۱.....	بخش سوم؛ حوزه‌ها
۱۰۳.....	فصل ششم؛ اقتصاد فرهنگی خلاق
۱۰۳.....	چکیده
۱۰۴.....	۱. خلاقیت و فرهنگ
۱۰۵.....	۲. ویژگی‌های اقتصادی
۱۰۶.....	۳. نتیجه‌گیری
۱۰۷.....	متنون و آثار مرتبط
۱۰۹.....	فصل هفتم؛ هنرهای نمایشی
۱۰۹.....	چکیده
۱۱۰.....	۱. مشخصه‌های هنرنمایشی
۱۱۰.....	۲. طرف تقاضا
۱۱۱.....	۳. طرف عرضه
۱۱۲.....	۱-۳. اپرا
۱۱۵.....	۲-۳. نمایش
۱۱۷.....	۳-۳. سازمان‌های بهره‌مند از حمایت‌های دولتی
۱۲۰.....	۴. شرکت‌های انتفاعی
۱۲۱.....	۵. مؤسسات تعاونی
۱۲۲.....	۶. بیماری هزینه
۱۲۴.....	۷. نتیجه‌گیری
۱۲۴.....	متنون و آثار مرتبط
۱۲۷.....	فصل هشتم؛ جشنواره‌ها
۱۲۷.....	چکیده
۱۲۸.....	۱. فراوانی جشنواره‌ها
۱۲۹.....	۲. یک پارادوکس
۱۳۰.....	۳. مشخصات
۱۳۰.....	۱-۳. طرف تقاضا

فهرست مطالب + ۹

۱۳۳	۲-۳. طرف عرضه
۱۳۷	۳-۳. پیشرفت‌های احتمالی آینده
۱۴۰	۴. نتیجه‌گیری
۱۴۰	متون و آثار مرتبط
۱۴۱	فصل نهم؛ فیلم‌ها
۱۴۱	چکیده
۱۴۲	۱. ویژگی‌ها
۱۴۷	۱-۱. طرف عرضه
۱۴۹	۱-۲. طرف تقاضا
۱۵۰	۲. نتیجه‌گیری
۱۵۱	متون و آثار مرتبط
۱۵۳	فصل دهم؛ موزه‌ها
۱۵۳	چکیده
۱۵۴	۱. انواع موزه‌ها
۱۵۵	۲. تقاضا برای موزه‌ها
۱۵۵	۱-۲. تقاضای خصوصی از سوی بازدیدکنندگان
۱۵۷	۲-۲. تقاضای اجتماعی
۱۵۸	۳-۲. تأثیرات بر بازارها
۱۵۹	۳. عرضه
۱۵۹	۱-۳. ساختار هزینه
۱۶۲	۲-۳. ساختار بنگاه
۱۶۳	۴. رفتار موزه
۱۶۷	۵. مدیریت مجموعه نمایشی
۱۶۹	۶. هزینه‌های ورودی
۱۷۱	۷. فعالیت‌های تجاری
۱۷۲	۸. نتیجه‌گیری
۱۷۲	متون و آثار مرتبط

فصل یازدهم؛ موزه‌های ابرستاره و نمایشگاه‌های ویژه ۱۷۵	۱۷۵
چکیده ۱۷۵	۱۷۵
۱. ویژگی‌های موزه‌های ابرستاره ۱۷۶	۱۷۶
۲. نمایشگاه‌های ویژه ۱۸۱	۱۸۱
۱-۱. طرف تقاضا ۱۸۳	۱۸۳
۱-۲. طرف عرضه ۱۸۴	۱۸۴
۳. نتیجه‌گیری ۱۸۷	۱۸۷
متون و آثار مرتبط ۱۸۷	۱۸۷
فصل دوازدهم؛ میراث فرهنگی ۱۸۹	۱۸۹
چکیده ۱۸۹	۱۸۹
۱. گونه‌های مختلف میراث فرهنگی ۱۹۰	۱۹۰
۲. ارزش‌های خلق شده ۱۹۴	۱۹۴
۳. چه چیزی را باید حفظ کرد و چگونه؟ ۱۹۶	۱۹۶
۴. نتیجه‌گیری ۱۹۸	۱۹۸
متون و آثار مرتبط ۱۹۸	۱۹۸
فصل سیزدهم؛ فهرست میراث جهانی یونسکو ۲۰۱	۲۰۱
چکیده ۲۰۱	۲۰۱
۱. محتوای فهرست میراث جهانی یونسکو ۲۰۲	۲۰۲
۲. جنبه‌های مثبت فهرست میراث جهانی ۲۰۲	۲۰۲
۱-۱. توجه ۲۰۳	۲۰۳
۲-۱. حفاظت ۲۰۴	۲۰۴
۳. جنبه‌های منفی فهرست میراث جهانی ۲۰۴	۲۰۴
۱-۲. گرینش سؤال برانگیز ۲۰۴	۲۰۴
۲-۲. افزونگی ۲۰۵	۲۰۵
۳-۱. در فهرست نبودن یعنی کم ارزش بودن ۲۰۶	۲۰۶
۴-۱. جذب عناصر تخریب کننده ۲۰۷	۲۰۷

فهرست مطالب ۱۱

۴. بدیل‌هایی برای فهرست میراث جهانی یونسکو.....	۲۰۹
۱-۴. عدم مداخله.....	۲۰۹
۴-۲. استفاده از بازار.....	۲۰۹
۴-۳. ارزیابی‌های رقابتی	۲۱۰
۴-۴. گزینش تصادفی.....	۲۱۱
۵. رویکردهای جایگزین.....	۲۱۲
۱-۵. فهرست سودمند میراث جهانی	۲۱۳
۲-۵. جایگزین‌های مفید	۲۱۵
۶. نتیجه‌گیری.....	۲۱۷
متون و آثار مرتبط	۲۱۸
فصل چهاردهم؛ گردشگری فرهنگی	۲۲۱
چکیده.....	۲۲۱
۱. انواع گردشگری	۲۲۲
۲. تحلیل اقتصادی	۲۲۳
۱-۲. مطالعات اثرسنگی در برابر مطالعات تمایل به پرداخت	۲۲۳
۲-۲. جذب گردشگران فرهنگی	۲۲۵
۳-۲. مواجهه با ازدحام بیش از حد	۲۲۷
۳. نتیجه‌گیری.....	۲۳۱
متون و آثار مرتبط	۲۳۲
بخش چهارم؛ سیاست فرهنگی	۲۳۳
فصل پانزدهم؛ حمایت دولتی از هنر	۲۳۵
چکیده.....	۲۳۵
۱. حمایت دولت از هنر	۲۳۶
۱-۱. هزینه‌های مستقیم دولت	۲۳۶
۱-۲. پشتیبانی غیرمستقیم دولت از بخش هنر	۲۳۷
۲. ادله‌ای برای حمایت دولت از هنر	۲۳۷

۱-۲. شکست بازار در طرف عرضه.....	۲۳۸
۲-۲. شکست بازار در طرف تقاضا.....	۲۳۹
۳-۲. نگاه تطبیقی.....	۲۴۱
۳. موضوعات ناظر به قانون اساسی بر له و علیه حمایت دولتی از بخش هنر...	۲۴۳
۴. نتیجه‌گیری.....	۲۴۵
متون و آثار مرتبط	۲۴۷
فصل شانزدهم؛ آیا هنر ما را شاد می‌کند؟	۲۴۹
چکیده.....	۲۴۹
۱. رضایت در هنر.....	۲۴۹
۲. اندازه‌گیری شادی	۲۵۰
۳. هنرمندان شاد.....	۲۵۰
۴. حضور در فعالیت‌های فرهنگی.....	۲۵۱
۵. رابطه هنر و شادی	۲۵۱
۶. علیت معکوس؟.....	۲۵۳
۷. نتیجه‌گیری.....	۲۵۳
متون و آثار مرتبط	۲۵۳

فهرست جداول

جدول ۱-۳: قیمت‌های ثبت شده برای نقاشی‌های حراج شده، ۲۰۱۸	۵۹
جدول ۱-۷: سالن‌های اپرای مشهور	۱۱۲
جدول ۲-۷: ده آهنگساز اپراکه در فصول ۱۴-۱۳-۱۲-۱۱-۱۰ تا ۲۰۱۷-۲۰۱۶-۲۰۱۵-۲۰۱۴-۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷-۲۰۱۸	۱۱۳
جدول ۳-۷: اپراکه که بیشترین اجرا را در تمام فصول ۱۴-۱۳-۱۲-۱۱-۱۰ داشته‌اند	۱۱۴
جدول ۴-۷: بیشتر نمایشنامه‌های اجراسده در آلمان، ۲۰۰۱-۲۰۰۲	۱۱۶
جدول ۱-۸: برخی از جشنواره‌های برتر موسیقی کلاسیک	۱۲۸
جدول ۱-۹: ده فیلم موفق از نظر مالی	۱۴۳
جدول ۲-۹: بهترین فیلم‌های آمریکایی	۱۴۴
جدول ۳-۹: بهترین فیلم‌ها از دیدگاه منتقدان اروپایی	۱۴۴
جدول ۴-۹: سایر فیلم‌های با کیفیت بالا	۱۴۵
جدول ۵-۹: فیلم‌های [تمجید شده] از سوی اینگمار برگمان	۱۴۵
جدول ۶-۹: ابرستاره فیلم‌ها	۱۴۶
جدول ۷-۹: جشنواره‌های مشهور فیلم هنری	۱۴۹
جدول ۱۱-۱۱: گزیده‌ای از موزه‌های هنری ابرستاره	۱۷۶
جدول ۲-۱۱: نمایشگاه‌های بسیار پرمخاطب، ۱۹۶۳-۲۰۱۴	۱۸۲
جدول ۱-۱۲: نمونه‌هایی از میراث اینیه	۱۹۱
جدول ۲-۱۲: نمونه‌هایی از میراث طبیعی	۱۹۳
جدول ۳-۱۲: نمونه‌هایی از موارد میراث نامشهود	۱۹۴
جدول ۱۴-۱۴: برخی از مکان‌های فرهنگی که به میزان زیادی مورد بازدید قرار می‌گیرند	۲۲۲

مقدمه مترجم

کتاب پیش‌رو، ترجمه اثر ارزشمند «برونو اس فری» استاد اقتصاد دانشگاه بازل است. وی به عنوان استاد برجسته اقتصاد رفتاری در دانشگاه‌های کنستانس^۱، زوریخ، مدرسه بازرگانی وارویک و دانشگاه زپلین از حدود سال‌های ۱۹۷۰ تا به امروز مشغول به تدریس و پژوهش در حوزه‌های میان‌رشته‌ای مرتبط با اقتصاد از جمله اقتصاد سیاسی، اقتصاد فرهنگ، روان‌شناسی و اقتصاد... است. برونو فری مدیر تحقیقات [مرکز تحقیقات در اقتصاد، مدیریت و هنر سوئیس و از بنیان‌گذاران CREW] مرکز تحقیقات اقتصاد و رفاه در دانشگاه بازل است. ایشان به عنوان استادی برجسته با درک میان‌رشته‌ای، عملآبا بینش سایر رشته‌ها از جمله علوم سیاسی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، توانسته مرزهای مهم اقتصاد را فراتراز رویکرد نفوکلاسیک استاندارد گسترش دهد. وی بر اساس رتبه‌بندی «اقتصاددانان مؤثر» در روزنامه نویه زوریخه زایتونگ^۲ (NZZ) در سپتامبر ۲۰۱۹، در سوئیس رتبه چهارم و از نظر خروجی تحقیق در همین رتبه‌بندی، رتبه دوم

1. Konstanz
2. Neue Zürcher Zeitung

و همچنین چهاردهمین اقتصاددان پُراجع اروپایی بر اساس رتبه‌بندی (RePEc) است. علاوه بر این موارد، وی موفق به کسب رتبه پنجم در رتبه‌بندی «تأثیرگذارترین اقتصاددان آلمان» (FAZ) در سپتامبر ۲۰۱۹ و همچنین رتبه نخست در «رتبه‌بندی اقتصاد ۲۰۱۹» هندلزبلات، از نظر «دستاوردهای مادام‌العمر» شده است. از آخرین آثار وی در حوزه‌های روان‌شناسی و اقتصاد، اقتصاد سیاسی و اقتصاد فرهنگ و هنر می‌توان به «جلوگیری از گردشگری بیش از حد»، «اقتصاد شادی»، «اقتصاد توریسم» و نهایتاً «اقتصاد هنر و فرهنگ» اشاره کرد که آخرین اثر این فهرست در سال ۲۰۱۹ به چاپ رسیده است.

کتاب حاضر، اثری است در حوزه اقتصاد هنر و فرهنگ که به بسط نظری این عرصه پرداخته و ذیل سرفصل‌هایی همچون چیستی اقتصاد هنر و فرهنگ، ارزش اجتماعی هنر، بازارها و حراجی هنر، بازار کار هنرمندان، جشنواره‌ها، هنرهای نمایشی، فهرست میراث جهانی یونسکو، میراث فرهنگی و... به بررسی جزئی ابعاد این حوزه می‌پردازد. پرداختن به اقتصاد فرهنگ در ایران از این حیث حائز اهمیت است که اساساً رویکرد غالب به فرهنگ در کشور ما با وجود زیرساخت‌های قابل توجهی از جمله میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اساساً نگرشی هزینه‌ای بوده است که حیات آن باید با اختصاص یارانه و بودجه بقا پیدا کند و اساساً اقتصادی غیرمولده است؛ در حالی که امروز در عرصه ادبیات جهانی علم اقتصاد، بهره‌گیری از صنایع فرهنگی و خلاق یکی از پیشران‌های رشد اقتصادی کشورهای است و به ویژه در دوران کرونا و پساکرونا به دلیل محدودیت‌های پیش‌آمده، ارزش اقتصادی صنایع فرهنگی مبتنی بر فضای مجازی توائسته ارزش خود را بیش از پیش نشان دهد و فرصت‌های بسیاری را پیش روی کشورها قرار داده است. در ایران به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات قابل اتکا برای تحلیل، عملأً توسعه ادبیات عرصه اقتصاد با دشواری‌هایی رو به روز است؛

اما می‌توان ترجمه آثار شاخص جهانی در حوزه اقتصاد فرهنگ را گامی ضروری برای دستیابی به نگرش‌های نو و دستاوردهای صاحب نظران مؤثر در این رشته به منظور توسعه این حوزه میان رشته‌ای دانست.

در پایان بر خود لازم می‌دانیم از آقایان دکتر سید مجید امامی، دکتر محمد نعمتی، دکتر محمد سلیمانی، دکتر مهدی صادقی شاهدانی و دکتر حسن کیایی و نیز سرکار خانم دکتر مریم جانقربان و همچنین همکاران دلسویز انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) که حداکثر مساعی را در این مسیر داشتند، قدردانی نماییم.

شهریورماه ۱۴۰۰

قیدرلو- وجودانی

دیباچه

این کتاب مدخلی را بر روابط میان هنرها و اقتصاد و کاربرد تفکر اقتصادی در هنر فراهم می‌آورد.

محتوای این اثر تحت تأثیر آثار پیشین نویسنده در حوزه اقتصاد هنر است که در مجلات علمی مختلف، مجموعه مقالات و کتاب‌های وی منتشر شده است. او به علاقه خود به ایده‌ها و پیشنهادات غیرمتعارف در جهت نجات و نیز از نابودی بیشتر به وسیله بازآفرینی مهم‌ترین کلیساها، کاخ‌ها، بناهای تاریخی و آبراهه‌های نیز و همه توسعه‌های دیجیتالی ممکن آن‌ها در مکانی جدید اذعان دارد.

آنچه در متن منعکس شده است، نشان می‌دهد نویسنده اروپایی است. وی سفرها و اقامتهای گسترده‌ای در آمریکای شمالی و جنوبی، استرالیا و چین داشته است، اما او با هنر کلاسیک غرب آشنایی بیشتری دارد؛ بنابراین در این کتاب این‌گونه هنرها به کرات مورد اشاره قرار گرفته‌اند؛ اما او همچنین مؤکلاً بیان می‌کند که بخش بزرگی از این هنرها به طور مستقیم به فرهنگ‌های دیگر مرتبط است.

از دکتر سیمون میلیگان^۱ و اولین هولدرجر^۲ برای بررسی دقیق دست نوشته و همچنین بسیاری از پیشنهادهای مفید جهت بهبود [اثر] سپاسگزارم. همچنین [این اثر] فرصتی جهت بحث در مورد برخی از ابعاد اقتصاد هنر با دکتر آندرس اسپیلمان^۳، مدیر موزه ملی سوئیس و دکتر دیوید آسلین^۴، اقتصاددان هنر فراهم آورد.

1. Dr. Simon Milligan
2. Evelyn Holderegger
3. Dr. Andreas Spillmann
4. Dr. David Iselin

بخش نخست؛ مقدمه

فصل اول؛ اقتصاد هنر و فرهنگ چیست؟

چکیده

اقتصاد هنر و فرهنگ موضوعی جذاب و ارزشمند است که تحلیل‌های آن مبتنی بر روش تفکر اقتصادی است. این کتاب با تعداد زیادی از مسائل متنوع از جمله چگونگی ارزش یافتن هنر در جامعه، چگونگی عملکرد بازار هنر و کار حراج‌ها^۱، ویژگی‌های منحصر به فرد بازار کار هنرمندان و نقش کپی‌ها و جعل‌ها^۲ در هنر سروکار دارد. همچنین بسترهای متعدد [عرضه]^۳ هنر و فرهنگ، مانند اپرا^۴ و تئاتر^۵، جشنواره‌ها^۶، فیلم‌ها، موزه‌ها، میراث فرهنگی^۷ و گردشگری فرهنگی^۸ [در این کتاب] مورد بررسی قرار می‌گیرد. درنهایت، جنبه‌های مختلف حمایت دولتی از هنر مورد مطالعه قرار گرفته است و نهایتاً نشان داده می‌شود که هنر مایه شادمانی مردم است.

واژگان کلیدی: اقتصاد هنر، اقتصاد فرهنگ، اقتصاد فرهنگی، رویکرد

-
1. Auctions
 2. Fake
 3. Opera
 4. Theatrc
 5. Festivals
 6. Cultural heritage
 7. Cultural tourism

اقتصادی، منافع غیرمصرفی، ارزش‌های غیراقتصادی، انگیزش انسانی^۱، فرهنگ توده‌ای^۲، تجاری‌سازی^۳، مردم‌سالاری، بازار.

۱. رشته علمی چالش‌برانگیز

اقتصاد هنر، که اقتصاد فرهنگ نیز نامیده می‌شود، حوزه‌ای نسبتاً کمتر شناخته شده^۴ از علم اقتصاد است؛ حتی اغلب اقتصاددانان حرفه‌ای نیز شناخت کاملی از آن ندارند، چه برسد به فعالان حرفه‌ای [حوزه] فرهنگ.

اقتصاد هنر را می‌توان به دو روش مختلف درک کرد:

۱- رابطه هنر با اقتصاد، یعنی تعامل دو بخش مهم جامعه.

این رابطه تقریباً روشن است. همه می‌دانند که برای اداره یک سالن اپرا به پول زیادی نیاز است؛ بسیاری از هنرمندان فقیر هستند؛ در حالی که برخی از هنرمندان بسیار ثروتمند شده‌اند؛ و تابلوهای نقاشی و دیگر آثار هنری به حراج گذاشته می‌شوند و گاهی به قیمت‌های گراف می‌رسند. حوزه‌های مهم مورد تحلیل در اقتصاد هنر شامل هنرهای نمایشی (تئاترها، اپرا و فیلم، جشنواره‌ها)، هنرهای تجسمی (به ویژه حراج‌های هنری) و بسیاری از انواع مختلف موزه‌ها، صنایع فرهنگی، گردشگری فرهنگی و میراث فرهنگی است.

۲- کاربرد تفکر اقتصادی در حوزه هنر و فرهنگ.

این رویکرد به علوم اجتماعی، نوع کاملاً جدیدی از مطالعات میان‌رشته‌ای^۵ است. تاکنون این اصطلاح به گونه‌ای فهم شده است تا آمیزه‌ای از رویکردهای متنوع رشته‌های علمی را نشان دهد. در مقابل، رویکرد اقتصادی از روش خاصی که اقتصاددانان به مسائل اجتماعی نگاه می‌کنند، استفاده می‌کند. آن‌ها میان آنچه مردم می‌خواهند (ترجیحاتشان) و

1. Human motivation
2. Mass culture
3. Commercialization
4. Littleknown
5. Interdisciplinarity

فرصت‌هایشان برای رسیدن به این اهداف (محدودیت‌های اعمالی از طریق ابزارهای مادی و نهادهای قانونی و سیاسی) تمایز دقیقی قائل می‌شوند. فرض براین است که افراد اصولاً به شیوه‌ای عمل می‌کنند که اهداف آن‌ها را محقق می‌سازد. رویکرد انتخاب عقلائی^۱، یک مطالعه نظاممند از تعامل میان رفتار افراد و نهادهای موجود در جامعه ارائه می‌دهد. این رویکرد با موفقیت در بسیاری از حوزه‌ها نظیر سیاست و اقتصاد سیاسی، خانواده، آموزش، محیط‌زیست طبیعی، ترویسم، ورزش و شادی به کارگرفته شده است. یکی از جذاب‌ترین کاربردهای رویکرد اقتصادی، در مورد هنر بوده است. این امر تاریخچه‌ای کهن دارد؛ اما در گذشته با این نام شناخته شده نبود. اقتصاددانان در کشورهای آلمانی زبان به جنبه‌های اقتصادی هنر بسیار علاقه‌مند بودند. به طور خاص در این کشورها مسائل مالیه عمومی، به ویژه نقش دولت در تأمین مالی حوزه فرهنگ، توجه ویژه‌ای را به خود جلب کردند. به صورت کلی، روشن است که دولت باید به هنرها کمک کند؛ زیرا آن‌ها چیزی را تولید می‌کنند که امروزه تحت عنوان آثار مثبت خارجی^۲ بر جامعه خوانده می‌شوند. این آثار خارجی «منافع غیرمصرفی»^۳ نامیده می‌شوند؛ زیرا آن آثار به گروهی از مردم که محصول (کالا یا خدمت) فرهنگی معینی را مصرف نمی‌کنند، تعلق دارند که جمعیت این گروه از مردم نیز فراوان است. اقتصاددانان مشهور بریتانیایی نظری (لد) جان مینارد کینز^۴، لیونل رایبنز^۵ یا عالی جناب الن پیکاک^۶ به صورت نظری و عملی در زمینه اقتصاد هنر مشغول به کار بودند.

تولد اقتصاد هنر به عنوان یک رشته خاص در علم اقتصاد نوین می‌تواند

-
1. Rational choice
 2. Positive external effects
 3. Non-user benefits
 4. John Maynard Keynes
 5. Lionel Robbins
 6. Alan Peacock

به انتشار کتاب هنرهای نمایشی-تناقض اقتصادی^۱ اثر Baumol^۲ و Bowen^۳ در سال ۱۹۶۶ بازگردد. این تناقض به سطح همواره فراینده از درآمد سرانه^۴ و افزایش هم زمان هزینه به روی صحنه بردن هنرهای نمایشی؛ تئاتر و اپرا اشاره دارد؛ درنتیجه، هنرهای نمایشی پیوسته زیر فشار فراینده مالی هستند. به نظر می رسد که این مسئله دقیقاً به این دلیل است که جوامع ثروتمند هستند و ثروتمندتر نیز می شوند و همواره در هنرهای نمایشی سرگرمی ساز و زنده مشکلات بیشتری خواهند داشت.

پس از انتشار کتاب تأثیرگذار Baumol و Bowen، اقتصاد فرهنگی^۵ شکوفا شد. در دهه های اخیر، ادبیات درباره اقتصاد هنر به شدت گسترش یافته است. در حال حاضر تعداد زیادی مقاله پیمایشی^۶ (نظرسنگی)، کتاب درسی و مجموعه مقالات بسیار عالی در این حوزه وجود دارد.

مطالعه اقتصاد هنر توسط انجمن بین المللی اقتصاد فرهنگی^۷ که به طور منظم کنفرانس هایی را برگزار کرده و نشریه ای را با عنوان مجله اقتصاد فرهنگی^۸ منتشر می کند نهادینه شده است. بخش عمده ای از مقالات مرتبط با این موضوع در این نشریه منتشر می شود، البته برخی از مطالعات نیز در سایر مجلات منتشر می شود.

رویکرد اقتصادی به هنر روابط نزدیکی با دیگر رشته ها دارد. به طور خاص، جامعه شناسی هنر در بسیاری از جنبه ها به آن شباهت دارد. در مقابل، ارتباط آن با تاریخ هنر تاکنون محدود بوده است. این امر ممکن است ناشی از بدفهمی درخصوص رویکرد اقتصادی باشد. به نظر می رسد

1. Performing Arts—The Economic Dilemma

2. Baumol

3. Bowen

4. Per capita income

5. Cultural economics

6. Survey

7. Cultural Economics International

8. Journal of Cultural Economics

تاریخ نگاران هنر^۱ فکر می‌کنند که اقتصاددانان تنها برای آنچه که از نظر پولی سودآور^۲ است ارزش قائلند و بنابراین پیشنهاد تجاری‌سازی^۳ هنر را می‌دهند. تاریخ نگاران هنر از شنیدن این موضوع که اکثر اقتصاددانان به حمایت دولت از هنر تمایل دارند و زنج زیادی را متحمل می‌شوند تا به طور تجربی ارزش‌های «غیراقتصادی» نظیر ارزش وجودی^۴، ارزش وجهه^۵، ارزش آموزش و ارزش‌های میراث^۶ را به نمایش بگذارند متعجب خواهند شد. اکنون نخستین نشانه‌های تلاش‌های امیدبخش برای پُرکردن شکاف^۷ میان تاریخ هنر و اقتصاد هنر، به ویژه درخصوص ثروت فرهنگی^۸ آشکار شده است.

۲. رویکرد علمی

روش‌شناسی فراگیرشده انتخاب عقلائی، در مطالعه فرهنگ بسیار مفید بوده است: این روش مبتنی بر یک مدل رفتاری مشخص است و این امر به ثبت عرضه و تقاضای هنر کمک می‌کند. بر پایه تعادل حاصل شده نیز، می‌توان پیامدهای تجربی قابل آزمایش را محاسبه کرد. بسیاری از پیش‌بینی‌ها با «عقل سالم^۹» همخوانی دارند؛ اما برخی دیگر البته غیرمنتظره و تعجب برانگیز هستند؛ یک نمونه از این موارد نتیجه تجزیه و تحلیل هنرهای نمایشی است: برای جوامع ثروتمندتر، حفظ هنرهای نمایشی زنده دشوارتر است.

در نظر گرفتن این مسئله که افراد همیشه و تحت همه شرایط به روش عقلائی عمل نمی‌کنند، مفید است. در این زمینه به طور خاص، جنبه‌های

-
- 1. Art historians
 - 2. Profitable
 - 3. Commercialize
 - 4. Existence
 - 5. Prestige
 - 6. Bequest values
 - 7. Gap
 - 8. Cultural property
 - 9. Common sense

روان‌شناختی نیز اهمیت دارند. ناهنجاری‌های رفتاری^۱ گاهی در قلمرو فرهنگی^۲ مهم هستند؛ به عنوان مثال، بسیاری از صاحبان نقاشی‌ها تحت تأثیر اثر برخورداری^۳ قرار می‌گیرند: آن‌ها حاضر نیستند یک نقاشی را با مبلغی معین بفروشند، مثلاً بگویند ۱۰ هزار یورو، هرچند خود آن‌ها حاضر نیستند؛ حتی بدون در نظر گرفتن هزینه‌های مبادله^۴، آن را به همان قیمت بخرند. این ناهنجاری رفتاری به احتمال زیاد در مزایده‌ها^۵ و موقعیت‌های دیگر، بر قیمت‌ها تأثیر می‌گذارد.

یکی دیگر از تأثیرات روان‌شناسی در اقتصاد هنر، به انگیزه انسانی^۶ اشاره دارد. تردیدی نیست که به طور نظام مند هنرمندان نیز همانند افراد دیگر به انگیزه‌های پولی (بیرونی)^۷ واکنش نشان می‌دهند. سال‌آور دالی^۸ تصریح کرده است که «تمام آنچه مورد علاقه من است، پول است»؛ اظهارات دیگری هم با همین مضمون توسط چندین هنرمند دیگر مطرح شده است. با این وجود، شواهد محکمی وجود دارد که هنرمندان موفق، انگیزه درونی^۹ به شدت بالایی داشته‌اند: آن‌ها هنر را به خاطر هنر دنبال می‌کنند. این موضوع به خصوص در سال‌های اول در حرفه یک هنرمند صادق است. معمولاً، این خلاقانه‌ترین^{۱۰} و بهره‌ورتیرین^{۱۱} دوره زندگی یک هنرمند است. میزان و روش‌های خاصی که در آن یک هنرمند به طور درونی یا بیرونی انگیزه می‌گیرد، در هنگام پشتیبانی دولتی از فرهنگ تعیین‌کننده می‌شود. این

1. Behavioural anomalies
2. Cultural realm

3. Endowment effect: مقصود از اثر برخورداری حالتی است که افراد ارزش چیزهایی که به آن‌ها تعلق دارد را بیشتر از میزان واقعی آن ارزیابی می‌کنند.

4. Transaction costs
5. Auctions
6. Human motivation
7. Extrinsic
8. Salvador Dalí
9. Intrinsic
10. Innovative
11. Productive

ملاحظات مربوط به این سؤال هستند که آیا یارانه‌های دولتی^۱، به خصوص کمک‌های مستقیم مالی به افراد هنرمند، خلاقیت را بالا می‌برد یا [به آن] آسیب می‌رساند. تمرکز بر انگیزه بیرونی و درونی و نگاه به تعامل پویای میان این دو (که اثر بروون‌رانی^۲ نامیده می‌شود) هم برای درک و هم برای حمایت از هنر بسیار اهمیت دارد.

۳. مسائل جذاب

بسیاری از کاربردهای تفکر اقتصادی در فرهنگ، بینش‌های جالب توجهی را ایجاد می‌کنند. گذر از مزه‌های ایجاد شده و قدم گذاشتن به قلمرو روش‌شناختی جدید به ما این امکان را می‌دهد که بینش‌های بدیع و چالش‌برانگیزی به دست آوریم؛ درواقع، اقتصاد هنر یکی از زمینه‌هایی است که اغلب به رویکردهای جدید منتهی می‌شود. شاید چنین تبادل دیدگاه‌هایی بیش از سایر حوزه‌ها در هنر متمرث مر باشد.

به منظور تشریح اینکه اقتصاد هنر واقعاً جذاب است، دو موضوع به طور خلاصه مورد بحث قرار می‌گیرد؛ اینکه آیا بازار ناگزیر از خلق اثر هنری بی‌کیفیت است، که بسیاری از افراد [به این] معتقدند، و اینکه آیا تصمیمات فرهنگی می‌توانند به تصمیمات مردم سالارانه واگذار شود، ایده‌ای که بسیاری از دوستداران هنر از آن نفرت دارند.

۱-۳. آیا بازار، هنر بی‌کیفیت تولید می‌کند؟

اکثر مردم بر این باورند که بازار، هنر کم کیفیت تولید می‌کند. انتقادات فراوانی در مورد «فرهنگ توده‌ای»^۳ و «تجاری سازی» وجود دارد. این دیدگاه

1. Public subsidies

2. مقصود از اثر بروون‌رانی تطبیق صحیح پاداش‌ها با انگیزش‌های درونی و بیرونی می‌باشد.

3. Mass culture

نه تنها میان عموم مردم حاکم است بلکه احتمالاً در بحث‌های روشنفکرانه شدیدتر باشد. در پشت این باور عمیق، یک سوء ظن عمومی نسبت به بازار از سوی روشنفکران و همچنین این باور خاص که حمایت دولتی از فرهنگ برای حفظ کیفیت بالا مورد نیاز است، وجود دارد. دولت نه تنها باید به هنرها یارانه اعطای کند بلکه باید با پشتیبانی از اقدامات موزه‌ها، تئاترها، سالن‌های اپرا، شرکت‌های باله و ارکسترها خود نیز فعالیت فرهنگی انجام دهد.

دیدگاه عمومی مبنی بر اینکه بازار تنها محصولات فرهنگ توده‌ای با کیفیت پایین را تولید می‌کند، مبتنی بر یک سوء تفاهم از چگونگی عملکرد بازار است؛ علاوه بر این، از لحاظ تجربی نیز نادرست است؛ در حقیقت، بازار می‌تواند محصولات فرهنگی با کیفیت بالا و حتی محصولات هنری با بالاترین کیفیت را تولید کند. برای درک این جمله ضروری است نگاهی به پشت صحنه بازار بیندازیم. بازار نهادی است که به تقاضا پاسخ می‌دهد. اگر محصولات هنری کم کیفیت خواسته شود، بازار محصولات هنری با کیفیت پایین تولید می‌کند و اگر محصولات هنری با کیفیت بالا تقاضا شود، بازار محصولات هنری با کیفیت بالا تولید می‌کند. دلیلی وجود ندارد که فرض کنیم چنین تقاضایی برای محصولات فرهنگی با کیفیت بالا وجود ندارد؛ درواقع، ما مشاهده می‌کنیم که بسیاری از مردم برای لذت بردن از هنر خوب، هزینه می‌کنند. یک مورد در این مسئله، بسیاری از جشنواره‌های هنری از جمله جشنواره‌های فیلم است که در آن هنر با بالاترین کیفیت ارائه می‌شود. چنین جشنواره‌هایی به منظور پرهیز از محدودیت‌های سیاسی، اداری و هنری که معمولاً برای تئاترها دولتی، سالن‌های اپرا و کنسرت اعمال می‌شود، به طور معمول نتیجه ابتکار بخش خصوصی است. برخی از این جشنواره‌ها، پذیرای اقلیت کوچکی از دوستداران یک شکل هنری خاص مانند موسیقی مدرن هستند که به اندازه کافی در اماکن هنری تأسیس شده

مخاطب پیدا نمی‌کنند؛ بنابراین بازار به مخاطب انبوه نیاز ندارد؛ بنابراین اظهارات عمومی و تندی که بیان می‌دارد «بازار، هنر بی‌کیفیت تولید می‌کند» غیرقابل دفاع است؛ برای مثال، نتایج مشبت رقابت میان متقداصیان محصولات هنری، به‌وضوح برای موسیقی در عصر باروک^۱، که در آن هیچ‌گونه حق کپی‌رأیتی برای آثار موسیقی وجود نداشت، قابل مشاهده است. ایتالیا و آلمان، که در آن بسیاری از شاهزادگان برای آهنگسازان به رقابت می‌پرداختند، تعداد زیادی از هنرمندان بزرگ مانند ویوالدی^۲، شوتز^۳، تلمون^۴، هندل^۵ و جان سbastین باخ^۶ را به وجود آورده‌اند. در مقابل، فرانسه و بریتانیا کمی‌بیشتر آهنگسازان بسیار متمایز‌کمتری را تولید کردند.

نمی‌توان انکار کرد که بسیاری از محصولات هنری که با اهداف تجاری تولید می‌شوند دارای کیفیت پایین (اگر نگوییم خیلی پایین) هستند؛ اما این امر تعجب‌آور نیست. بسیاری از مردم ممکن است چنین سلیقه‌ای داشته باشند و بازار به سادگی منعکس کننده این موارد است. این گرایش ممکن است در برخی موارد توسط صرفه‌های مقیاس^۷، تقویت شود. صرفه مقیاس تولید مقادیر زیادتری را در قیمت پایین‌تر از تولید مقادیر اندک فراهم می‌آورد. با این وجود، ما مشاهده می‌کنیم که همین بازار، اغلب موسیقی جدی با کیفیت عالی را، به عنوان مثال در ضبط موسیقی کلاسیک، تولید می‌کند؛ بنابراین مهم است صرفاً به جنبه‌های انبوه بازار تمرکز نکنیم بلکه دقت کنیم که سیستم قیمت به طور معمول قادر به پاسخ‌گویی به تقاضای محصولات هنری با کیفیت بالاست.

۱. موسیقی باروک سیکی در موسیقی اروپایی است که تقریباً از سال‌های ۱۶۰۰ تا ۱۷۵۰ شکل گرفته است و بخش عمده‌ای از موسیقی کلاسیک را تشکیل می‌دهد.

2. Vivaldi

3. Schütz

4. Teleman

5. Händel

6. Johann Sebastian Bach

7. Economies of scale

یکی از مزایای بزرگ این بازار این است که تنوع را مجاز شمرده و تقویت می‌کند. هیچ کمیسیون و گروهی نیاز به تأیید سلیقه خود در بازار ندارد. این امر سبب به وجود آمدن فرصت‌هایی می‌شود که ایده‌های نوآورانه در آن رشد می‌کنند و هنر را سرزنش نگه می‌دارند. بازار آزاد یک پادزهر برای انحصار^۱ سلیقه هنری محسوب می‌شود.

بازارهای هنر آن‌گونه که در واقعیت هستند، از ایدئال فاصله دارند؛ آن‌ها از اثرات خارجی، بازده فزاینده و گرایش‌های انحصاری در میان عرضه‌کنندگان رنج می‌برند. البته بازار باید در دورنما دیده شود. مانند دیگر جاه، برای هنرها چندین سازوکار تصمیم‌گیری موجود است. به جای اینکه سریعاً به این نتیجه برسیم که دولت تنها نهادی است که باید از هنر حمایت کند، باید درگیر مقایسه مزايا و معایب سازوکارهای تصمیم‌گیری مختلف شویم. حال بباید به یک سیستم شکفت‌انگیز دیگر، یعنی مردم‌سالاری و نقش آن در هنر پردازیم.

۲-۳. آیا سیاست هنری می‌تواند به مردم‌سالاری سپرده شود؟^۲

یک اتهام مشهور علیه «مردم‌سالارانه سازی» هنر، به ویژه در مخالفت با تصمیم‌گیری درباره هنر به وسیله مردم از طریق همه‌پرسی عمومی وجود دارد. این ایده بیانگر این است که «مردم درکی از هنر باکیفیت ندارند»؛ حتی ادعا می‌شود که سلیقه مردم در هنر وحشتناک است؛ بنابراین، تصمیمات فرهنگی نباید به عموم اعضای جامعه واگذار شود.

این استدلال‌ها مشابه استدلال‌هایی است که مخالف استفاده از بازار در حوزه فرهنگ هستند؛ اما اگر تصمیمات مردم‌سالارانه با تصمیمات اکثربت

1. Monopoly

2. Democratizing: مقصود از مردم‌سالارانه سازی هنر، مردمی و عمومی کردن آن است.

مشخص شود، این اتهام جدی تر است. این نگرانی وجود دارد که چنین تصمیماتی منجر به تولید محصولات هنری بی‌کیفیت شوند؛ لذا نتیجه‌گیری می‌شود که در این زمینه نخبگان باید تصمیم بگیرند. این مسئله بلاfaciale این پرسش را بر می‌انگذارد: کدام نخبگان؟ احتمالات زیادی وجود دارد: سیاستمداران منتخب^۱. ذائقه سیاستمداران با کلیت جامعه مطابقت ندارد (آن‌ها، به طور متوسط، از تحصیلات بهتر برخوردارند)؛ اما این شبهه وجود دارد که آیا آن‌ها واقعاً قضاوت بهتری درباره هنر دارند یا خیر؛ علاوه بر این، برای اطمینان از انتخاب مجدد، سیاستمداران تحت تأثیر ملاحظات بیرونی بسیاری قرار می‌گیرند. در یک مردم‌سالاری با رقابت شدید میان طرفین، سیاستمداران به دنبال تحقق بخشیدن ترجیحات رأی‌دهندگان هستند. در چنین مواردی، تصمیمات در زمینه هنر از نخبگان، و در اینجا از سیاستمداران، به کل جامعه بازگردانده می‌شود. با این حال، در بسیاری از مردم‌سالاری‌ها، سیاستمداران اختیار لازم برای تصمیم‌گیری در مورد هنر را دارند؛ اما دقیقاً این ظرفیت باعث می‌شود که گروه‌های ذی نفع بتوانند بر آن‌ها تأثیر بگذارند. هرچه این گروه‌ها بهتر سازماندهی شوند، تأثیر آن‌ها قوی‌تر خواهد بود. این در مورد همه تصمیمات گرفته شده در عرصه هنر به صورت یکسانی صادق است؛ جایی که علایق گروه‌های محافظه‌کار^۲ و بالطبع جاافتاده، سهم بزرگ‌تری از آن‌هایی که شکل‌های نوآرانه‌ای از فرهنگ را ترویج می‌کنند، دارند. طبق تعریف صورت‌گرفته، دسته دوم کمتر سازمان یافته و از منظر سیاسی ضعیف هستند؛ زیرا آن‌ها آینده را نمایندگی می‌کنند که هنوز اشکال و انواع هنری آن ناشناخته هستند.

1. Elected politicians
2. Conservative