

Art Market's Infrastructures and Calligraphy Artists' Income in Mashhad

Samira Ejtehad¹

Mohammad Ali Aboutorabi²

Mehdi Hajamini³

Received: 5/1/2023

Accepted: 25/4/2023

Introduction:

Artists, especially visual artists (such as calligraphers) tend to be self-employed and are rarely employed by an employer. The self-employed are sometimes by choice and sometimes by circumstances (no other choice); because official and stable job opportunities are not offered to artists. However, since artists sometimes work numerous jobs due to their self-employment, the topic of artists' livelihood is crucial to consider while studying the art market. In contrast to the market for art products and services, the majority of research in cultural economics have examined the artist labor market and its distinctive features. On the contrary, the present paper assesses the effect of selected infrastructures of the calligraphy art market on the artistic income among resident calligraphers in Mashhad (in which all of them are self-employed). Infrastructures (for example, roads, education, etc.) are prerequisites to superstructures (such as manufacturing, agricultural, and mining activities). Infrastructure is defined as a set of physical and institutional facilities that affect the quantitative and qualitative goods and services produced by economic agents. The infrastructures are very wide in terms of number and variety. In general, the infrastructures of art market can be categorized into six pillars: 1) institutional environment, including copyright, instability of laws and regulations of the culture sector and mixing with religion; 2) business environment including distribution system, multiple job-holding, access to external credits, membership in associations, working population, business establishment cost, years of earning degree and education cost; 3) the supply side including the cost of goods sold, profit margin, dependence on external credits, psychic income and pricing mechanism; 4) the demand side including the decrease in using calligraphy, consumer taste, purchasing power, the development of calligraphy software, the desire to buy copies and the share of government orders; 5) market structure including market type, market size and degree of monopoly; 6) access to the market including transaction costs, proximity to decision-making centers, specialized galleries, art fairs and expos.

1. PhD Student of Department of Economics and Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University. EjtehadSamira@gmail.com

2. Assistant Researcher, Department of Economics, Institute for Humanities and Cultural Studies (Corresponding Author). Aboutorabi.econ@gmail.com

3. Associate Professor, Department of Economics, Yazd University. Hajamini.Mehdi@yazd.ac.ir

Methodology:

A sample of 33 calligraphers living in Mashhad was selected, and then required data were collected using in-depth interview and a five-point Likert scale questionnaire. One- and two-way Analysis of Variance (ANOVA) methods are used. This method helps determine which of the substructures can explain the difference in income level among calligraphers. It is hard to study every aspect of the economic infrastructures due to their enormous range and diversity. As a result, an index is chosen for each of the six infrastructure areas (institutional environment, business environment, supply side, demand side, market structure, and market access) that were previously described. Therefore, the role of these infrastructures is examined on the difference in the income levels of the calligraphers in Mashhad.

Empirical Findings:

The findings implicate that four one-way analyses of variance (multiple job-holding, psychic income, decreasing the use of calligraphy, the share of exhibitions and expos), and four two-way variance analyses (the interaction effect of multi-job, and psychic income, the interaction effect of multiple job-holding and market level, the interaction effect of multiple job-holding and the share of exhibitions and expos, the interaction effect of market structure and instability of laws and regulations) significantly explain the difference among income levels of calligraphers.

Conclusion:

From these findings, three factors of higher psychic income, activity at the lower level of the market (primary market), and the lower share of exhibitions and expos in the income of calligraphers increase the need (as a result, their desire) to engage in other professions related or unrelated to art. This justifies the reason for accepting the income penalty for remaining in artistic activity. On the other hand, instability in the regulatory system of the culture sector (and more generally, the creative sector) reduces the motivation of artists to enter and develop artistic activity and the possibility of planning around education, skill acquisition, and creation. There are two basic causes for this problem. As a consequence of the proliferation of laws and regulations, there is a growing sense of uncertainty in Iran's cultural sector due to the multiplicity and separation of its primary policy-making organizations. Second, political regimes, through changes in policies and normative frameworks supported by the government, cause a continuous change in the art market. In sum, after recommending the necessary policies to increase the income of artists, as a sufficient condition for the effectiveness of these policies, this research suggests creating an integrated "mega-regulator" in the form of a single ministry for the whole creative sector in Iran.

Keywords: Infrastructures, Goods and services market, Cultural economics, Income, Multiple job-holding, Analysis of Variance.

References

- Abbing, H. (2013). *Daraamdai bar eghtesaad-e estesnaai-e honar. Cheraa honarmandaan faghiran* [Why are artists poor? The exceptional economy of the arts]. Translated by H. Sheshjavani and L. Mirsafian. Tahghighat Nazari Publication: Isfahan [In Persian].
- Alper, N. O., et al. (1996). *Artists in the work force: Employment and earnings, 1970-1990*. Research Report No. 37. Washington DC: National Endowment for the Arts.
- Bourdieu, P. (1973). “*Cultural reproduction and social reproduction*”. In: Knowledge, education and cultural change. R. Brown (Ed.). London: Tavistock: 71-122.
- Buchanan, J. M.; Tullock, G. (1962). *The calculus of consent, logical foundations of a constitutional democracy*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Di Maggio, P.; Hirsch, P. M. (1976). “Production organizations in the arts”. *The American Behavioral Scientist*, Vol. 19, No. 6: 735-752.
- Ejtehad, S.; Aboutorabi, M. A.; Sheshjavani, H. (2022). “Zir sakhtaarhay-e baazaar-e honar, chandshoghl-e budan va daraamd honari: Mored-e motale-e baazaar-e khoshnevisi-e shahr-e Mashhad” [Art market’s infrastructures, multiple job-holding, and artistic income: The case of calligraphy market in Mashhad]. *Journal of Iranian Economic Issues*, Vol. 8, No. 2: 1-36. [In Persian]
- Etzioni, A. (1995). *The spirit of community: Rights, responsibilities, and the communitarian agenda*. New York: Crown Publishers.
- Fender, J. (2005). “Self employment, education and credit constraints: A model of interdependent credit rationing decisions”. *Journal of Macroeconomics*, Vol. 27, No. 1: 31-51.
- Flug, K.; Spilimbergo, A.; Wachtenheim, E. (1998). “Investment in education: Do economic volatility and credit constraints matter?”. *Journal of Development Economics*, Vol. 55, No. 2: 465-481.
- Gérard-Varet, L. A. (1995). “On pricing the priceless: Comments on the economics of the visual art market”. *European Economic Review*, Vol. 39, No. 3-4: 509-518.
- Ghelichkhani, H. (2013). *Daraamadi bar khoshnevisi dar Iran* [An introduction to calligraphy in Iran]. Tehran: Farhang Moaser. [In Persian]
- Grimsey, D.; Lewis, M. (2004). *Public private partnerships: The worldwide revolution in infrastructure provision and project finance*. Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing.
- Hirschman, A. O. (1958). *The strategy of economic development*. New Haven: Yale University Press.
- Hughes, T. P. (1984). *Networks of power: Electrification in western society, 1880-1930*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Jochimsen, R. (1966). *Theorie der Infrastruktur, Grundlagen der Marktwirtschaftlichen Entwicklung* [Infrastructure theory, fundamentals of market economic development]. Tubingen: JCBMohr (PaulSiebeck).

- Maisel, R. (1973). "The decline of mass media". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 2: 159-170.
- Markusen, A. R.; Schrock, G.; Cameron, M. (2004). *The artistic dividend revisited*. Project on Regional and Industrial Economics, Humphrey Institute of Public Affairs. Minneapolis USA: University of Minnesota.
- Pakbaz, R. (2014). *Dayeratolmaaref-e honar* [Encyclopedia of art]. Farhang Moaser Publisher: Tehran. [In Persian]
- Peterson, R. A.; Di Maggio, P. (1975). "From region to class, the changing locus of country music: a test of the massification hypothesis". *Social Forces*, Vol. 53, No. 3: 497-506.
- Qalichkhani, H. z. (2012). *An introduction to Iranian calligraphy*. Tehran: Contemporary Culture.
- Sheshjavani, H. (2022). "Siaasatgozaarie bakhsh-e farhang; barasi-e asar siasat-e tanzimi-e kopiraait bar daraamad nevisandegaan adabi dar Iran" [Economic policymaking in the cultural sector: The effects of copyright regulatory policies on the income of Iranian literary writers]. *New Economy and Trade*, Vol. 16, No. 3: 87-103. [In Persian]
- Sheshjavani, H.; Kavousi, I.; Ghaiyoomi, A. (2020). "Baraavord jarimeh-e daraamadi va taabe-e daramad-e az dast rafte nevisandegan-e adabi-e iran" [Estimating the earnings penalty and foregone income function for Iranian literary authors]. *Journal of Iranian Economic Issues*, Vol. 7, No. 1: 119-132. [In Persian]
- Stern, N.; Lankes, H. P. (1998). "Making the most of markets: The role of IFIs". *EIB Papers*, Vol. 3, No. 2: 102-115.
- Thompson, D. (2011). "Art fairs: The market as medium". In: *Negotiating values in the creative industries: fairs, festivals and competitive events*. B. Moeran & J. S. Pedersen (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press: 59-72.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the world economy, suggestions for an international economic policy*. New York: The Twentieth Century Fund.
- Todaro, M. P.; Smith, S. C. (2020). *Economic development*. London: Pearson.
- Towse, R. (2014). *Advanced introduction to cultural economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- _____ (2019). *A textbook of cultural economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Velthuis, O.; Coslor, E. (2012). "The financialization of art". In: *The Oxford handbook of the sociology of finance*. K. Knorr Cetina & A. Preda (Eds.). Oxford: Oxford University Press: 471-487.

مقاله علمی - پژوهشی

تحلیل زیرساختارهای بازار هنر و درآمد هنرمندان خوش‌نویس در مشهد

سمیرا اجتهادی^۱

محمدعلی ابوترابی^۲

مهدی حاج‌امینی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵

مشاهده مقاله منتشر شده: دوره ۱۷، شماره ۲

http://www.farhangekhorasan.ir/article_170328.html

چکیده

این مقاله به بررسی اثر زیرساختارهای منتخب بازار هنر خوش‌نویسی بر درآمد هنری خوش‌نویسان مقیم شهر مشهد می‌پردازد. از آنجاکه زیرساختارها در علم اقتصاد بسیار گسترده و متنوع و بررسی تمامی آن‌ها در قلب یک پژوهش ناممکن است، یکی از مهم‌ترین زیرساختارهای موجد هر یک از شش ستون محیط نهادی، محیط کسب‌وکار، جانب عرضه، جانب تقاضا، ساختار بازار و دسترسی به بازار انتخاب شده است. برای انجام این پژوهش از روش تحلیل واریانس (ANOVA) یک‌عاملی و دوعاملی استفاده شده و یافته‌ها دلالت بر آن دارند که چهار زیرساختار چندشغله بودن، درآمد روانی، کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی و سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها و همچنین چهار اثر متقابل چندشغله بودن - درآمد روانی، چندشغله بودن - سطح بازار، چندشغله بودن - سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها، ساختار بازار - بی‌ثباتی قوانین و مقررات به‌طور معنی‌داری تفاوت میان سطوح درآمد خوش‌نویسان را توضیح می‌دهند. علاوه بر پیشنهاد سیاست‌های لازم برای افزایش درآمد هنرمندان، به‌عنوان شرط کافی اثربخشی این سیاست‌ها پیشنهاد می‌شود «یک ناظر مقرراتی یکپارچه» به شکل وزارتخانه‌ای واحد برای بخش خلاق در ایران ایجاد شود. **واژه‌های کلیدی:** زیرساختارها، بازار کالاها و خدمات، اقتصاد فرهنگ، درآمد، چندشغله بودن.

۱. دانشجوی دکترای اقتصاد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

EjtehadiSamira@gmail.com

۲. استادیار اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، نویسنده مسؤؤل

Aboutorabi.econ@gmail.com

۳. دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد

Hajamini.Mehdi@yazd.ac.ir

۱. مقدمه

هنرمندان، بویژه هنرمندان تجسمی، مانند خوش‌نویسان، تمایل زیادی به خوداشتغالی نشان می‌دهند و بندرت دستمزدبگیر و تحت استخدام کارفرما هستند؛ گاهی از روی انتخاب و گاهی بر حسب اجبار. از آن‌جاکه معمولاً فرصت‌های شغلی رسمی و باثبات به هنرمندان پیشنهاد نمی‌شود، خوداشتغالی هنرمندان به چندشغله بودن آن‌ها می‌انجامد (Markusen, Schrock & Cameron, 2004: 15). آلپر و دیگران (Alper, et al., 1996) در پژوهش جامعی که در مورد هنرمندان آمریکا به سفارش «پشتوانه ملی هنرهای آمریکا»^۱ انجام دادند، با استفاده از آمارهای سرشماری هنرمندان آمریکا نشان دادند که هنرمندان در مقایسه با فعالان سایر حرفه‌ها؛ ۱. تمایل بیشتری به خوداشتغالی و تمایل کمتری به کار برای کارفرمایان خصوصی دارند؛ ۲. اشتغال تمام‌وقت آن‌ها در طول سال، به‌طور قابل توجهی کمتر است؛ ۳. در میان گروه‌های شغلی، متوسط عوایدی پایین‌تری دارند و رشد درآمد آن‌ها هم نسبت به متوسط و هم نسبت به تورم کمتر بوده است و ۴. درصد بالایی از آن‌ها عایدی صفر یا منفی داشته‌اند؛ درحالی‌که درصد بیشتری از آن‌ها نسبت به سایر مشاغل، عایدی‌های بالاتر از متوسط نیروی کار به دست آورده‌اند که به معنای نابرابری درآمدی شدیدتر «در داخل»^۲ گروه هنرمندان است.

مسائل اقتصادی هنرها و هنرمندان تا حدود زیادی جهان‌شمول است؛ از یک‌سو در سطح کلان، چنان‌که تودارو و اسمیت (Todaro & Smith, 2020: 228-230) توضیح می‌دهند شکاف فقر در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران بسیار بزرگ‌تر از شکاف فقر در کشورهای توسعه‌یافته است. از سوی دیگر در سطح خرد، به‌دلیل توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های بازار کالاها و خدمات در ایران، درآمد هنرمندان نامناسب‌تر از همتایانشان در سایر مشاغل است؛ بنابراین فقر در میان هنرمندان ایران به‌طور مضاعفی نسبت به هنرمندان کشورهای توسعه‌یافته‌تر، شدیدتر است. به

1. National Endowment for the Arts
2. Within

۳. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: ششجوانی، کاووسی و قیومی، ۱۳۹۹.

همین جهت پرداختن به وضعیت درآمد هنرمندان در ایران و عوامل تعیین‌کننده آن اهمیت مضاعفی دارد.

با این حال به دلیل آنکه در اغلب هنرها خوداشتغالی حالت عمومی فعالیت اقتصادی است و به‌ندرت هنرمندان به استخدام تمام‌وقت و تمام‌عمر صاحبان سایر عوامل تولید درمی‌آیند، بسیاری از پژوهشگران اقتصاد فرهنگ، بازار کالاها و خدمات هنری را مترادف بازار کار هنرمندان در نظر گرفته‌اند و تمرکز خود را بر تحلیل ویژگی‌های منحصربه‌فرد بازار کار هنرمندان معطوف کرده‌اند. به همین جهت، تحلیل ویژگی‌های بازارهای کالا و خدمات در بخش فرهنگ و به‌طور خاص بررسی زیرساختارهایی که این بازارها را شکل می‌دهند کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ به استثنای پژوهش‌هایی در باب کارآیی قیمت در بازار هنر. در مقابل این جریان قالب، این پژوهش به دنبال بررسی اثر زیرساختارهای بازار خوش‌نویسی که در آن تمام هنرمندان در وضعیت خوداشتغالی فعالیت می‌کنند، بر درآمد هنرمندان خوش‌نویس است.

خوش‌نویسی در طول تاریخ و در فرهنگ‌های متفاوت کشورهای مختلف حضور داشته است؛ به‌عنوان نمونه، خوش‌نویسی در اروپا به دلیل توجه حکومت‌ها و کلیسا به زیبانویسی، مانند کتیبه‌های رومی یا نسخه‌های خطی انجیل، رواج داشته و در ایران با کارکردهایی بعضاً متفاوت، مشاغل منشی‌گری و دیوانی پیشه هنرمند خوش‌نویس بوده است (قلیچ‌خانی، ۱۳۹۲: ۱۸). خوش‌نویسی در ایران شرایط کاملاً متفاوتی را تجربه کرده و می‌کند؛ به‌طوری‌که خوش‌نویسی در اروپا و اکثر جهان امروزی یک هنر فرعی و وابسته به کتابخانه‌ها و محافل طلاب بوده؛ اما در ایران جزو مهم‌ترین هنرهای تجسمی به شمار می‌آمده است (پاکباز، ۱۳۹۳: ۲۰۷). شهر مشهد یکی از مهم‌ترین قطب‌های هنر خوش‌نویسی در ایران به شمار می‌آید که پتانسیل فراوانی برای توسعه این هنر دارد؛ از یک‌سو، اهمیت تاریخی هنر خوش‌نویسی در شهر مشهد و از سوی دیگر، انباشت سرمایه قابل‌توجه در بخش خلاق این شهر و به‌طور ویژه، بخش فرهنگ و هنر بستر مناسبی برای توسعه بازار هنر خوش‌نویسی ایجاد کرده است.

مشکل دیگر آن است که آمارهای ثابتی در این باره کم، نامنظم و عمدتاً گردآوری نشده هستند؛ بنابراین، سیاست‌گذاران مجبور به اتکای به درک و شهود خود از این بازار و یا مراجعه به آمارهای مالیاتی و مجوزها هستند. بدیهی است که این آمارها به دلیل ثبت‌نشدن بسیاری از فعالیت‌های

هنری نمی‌توانند تصاویر دقیق و جامعی از این بازار ترسیم کنند؛ در نتیجه زمانی که سیاست‌گذار مایل یا مجبور به تصمیم‌گیری شود، نمی‌تواند پیامدهای سیاست(های) پیشنهادی خود را با استناد به مشاهده‌های ثبت‌شده گذشته، ارزیابی و تبیین کند. براساس آنچه بیان شد، در بسیاری از پژوهش‌های مرتبط با فرهنگ، هنر و بخش خلاق، پژوهشگر ناگزیر به جمع‌آوری داده‌ها از طریق ابزارهایی مانند پرسشنامه، مصاحبه و غیره است.

با این حال، زیرساختارها که تعیین‌کننده کمیت و کیفیت روابط عوامل تولید (نیروی کار، سرمایه، مواد اولیه و...) و مشارکت‌کنندگان در بازار (مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، نهادهای عمومی و مقامات مقرراتی) هستند، در علم اقتصاد بسیار گسترده و متنوع (زیرساختارهای اقتصادی و اجتماعی؛ نرم و سخت) و مطالعه تمامی آن‌ها در قالب یک پژوهش ناممکن است؛ بنابراین، این پژوهش به دو پرسش کلی پاسخ می‌دهد: ۱. آیا زیرساختارهای منتخب از بازار کالاها و خدمات هنر (بی‌ثباتی قوانین و مقررات، چندشغله بودن، درآمد روانی، کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی، ساختار بازار و سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها) می‌توانند به‌طور معنی‌داری تفاوت میان سطوح درآمد خوش‌نویسان را توضیح دهند؟ و ۲. آیا آثار متقابل (دوبه‌دو) این زیرساختارها می‌توانند تفاوت در سطوح درآمد هنرمندان خوش‌نویس را به‌طور معنی‌داری توضیح دهند؟

در ادامه، این پژوهش پس از تبیین مفهوم زیرساختارها در علم اقتصاد و توضیح ابعاد آن در بخش دوم، به پیروی از اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۸-۱۷) که زیرساختارهای بازار هنر را در شش ستون دسته‌بندی کرده‌اند، از هر ستون یک زیرساختار مهم را به‌عنوان نمونه انتخاب می‌کند. در بخش سوم، روش آماری پژوهش شرح داده می‌شود. در بخش چهارم، یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس درآمد براساس زیرساختارهای منتخب به‌صورت یک‌عاملی و دوعاملی (آثار متقابل و دوبه‌دوی زیرساختارهای منتخب) گزارش و تفسیر می‌شوند. درنهایت، بخش واپسین به نتیجه‌گیری و پیشنهادها اختصاص یافته است.

۲. مبانی نظری

تینبرگن (Tinbergen, 1962: 133) به تمایز میان زیرساخت‌ها برای مثال، جاده‌ها، آموزش و... و روساخت‌ها مانند فعالیت‌های تولیدی، کشاورزی و معدنی اشاره می‌کند. "زیرساختار به مجموعه امکانات و داده‌های مادی، نهادی و شخصی گفته می‌شود که در اختیار عاملان اقتصادی قرار دارد و در صورت تخصیص مناسب منابع به تحقق برابری عواید نهاده‌های قابل مقایسه منجر می‌شود؛ به این معنا که به یکپارچگی کامل و بیشینه‌شدن سطح فعالیت‌های اقتصادی می‌انجامد" (Jochimsen, 1966: 100).

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها ارائه "خدمات پایه‌ای به صنعت و خانوارها"، "نهاده‌های کلیدی در اقتصاد" و "نهاده‌های حیاتی برای فعالیت و رشد اقتصادی" را دربرمی‌گیرد (Grimsey & Lewis, 2004: 20). زیرساخت‌ها را می‌توان به دو دسته "اقتصادی" و "اجتماعی" تقسیم کرد. زیرساخت‌های اقتصادی برای ارائه خدمات میانی کلیدی به کسب‌وکارها و صنعت در نظر گرفته می‌شوند و کارکرد اصلی آن‌ها افزایش بهره‌وری و نوآوری است. زیرساخت‌های اجتماعی به‌عنوان ارائه خدمات پایه‌ای به خانوارها دیده می‌شوند و کارکرد اصلی آن‌ها بهبود کیفیت زندگی و رفاه در جامعه، بویژه در میان افراد دارای امکانات محدود است. هرکدام از این دو، به انواع "سخت" و "نرم" دسته‌بندی می‌شوند.

درحالی‌که تمایز بین زیرساخت‌های سخت و نرم "اقتصادی" و "اجتماعی" ممکن است برای سازمان‌دهی تفکر در مورد سیاست‌گذاری‌ها مفید باشد، این دسته‌ها با یکدیگر هم‌پوشانی دارند. برخی از اشکال زیرساخت‌های اجتماعی مانند آن‌هایی که مهارت‌ها، سلامت، بهره‌وری و روحیه نیروی کار و کیفیت زندگی را افزایش می‌دهند، می‌توانند به اندازه زیرساخت‌های اقتصادی بر بهره‌وری صنعت تأثیر بگذارند. زیرساخت‌های اقتصادی مانند جاده‌ها و شبکه‌های حمل‌ونقل بر کیفیت زندگی تأثیر می‌گذارند؛ حتی اگر هدف از توسعه آن‌ها، تأثیر بر جنبه‌های اجتماعی زندگی افراد نباشد. به علاوه، هر دو نوع این زیرساخت‌ها نیازمند هزینه‌های سرمایه اولیه نسبتاً بالا، عمر به نسبت طولانی و مدیریت و پرداخت‌های بلندمدت هستند.

یوخیمسن (Jochimsen, 1966: 100)، زیرساختارها را "آن دسته از ساختارهای فیزیکی و اجتماعی که زندگی و تعاملات یک جامعه را تسهیل می‌کنند" و یا به بیان دیگر "مجموع ظرفیت‌های مادی، نهادی و شخصی در دسترس فعالان اقتصادی" تعریف می‌کند و آن‌ها را در سه دسته جای می‌دهد:

۱. زیرساختارهای مادی: بخشی از موجودی سرمایه فیزیکی یک اقتصاد است که مستقیماً به‌عنوان نهاده اساسی در سایر فعالیت‌های تولیدی استفاده می‌شود. این نوع زیرساختار مطابق با چیزی است که در اقتصاد توسعه "سرمایه بالاسری اجتماعی" نامیده می‌شود (Hirschman, 1958: 51)؛ به‌عنوان مثال، به تجهیزات و سازه‌ها در مخابرات، حمل‌ونقل، انرژی و آب‌وفاضلاب می‌توان اشاره کرد.

۲. زیرساختارهای شخصی: شامل مهارت‌های کارآفرینی، ذهنی و سایر مهارت‌های افراد است که به تولید اقتصادی کمک می‌کند. مهارت‌های تجاری می‌توانند شامل حسابداری، بانکداری و امور مالی، تدارکات، مدیریت و بازاریابی باشند (Grimsey & Lewis, 2004: 22).

۳. زیرساختارهای نهادی: با آنچه نهادگرایی جدید "محیط نهادی" می‌نامد مطابقت دارد و شامل هنجارهای درونی و بیرونی (یا نهادهای رسمی و غیررسمی) است که رفتار اقتصادی و فرایندهای تصمیم‌گیری را شکل می‌دهد. این هنجارها براساس رویه‌های "انتخاب در درون قوانین" اداره می‌شوند، که عبارت‌اند از: الف. چهارچوب قانون اساسی به‌مثابه "انتخاب قواعد حاکم بر تعاملات اقتصادی و اجتماعی" (Buchanan & Tullock, 1962: 43)؛ ب. پیمان‌های بیان‌نشده و پ. اشکال گوناگون رفتار ضمنی به‌مثابه "انتخاب در داخل قوانین".

در دسته زیرساختارهای نهادی می‌توان به سیستم حقوقی، قانون اساسی اقتصادی، مقررات بانکی و مالی و بوروکراسی در کنار نهادهای غیررسمی مانند اعتماد، زیرساختارهای فرهنگی، شبکه‌های تجاری و پذیرش هنجارهای اجتماعی اشاره کرد.

تعریف یوخیمسن (Jochimsen, 1966) از زیرساختار و تأکید او بر جنبه‌های نهادی، این نکته را برجسته می‌کند که بنیان‌های کلیدی اقتصاد بازار، خود بازارها، نهادها و سیاست‌هایی هستند

که نه فقط از ساختارهای فیزیکی؛ بلکه از بازارها و رفتارهای بازارمحور، مهارت‌ها و بنگاه‌های بازار حمایت و آن‌ها را تقویت می‌کنند. یک پروژه زیرساختاری می‌تواند یک بازار جدید ایجاد کند یا ساختار یک بازار را تغییر دهد، رقابت را در بازارهای دیگر گسترش دهد، رفتارهای بازارمحور را توسعه دهد و با هدف تغییر فضای سرمایه‌گذاری^۱ کشور، در اصلاح سیاست‌ها، نهادها و اقدامات دولتی مشارکت کند (Stern & Lankes, 1998: 109-110).

در کل، زیرساختارها دارای سه ویژگی مشترک هستند:

۱. تقسیم‌ناپذیر هستند؛ به این معنا که یک بندر یا یک سرویس تأمین برق می‌بایست به‌طور معمول به‌عنوان سیستمی کامل یا مجموعه‌ای از سیستم‌ها ساخته شود. هیوز (Hughes, 1984: 28) استدلال کرد که تاریخچه ساخت فناوری‌های اصلی مدرن، مانند سیستم‌های قدرت الکتریکی، باید در قالب "سیستم‌هایی که توسط سازندگان سیستم‌ها اداره می‌شوند" در نظر گرفته شود. سیستم‌های ساخته‌شده اغلب نه یک بازار خاص؛ بلکه به کل بنیان‌های صنعتی یک منطقه، کشور یا حتی قاره خدمت می‌کنند.

۲. چندکاربره هستند؛ به این معنا که کاربران زیادی برای یک "سیستم تأمین"^۲ مشخص وجود دارند. کاربران بسیار برای یک جاده، در مقابل بسیاری از کاربران با خودروهای فردی؛ در نتیجه بنگاه‌ها یا مصرف‌کنندگان مستقیماً از انباشت سرمایه زیرساختاری استفاده می‌کنند. زیرساختارها از انباشت سرمایه به‌طور غیرمستقیم و به‌واسطه بهره‌گیری از محصولات آن استفاده می‌کنند. عرضه بیش از یک سیستم، غیرضروری است و موجب زیان‌های اجتماعی می‌شود.^۳ ترکیب شدن تقسیم‌ناپذیری و کاربران متعدد به این معنی است که مقیاس ساخت زیرساختارها اغلب بزرگ است و میزان سرمایه‌گذاری نسبت به اغلب سرمایه‌گذاری‌های صنعتی بسیار بیشتر است.

۳. عمومی هستند؛ به این معنا که یک نیاز اصلی برای همه یا بسیاری از فعالیت‌ها هستند و شامل تأمین منابعی است که به‌عنوان نهاده‌های اساسی تقریباً در تمام فعالیت‌های اقتصادی

1. Investment Climate

2. Supply System

۳. البته این یک عنصر کلیدی در تثبیت تسلط یک رژیم فناوری است؛ زیرا حاکی از مزیت «اولین اقدام‌کننده» (پیشگام‌بودن) برای هر فناوری است که می‌تواند ساختن زیرساختار را آغاز کند.

ضروری هستند. انرژی، جریان اطلاعات، جابه‌جایی تولیدات، چهارچوب اجتماعی و قانونی برای تولید هستند؛ بنابراین زیرساختار نوعی سرمایه بالاسری اجتماعی مبتنی بر فناوری‌های "توانمندسازی" بنیادی است که شرایط اساسی را برای تولید ایجاد می‌کند.

در یک فهم محدود، زیرساختارها تنها امکانات فیزیکی در نظر گرفته می‌شوند و در نتیجه استدلال می‌شود که عرضه آن‌ها اساساً بر عهده دولت است؛ اما در تعریف گسترده‌تر و عمیق‌تر که زیرساختارها را شامل مؤلفه‌های غیرفیزیکی و غیرمادی در نظر می‌گیرد، دولت به‌عنوان یکی از نهادهای ممکن؛ اما نه تنها نهاد سازمان‌دهی اجتماع، برای عرضه زیرساختارهای جامعه شناخته می‌شود.^۱

بنابراین تولید و نگهداری زیرساختارها از تعهدات اجتماع در قبال افراد به‌عنوان عاملان اقتصادی مولد است که به‌شکل زیرساختارهای خانوارمحور، زیرساختارهای بنگاه‌محور و زیرساختارهای بازارمحور هستند و می‌توانند انواعی از آثار مثبت یا منفی خاص خود را بر متغیرهای هر یک از بازارها (بازارهای نهاده‌ها، بازارهای کالاها) داشته باشند. در اینجا، زیرساختارهای بازارمحور، همه مؤلفه‌هایی هستند که در جهت هماهنگی و تعامل واحدهای اقتصادی برای تحقق برنامه‌های اقتصادی‌شان عمل می‌کنند. در مجموع، مفهوم اصطلاح عمومی "زیرساختار" هرچیزی است که به فعال‌سازی یا تجهیز توانمندی‌های عاملان اقتصادی کمک می‌کند.

چنان‌که مشخص است، زیرساختارها به‌لحاظ تعداد و تنوع بسیار گسترده هستند. به همین جهت، اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۷-۱۸) زیرساختارهای بازار هنر را در ۶ ستون دسته‌بندی کرده و برخی از مهم‌ترین آن‌ها برای بازار هنر خوش‌نویسی را به‌صورت زیر در این دسته‌ها جای داده‌اند:

ستون محیط نهادی: این دسته شامل کپی‌رایت، بی‌ثباتی قوانین و مقررات بخش فرهنگ، آمیختگی با مذهب و... است. برخی نهادهای رسمی در بخش فرهنگ و هنر ایران نسبتاً مناسب قانون‌گذاری شده‌اند؛ اما هزینه‌های صریح و ضمنی ضمانت اجرای آن‌ها در عمل موجب ناکارایی اقتصادی و به‌تبع آن، کیفیت پایین محیط نهادی فرهنگ کشور شده است. به‌علاوه در ارتباط با

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: Etzioni, 1995: 134-160.

نهادهای غیررسمی، نبود شفافیت و بی‌ثباتی زیادی وجود دارد.^۱ در این پژوهش، "بی‌ثباتی قوانین و مقررات" به‌عنوان یکی از اثرگذارترین زیرساختارهای محیط نهادی هنر ایران انتخاب شده است.

ستون محیط کسب‌وکار: این ستون شامل نظام توزیع، چندشغله بودن، دسترسی به اعتبارات بیرونی، عضویت در انجمن‌ها، نسبت جمعیت شاغل، هزینه تأسیس کسب‌وکار، تعداد سال‌های تحصیل مدرک، هزینه آموزش و... است. به‌طور حرفه‌ای، کارکرد انجمن‌ها در هنرها تنظیم و پاسداری از قواعد حرفه‌ای، تضمین کیفیت، مقررات‌زایی ورود به بازار، و حتی دخالت در قیمت‌گذاری آثار است (ابینگ، ۱۳۹۲: ۲۲۴). انجمن خوش‌نویسان ایران به‌دلایل متعددی امکان تحقق کارا و اثربخش تمامی این کارکردها را ندارد. سال‌های تحصیل مورد نیاز برای کسب درجه‌های بالای هنری در خوش‌نویسی ایران بسیار زیاد بوده و "درآمد انتظاری"^۲ خوش‌نویسان نیز چندان بالا نیست؛ درحالی‌که افراد هنگامی منابع را صرف سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی خود می‌کنند که انتظار داشته باشند به‌طور معنی‌داری درآمد بالاتری کسب کنند و در هنر نیز چنین است (Towse, 2014: 35). در صورتی‌که درآمد انتظاری ناشی از خوداشتغالی (که عمده‌ترین نوع اشتغال در هنرها و ازجمله خوش‌نویسی است) به‌اندازه کافی بالا باشد، تأمین مالی تحصیل عقلایی است و بازده‌های آتی خوداشتغالی، هزینه‌های فعلی تأمین مالی (حتی تأمین مالی بیرونی) تحصیل را به‌راحتی جبران می‌کند؛ چنان‌که فندر (Fender, 2005) در مدل نسل‌های هم‌پوشان خود تئوریزه کرده است. در غیر این‌صورت، به‌دلایلی هم‌چون ناممکن بودن وثیقه‌گذاری سرمایه انسانی، بالابودن هزینه‌های پایش آن، بازگشت‌ناپذیری سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و نیز بسیار بلندمدت بودن دوره بازدهی سرمایه انسانی، تأمین مالی تحصیلات در سطحی بهینه انجام نخواهد شد (Flug, Spilimbergo & Wachtenheim, 1998). به‌علاوه، دسترسی هنرمندان (بویژه خوش‌نویسان) در ایران به تأمین مالی بیرونی از طریق سیستم مالی متعارف (نه منابع درونی هنرمند، حامیان مالی شخصی و خانوادگی و یارانه‌های دولتی یا عمومی) بسیار دشوار است. تنها هنرمندانی که در "بازار پرمایه" آثار خود را عرضه می‌کنند، می‌توانند تا حد قابل قبولی به

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: ششجوانی، ۱۴۰۰: ۹۹-۱۰۰.

تأمین مالی بیرونی دسترسی داشته باشند (Velthuis & Coslor, 2012: 764-767)؛ در مقابل، بیشتر خوش‌نویسان شهر مشهد آثار خود را در "بازار همگانی / اولیه / محلی" می‌فروشند. هرچند تک‌تک زیرساخت‌های محیط کسب‌وکار برای درآمد هنرمندان تعیین‌کننده هستند؛ اما به نظر می‌رسد برآیند آثار آن‌ها، خود را در جبری خودخواسته برای هنرمندان نشان می‌دهد که عبارت از: "چندشغله بودن". هنرمندان، هم به جهت تأمین معاش و هم با انگیزه تأمین وجوه لازم برای پروژه‌های هنری (Towse, 2019: 300)، مشاغل متعددی در انواعی از هنرها (گاهی متفاوت با حرفه اصلی آن‌ها)، مشاغل مرتبط با هنر^۱ (مانند تدریس، داوری، اشتغال در برخی صنایع وابسته به خلاقیت هنری) و حتی نامرتب با هنر^۲ را به‌طور همزمان اختیار می‌کنند. البته بسیاری از این فعالیت‌ها غیررسمی و یا حتی ثبت‌نشده هستند. به همین جهت، در این پژوهش، از میان زیرساخت‌های کلیدی محیط کسب‌وکار هنر ایران، "چندشغله بودن" انتخاب شده است. **ستون جانب عرضه:** هزینه تمام‌شده اثر، حاشیه سود، وابستگی به اعتبارات بیرونی، درآمد روانی، مکانیسم قیمت‌گذاری از ابعاد این ستون هستند. بخش عمده آثار هنری در بازارهای اولیه و محلی عرضه می‌شود، بنابراین شواهد و داده‌های آن‌ها منظم جمع‌آوری و منتشر نمی‌شوند و از دقت کافی برخوردار نیستند. در کنار تمام عواملی که پیشتر به‌عنوان علل پایین انگیزه‌های مالی هنرمندان (و به‌طور خاص خوش‌نویسان) مطرح شد، درآمد روانی بزرگ‌ترین محرک و مشوق هنرمندان برای ادامه فعالیت هنری و ارتقای مهارت‌ها و بروز خلاقیت‌هایشان است؛ حتی اگر توجه به این درآمد روانی موجب "جریمه درآمدی"^۳ پولی ایشان شود. درواقع، اگر درآمد روانی برای هنرمندان وجود نمی‌داشت، قطعاً بازار هنر در جهان بسیار کوچک‌تر از این بود^۴.

ستون جانب تقاضا: شامل کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی، سلیقه مصرف‌کننده، قدرت خرید، ساخت نرم‌افزارهای خوش‌نویسی، تمایل به خرید اثر کپی، سهم سفارش‌های دولتی و... است. اندازه و ماهیت مخاطبان هنری، وابستگی تنگاتنگی با سازمان محصولات فرهنگی دارد

1. Art-related

۲. آلپر و دیگران (Alper, et al., 1996: 16) نشان دادند که میان سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰، ۴۵٪ نویسندگان ادبی در آمریکا، شغلی نامرتب با نویسندگی داشته‌اند.

3. Earnings penalty

۴. ابینگ (۱۳۹۲: ۱۹۳-۲۰۱) به‌طور مفصل به بحث درآمد روانی هنرمندان پرداخته است.

(Bourdieu, 1973; Maisel, 1973; Peterson & Di Maggio, 1975). در واقع عوامل مؤثر بر تقاضای هنری، مانند ویژگی‌های اجتماعی (سن، طبقه، آرایش هنری نژادی یا قومی) و روابط اجتماعی مصرف (فردی یا جمعی؛ منفعل یا تعاملی) به‌ندرت به ذات فناوری یا فرم‌های هنری، مرتبط‌اند و عمدتاً ناشی از نوع خاصی از سازمان صنعتی یا ساختار اجتماعی هستند (Di Maggio & Hirsch, 1976). در این مورد اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۲) بحث می‌کنند که تغییر در سازمان صنعتی و نیز ساختار اجتماعی مرتبط با خوش‌نویسی (مانند تغییر جمعیت باسواد کشور، همگانی‌شدن آموزش، همگانی‌شدن ماشین‌های تایپ و کامپیوترهای شخصی و نیاز به سرعت عمل در کارها) به‌گونه‌ای رخ داده که این هنر را از کاربردهای پیشین در ایران دور کرده است.

ستون ساختار بازار: نوع بازار، اندازه بازار و درجه انحصار از ابعاد این ستون هستند. یکی از متمایزکننده‌ترین زیرساختارهای ساختار بازار هنر در مقایسه با بازارهای نوعی مفروض در ادبیات علم اقتصاد، انواع (یا سطوح) بازار هنر است. جرارت- وارت (Gérard-Varet, 1995: 511) بازار هنر را به‌طور سلسله‌مراتبی در سه سطح ترسیم می‌کند. در سطح اول که بازار اولیه یا همگانی نامیده می‌شود، هنرمندان آثار خود را در گالری‌ها و نمایشگاه‌های محلی یا به‌طور مستقیم به مصرف‌کنندگان عرضه می‌کنند. ویژگی اصلی این سطح از بازار آن است که تعداد افرادی که مایل یا قادر به فروش محصولات هنری خود هستند، بیشتر از افرادی است که "تقاضای مؤثر" برای این آثار دارند. سطح دوم که بازار ثانویه یا پرمایه نامیده می‌شود، درجه انحصاری بسیار بالایی دارد و تنها درصد اندکی از هنرمندان که از ترکیب منحصربه‌فردی از "شهرت زیبایی‌شناختی" خود و "شهرت تجاری" گالری عرضه‌کننده آثار آن‌ها برخوردار هستند، موفق به ورود به آن می‌شوند. بالاترین سطح این سلسله‌مراتب، بازاری بین‌المللی است که توسط معدودی از خانه‌های حراج در نیویورک، لندن، پاریس و... مدیریت می‌شوند. از آنجاکه سطح سوم در بازار هنر خوش‌نویسی مشهد جایگاه قابل توجهی ندارد، در این پژوهش، افراد نمونه در دو بازار اولیه و ثانویه دسته‌بندی شده‌اند.

ستون دسترسی به بازار: این ستون شامل زیرساخت‌های هزینه مبادله، نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری، نگارخانه تخصصی، سهم نمایشگاه‌ها^۱ و اکسپوها^۲ و... است. تامپسن (Thompson, 2011: 60-62) کارکردهای نمایشگاه‌های هنری برای دسترسی به بازار را این‌گونه برمی‌شمرد:

۱. مجموعه‌داران علاقه زیادی به نمایشگاه‌ها دارند؛ زیرا دسترسی به بازار را برای آن‌ها بسیار راحت‌تر می‌کنند. آن دسته از علاقه‌مندان به هنر که دارایی خالص بسیار بالایی دارند، از نظر زمان فقیر هستند و تمایل دارند جست‌وجو و خرید را در یک مکان واحد ادغام کنند. از این جهت، نمایشگاه‌ها به آن‌ها امکان خرید مقایسه‌ای می‌دهند.

۲. امروزه نمایشگاه‌ها نماینده تغییری فرهنگی در فرایند خرید هنری هستند؛ بدین صورت که افراد به‌جای مباحثه‌ای آرام در یک گالری هنری، فضایی مشابه یک مرکز خرید را تجربه می‌کنند که ترکیبی از هنر، موقعیت اجتماعی و معاشرت عرضه می‌کند. در چنین محیطی، مجموعه‌داران به خریدارانی تبدیل می‌شوند که به‌طور ناگهانی خرید می‌کنند و اغلب تنها یک اثر از یک هنرمند را می‌خرند؛ درحالی‌که ممکن است هرگز از گالری عرضه‌کننده‌ای که از او در نمایشگاه خرید می‌کنند، بازدید نکنند.

۳. نمایشگاه‌ها نسبت به گالری‌ها، سطح اطمینان بالاتری به مجموعه‌داران ارائه می‌دهند؛ در نتیجه، مجموعه‌داری که اطلاعات ناقص یا نامتقارن دارد، این امکان را می‌یابد تا رفتار گله‌ای انجام دهد. همان‌گونه که در حراج‌ها، حضور پیشنهاددهندگان با قیمت پایین‌تر به مجموعه‌دار این اطمینان را می‌دهد که نابخردانه پیشنهاد قیمت نداده است، تعداد افراد و برچسب‌های «فروخته‌شده» در نمایشگاه‌ها، نبود اطمینانی مجموعه‌دار را کاهش می‌دهد.

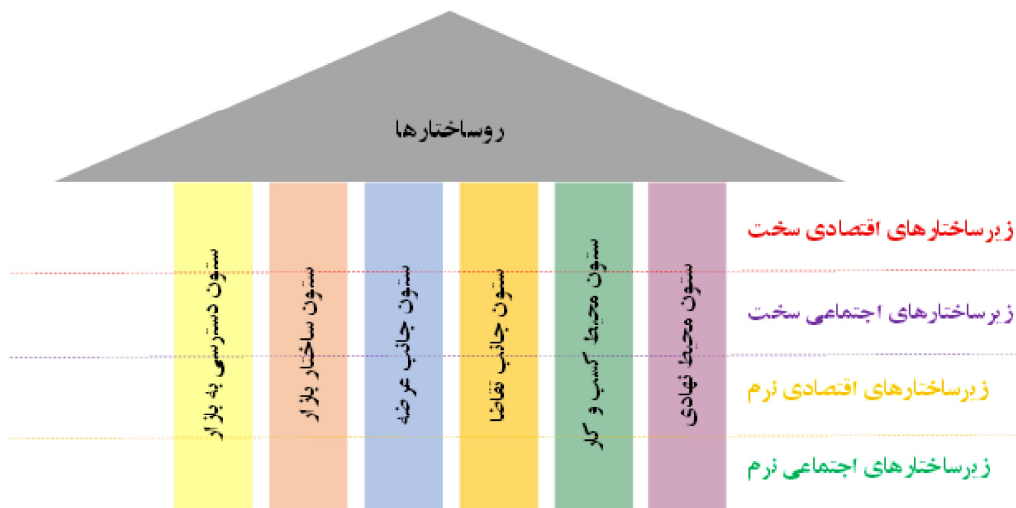
۴. دلال‌ها پوشش رسانه‌ای ایجاد می‌کنند و از این طریق می‌توانند آثار کمتر شناخته‌شده را همراه با آثار شناخته‌شده (و حتی بیشتر فروخته‌شده) عرضه کنند و به فروش برسانند.

۵. نمایشگاه‌ها به یک دلال دارای محدودیت سرمایه این امکان را می‌دهند تا با رقبای قوی‌تر رقابت کند؛ زیرا انتظار بافروش^۱ سریع اثر خریداری شده بالاست. حتی این امکان برای دلال وجود دارد که به پشتوانه بافروش اثر در نمایشگاهی که در ظرف مدت کوتاهی در آینده برگزار می‌شود، سرمایه لازم برای خرید اثر را از طریق اعتبارات بانکی تأمین مالی کند.

۶. نکته منفی آن است که شرکت در نمایشگاه‌های متعدد برای دلالتان زمان‌بر و پرهزینه است. ۷. به علاوه، نمایشگاه‌ها محیط فیزیکی وحشتناکی را برای تماشای هنر ارائه می‌دهند و از آن‌ها به عنوان "بهترین نمونه برای دیدن هنر به بدترین شکل" نام برده می‌شود. اغلب، آثار به‌طور تصادفی بدون هیچ احساسی و گاهی بدون دخالت یک کیوریتور^۲ در محیطی پر ازدحام (که برای ارزیابی آثار مناسب نیست) در کنار هم قرار گرفته‌اند. به دلیل اولویت مسائل امنیتی بر کمک به دیده‌شدن اثر، نمایشگاه‌ها اغلب بیش از حد نورپردازی می‌شوند.

اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۷) بازار خوش‌نویسی ایران را این‌گونه ترسیم می‌کنند که در آن مبادله به دو شکل مستقیم (سفارش‌های شخصی) و غیرمستقیم (از طریق واسطه‌های هنری مانند گالری‌ها) انجام می‌شود. مبادله غیرمستقیم، به دو دسته فروش رویدادی و فروش دائمی تقسیم می‌شود. در بازار خوش‌نویسی (و به‌طور عام، هنر)، نمایشگاه‌ها و اکسپوها جزو فروش‌های رویدادی محسوب می‌شوند و درآمد حاصل از این رویدادها موقتی است؛ بنابراین هنرمند خوش‌نویس نمی‌تواند به‌عنوان منبع درآمدی پایدار به اکسپوها تکیه کند.

در یک جمع‌بندی، ادبیات موضوع مرتبط با زیرساختارهای بازار کالاها و خدمات (که شامل بازارهای کالاها و خدمات فرهنگی و هنری نیز می‌شود) به‌صورت شماتیک و دسته‌بندی شده در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل (۱) طرح شماتیک دسته‌بندی زیرساخت‌های بازار کالاها و خدمات

۳. روش و داده‌های پژوهش

داده‌های این پژوهش برگرفته از پژوهش اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۷-۱۹) است. جامعه آماری این پژوهش، عبارت است از تمامی هنرمندان خوش‌نویس فارغ‌التحصیل انجمن خوش‌نویسان ایران که ساکن شهر مشهد هستند. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی و برای تصریح چهارچوب نظری، از مرور ادبیات، مشاهده و مصاحبه عمیق با ۴۸ هنرمند خوش‌نویس شهر مشهد استفاده شده است. سرانجام نیز داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. حجم نمونه، متشکل از ۳۳ نفر از هنرمندان خوش‌نویس ساکن شهر مشهد است.^۱

تحلیل واریانس از جمله روش‌های آماری برای بررسی اختلاف بین گروه‌ها یا دسته‌هاست. این روش به‌ویژه هنگامی کاربرد دارد که به‌جای دو گروه، چند گروه وجود داشته باشد و هدف بررسی این باشد که آیا میانگین‌های این گروه‌ها با هم برابر هستند یا اختلاف معنی‌داری بین آن‌ها وجود دارد؛ به‌طور مثال، در این پژوهش پرسش اصلی این است که از میان زیرساخت‌ها کدام یک می‌تواند اختلاف سطح درآمدی میان خوش‌نویسان را توضیح دهد؟ براساس توضیح‌های بالا، فرضیه صفر این است که میانگین مشاهده‌ها در گروه‌های ۱ تا k تفاوت معنی‌داری ندارند

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: اجتهادی، ابوترابی و ششجوانی (۱۴۰۰: ۱۷-۱۹)

$(H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k)$. فرضیه مقابل نیز این است که حداقل، میانگین یک گروه با سایرین متفاوت است.

ایده اساسی تحلیل واریانس این است که می‌توان میزان کل پراکندگی یک مجموعه آماری را به صورت چند بخش تفکیک کرد؛ به طوری که هر یک به منشأ یا علت خاصی از وجود پراکندگی مربوط باشد. از نظر ریاضی، در تحلیل واریانس "مجموع مربعات اختلاف مشاهده‌ها از میانگین کلی" به دو قسمت "مجموع مربعات انحراف مشاهده‌ها از میانگین گروه خود" و "مجموع مربعات انحراف میانگین هر گروه از میانگین کلی" جدا می‌شود. بر همین مبنا سطرها و ستون‌های جدولی که به جدول تحلیل واریانس (ANOVA) معروف است، ساخته می‌شوند.

۴. یافته‌های تجربی

در جدول ۳، در قطر اصلی یافته‌های تحلیل واریانس یک‌عاملی نشان داده شده است. این تحلیل واریانس، بدین صورت انجام گرفته که هنرمندان بر اساس زیرساختار مربوطه طبقه‌بندی شده‌اند و هر زیرساختار به پنج طبقه "بسیار کم"، "کم"، "متوسط"، "زیاد" و "بسیار زیاد" تقسیم و سپس به این پرسش پاسخ داده شده است که آیا اختلاف قابل توجهی میان درآمد هنرمندان خوش‌نویس براساس طبقه‌های هر زیرساختار وجود دارد؟ در تحلیل واریانس دوعاملی نیز به همین صورت عمل شده با این تفاوت که امکان بررسی آثار متقابل نیز فراهم است.

یافته‌های آزمون‌های F تحلیل واریانس یک‌عاملی نشان می‌دهند از میان شش زیرساختار منتخب، زیرساختارهای "چندشغله بودن"، "درآمد روانی"، "کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی" و "اکسپوها، کارنها و جشنواره‌ها" به طور معنی‌داری توانسته‌اند اختلاف میان سطوح درآمد خوش‌نویسان را توضیح دهند.

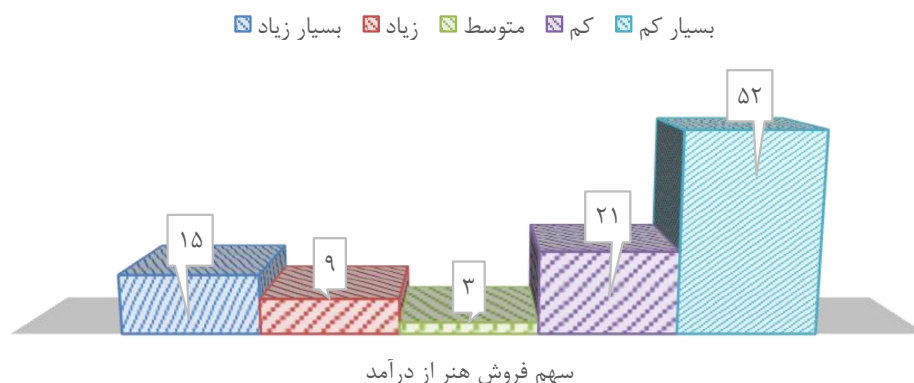
جدول ۳) تحلیل واریانس یک‌عاملی و دو‌عاملی

اکسپوها، کارنها و جشنوارهها (Expo)		سطح بازار (MT)		کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی (App)		درآمد روانی (MI)		چندشغله بودن (MJ)		بی‌ثباتی قوانین و مقررات (Uns)	
۲/۶۵°	Expo	۲/۵۸°	MT	۲/۴۱°	App	۲/۹۰°	MI	۱۰/۸***	MJ	۰/۳۸	بی‌ثباتی قوانین و مقررات (Uns)
۱/۱۶	Uns	۱/۶۷	Uns	۰/۵۳	Uns	۰/۱۰	Uns	۱/۷	Uns		
۰/۹۹	Expo & Uns	۲/۶۶°	MT & Uns	۰/۹۰	App & Uns	۰/۴۲	Uns & MI	۱/۴۲	MJ & Uns		
۴/۴۷**	Expo	۰/۳۳	MT	۰/۵۸	App	۸/۱۳***	MI	۱۲/۶۴***			چندشغله بودن (MJ)
۱۲/۲۲***	MJ	۱۳/۶۳***	MJ	۷/۵۷***	MJ	۱۷/۲۲***	MJ				
۳/۴۸**	Expo & MJ	۴/۶۱***	MT & MJ	۱/۶۲	App & MJ	۲/۱۵°	MI & MJ				
۳/۶۱**	Expo	۱/۲۰	MT	۸/۱۱***	App	۴/۷۹***					درآمد روانی (MI)
۶/۶۱***	MI	۴/۰۵**	MI	۱۰/۶۷***	MI						
۱/۹۵	Expo & MI	۱/۵۰	MT & MI	۰/۶۹	App & MI						
۳/۷۹**	Expo	۳/۰۰°	MT	۲/۷۰°							کاربرد نرم‌افزارها (App)
۳/۹۳**	App	۴/۳۴***	App								
۱/۵۵	Expo & App	۱/۵۶	MT & App								
۱/۹۴	Expo	۱/۶۱									نوع (سطح) بازار (MT)
۱/۴۰	MT										
۱/۹۲	Expo & MT										
۲/۵۱°										اکسپوها، کارنها و جشنوارهها (Expo)	

توضیح: ****، ***، ** و * به ترتیب معنی‌داری در سطح ۱، ۵ و ۱۰ درصد را نشان می‌دهند.

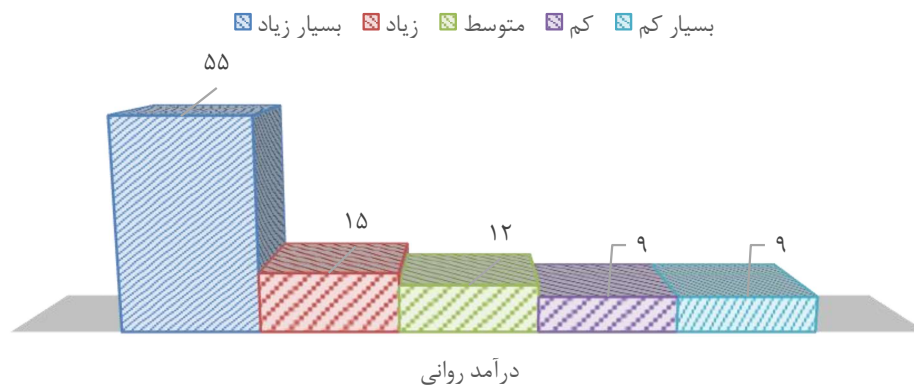
در تمامی ۱۵ تحلیل واریانس دو‌عاملی (به جز دو مورد) نقش انفرادی زیرساخت‌های "چندشغله بودن"، "درآمد روانی"، "کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی" و "اکسپوها، کارنها و جشنوارهها" تأیید شده است؛ البته شواهد ضعیفی در تحلیل واریانس دو‌عاملی نیز در حمایت از تعیین‌کننده بودن "سطح بازار" در اختلاف میان سطوح درآمد خوش‌نویسان وجود دارد. در ادامه، آمارهای توصیفی چهار زیرساختاری که توضیح‌دهندگی معنی‌دار و قابل توجهی برای اختلاف میان سطوح درآمد خوش‌نویسان دارند، گزارش می‌شود.

۱. چندشغله بودن: تقریباً ۷۳٪ از خوش‌نویسان مشهود بیان داشتند که درآمد حاصل از فروش آثار هنری، تنها بخش کوچکی از عوایدی آن‌ها را شامل می‌شود (این مؤلفه به‌طور معکوس نماینده‌ای برای میزان چندشغلگی هنرمندان در نظر گرفته می‌شود). این شواهد در حمایت از این ادعاست که هنرمندان درآمدهای سایر مشاغل مرتبط با هنر و حتی مشاغل غیرهنری خود را صرف تأمین معاش و یا تأمین مالی پروژه‌ها و تولیدات هنری خود می‌کنند (نمودار ۱).



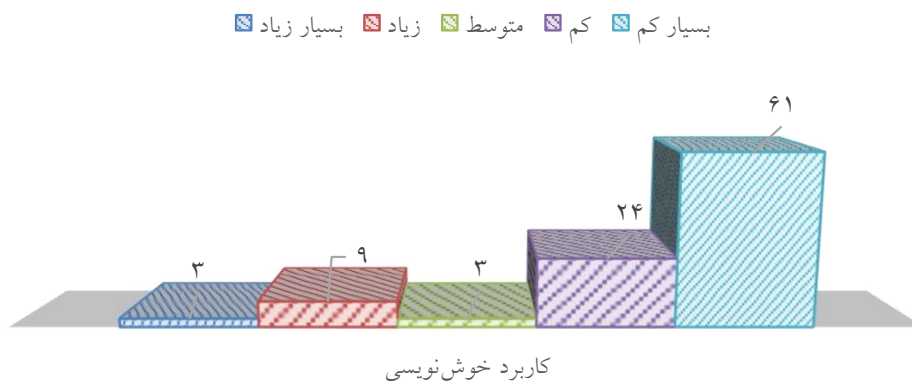
نمودار ۱) چندشغله بودن هنرمندان خوش‌نویس مشهود

۲. درآمد روانی: یافته‌ها نشان می‌دهد که فراوانی نسبی هنرمندان، با شدت اهمیت درآمد روانی افزایش می‌یابد. بیش از نیمی از نمونه (۵۵٪) اهمیت بسیار زیادی برای کسب لذت از نوشتن قائل هستند؛ بنابراین از یک سو هنرمندان به خاطر توجه زیاد به درآمد روانی و از سوی دیگر عدم کفایت درآمد هنری، به چندشغله بودن روی می‌آورند (نمودار ۲).



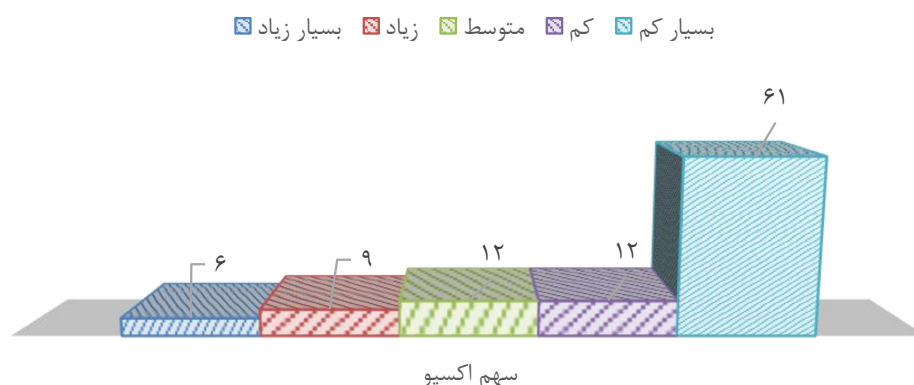
نمودار ۲) درآمد روانی هنرمندان خوش‌نویس مشهود

۳. کم شدن کاربرد خوش‌نویسی: براساس آمار توصیفی تنها ۱۵٪ از خوش‌نویسان کاهش کاربردهای خوش‌نویسی را تأیید کرده‌اند و ۸۵٪ با آن مخالف هستند و معتقدند این هنر، همچنان کاربردهای بسیاری دارد. به‌علاوه، نقش این عامل به‌طور معنی‌داری در توضیح اختلاف درآمد هنرمندان تأیید شده است (نمودار ۳).



نمودار ۳) کم شدن کاربرد خوش‌نویسی از نظر هنرمندان خوش‌نویس مشهد

۴. اکسپوها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها: بر اساس شواهد توصیفی، بیش از ۶۰٪ از هنرمندان خوش‌نویس اظهار داشته‌اند که هیچ درآمدی از فروش اثر در اکسپو و نمایشگاه نداشته‌اند. با توجه به اینکه درآمد هنرمندان اغلب کم است، برگزاری یک اکسپو یا فروش اثر در نمایشگاه می‌تواند درآمد خوش‌نویسان را به‌طور قابل توجهی افزایش دهد. لازم به ذکر است در رابطه با نمایشگاه‌ها باید به نقش واسطه‌ها نیز توجه شود. نبود یک شبکه واسطه‌گری خصوصی قوی به‌منظور گالری‌داری، کیوریتوری و... موجب شده است هنرمندان بازدهی لازم را از تحمل هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌ها کسب نکنند و انگیزه لازم برای این‌گونه اقدامات را نداشته باشند؛ درحالی‌که بخش اعظم درآمد هنری هنرمندان می‌تواند از طریق برگزاری نمایشگاه‌ها به‌دست آید؛ بویژه اینکه نمایشگاه‌های هنری از یک‌سو به کسب شهرت، درآمد و شناخته‌شدن هنرمندان کمک شایانی می‌کند و از سوی دیگر نااطمینانی مجموعه‌داران و سایر تقاضاکنندگان آثار هنری را کاهش می‌دهد (نمودار ۴).



نمودار ۴) سهم اکسیوها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها از درآمد هنرمندان خوش‌نویس مشهد

با استفاده از تحلیل واریانس‌های دوعاملی ۱۵ اثر متقابل میان این ۶ زیرساختار مورد بررسی قرار گرفت که چهار مورد آن‌ها از نظر آماری معنی‌دار هستند. در بررسی ارتباط آثار متقابل چندشغله بودن و کسب درآمد روانی، مشخص شد این دو زیرساختار بازار، علاوه بر توضیح‌دهندگی مستقل به‌طور همزمان نقش تعیین‌کننده‌ای در درآمد هنرمندان دارند (هم‌افزایی داشته‌اند). همچنین اثر متقابل ساختار بازار و بی‌ثباتی قوانین و مقررات تأیید شد. این مسئله نشان می‌دهد در مجموع، بی‌ثباتی قوانین و مقررات بخش فرهنگ به زیان هنرمندان فعال در بازار اولیه (همگانی) بوده؛ اما درآمد اندک خوش‌نویسانی که در بازار ثانویه (پرمایه) فعالیت می‌کنند را به‌طور معنی‌داری کمتر متأثر کرده است. از آنجاکه بیشتر هنرمندان خوش‌نویس، آثار خود را تنها در بازار اولیه عرضه می‌کنند، این یافته را این‌گونه می‌توان ارزیابی کرد که آن‌ها اهمیت ثبات سیستم قانونی و دستورالعمل‌های بخش‌های مدیریتی در سازمان‌ها و نهادهای متولی امر هنر را در کسب و کار هنریشان بالا ارزیابی می‌کنند و پای‌بندی به قوانین و دستورالعمل‌ها را یکی از ضرورت‌های محیط نهادی می‌دانند؛ در نتیجه، تغییرات مکرر مقررات بخش فرهنگ موجب غیرقابل پیش‌بینی بودن تحولات آینده و نیز افزایش ناطمینانی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های هنری به‌منظور کسب درآمد پایدارتر می‌شود.

اثر متقابل چندشغله بودن و سطح بازار در توضیح اختلاف سطح درآمد هنرمندان معنی‌دار شده است. این یافته نشان می‌دهد آن دسته از هنرمندانی که توانسته‌اند در بازار ثانویه (بازار پرمایه) فعالیت و حضور مستمر داشته باشند، نیاز کمتری به چندشغله بودن برای تأمین معاش و یا

تأمین مالی فعالیت هنری خود دارند و در نتیجه تمایل کمتری به فعالیت خارج از حرفه هنری (اعم از مشاغل مرتبط با هنر و یا مشاغل غیرهنری) دارند. همچنین اثر متقابل چندشغله بودن و برگزاری نمایشگاه‌ها و اکسپوها تأیید شده است که به خوبی نیاز بازار هنر به بهبود دسترسی به بازارها برای افزایش تکیه هنرمندان بر منابع درآمدی حاصل از کار هنری را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری و دلالت‌ها

در این پژوهش، با انتخاب یک زیرساختار کلیدی از هر کدام از شش ستون زیرساختارهای بازار هنر، با استفاده از روش تحلیل واریانس (ANOVA)، آزمون شد که آیا این زیرساختارها به صورت تکی و نیز در تعامل دوجه‌دو با هم می‌توانند تفاوت در سطوح درآمد خوش‌نویسان شهر مشهد را توضیح دهند؟

با توجه به معنی‌دار شدن توضیح‌دهندگی چهار تحلیل واریانس یک‌عاملی (چندشغله بودن، درآمد روانی، کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی، سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها) و چهار تحلیل واریانس دوعاملی (اثر متقابل چندشغله بودن و درآمد روانی، اثر متقابل چندشغله بودن و سطح بازار، اثر متقابل چندشغله بودن و سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها، اثر متقابل ساختار بازار و بی‌ثباتی قوانین و مقررات)، می‌توان دلالت‌هایی به شرح ذیل ارائه داد:

- اکثر خوش‌نویسان از محل درآمدهای مشاغل غیرهنری، کسب‌وکار خوش‌نویسی خود را "تأمین مالی درونی" کرده‌اند؛ بنابراین چندشغله بودن موجب شده هنرمندان دغدغه کمتری برای "تأمین مالی بیرونی" تولید هنری خود و در نتیجه وابستگی کمتری به اعتبارات بیرونی داشته باشند^۱.

- در مورد درآمد روانی می‌توان چنین استدلال کرد که هرچه درآمد روانی هنرمند بیشتر باشد، پذیرش درآمد پولی پایین‌تر برای هنرمند، امکان‌پذیرتر و حاضر است جریمه درآمدی قابل توجهی را (در مقایسه با همتایانش در سایر مشاغل) تحمل کند.

- در مورد کم‌کاربرد شدن خوش‌نویسی در طی زمان می‌توان چنین استدلال کرد که خوش‌نویسان در مقایسه با برخی هنرمندان که آثار هنری پرکاربردتری تولید می‌کنند، احتمالاً دارای درآمد پایین‌تری هستند.

۱. ۹۷٪ از خوش‌نویسان حاضر در نمونه این پژوهش، اعلام کرده‌اند که فعالیت هنری ایشان وابستگی کم و حتی بسیار کمی به استفاده از اعتبارات بیرونی داشته است.

- یافته‌ها در حمایت از این استدلال است که برگزاری اکسپوها و نمایشگاه‌های متعدد و دوره‌ای می‌تواند درآمد هنرمندان را به‌طور معنی‌داری افزایش دهد. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود نمایشگاه‌های دائمی و اکسپوهای دوره‌ای بیشتری در خوش‌نویسی برگزار شود.

- اثر چندشغله بودن بر درآمد هنرمندان خوش‌نویس با اثر مشترک این زیرساختار با زیرساختارهای درآمد روانی، سطح بازار و سهم نمایشگاه‌ها و اکسپوها همراه شده است. از این یافته‌ها می‌توان این‌گونه استدلال کرد که سه عامل درآمد روانی بالاتر، فعالیت در سطح پایین‌تر بازار (بازار اولیه) و سهم کمتر نمایشگاه‌ها و اکسپوها از عواید خوش‌نویسان موجب افزایش نیاز و در نتیجه، تمایل ایشان برای اشتغال به سایر حرفه‌های مرتبط یا نامرتبط به هنر شده است. این امر، سبب پذیرش جریمه درآمدی باقی‌ماندن در فعالیت هنری را توجیه می‌کند.

- در مورد بی‌ثباتی قوانین و مقررات، دو نکته حائز اهمیت هستند: نخست، نهادهای سیاست‌گذار مرکزی بخش فرهنگ در ایران، متعدد و مجزا از هم هستند^۱ و در نتیجه، ابهام فزاینده‌ای با انباشت قوانین و مقررات متکثر ایجاد شده است. دوم، دگرگونی‌های سیاسی در مورد نحوه مداخله دولت (از طریق تغییر در خطومشی‌ها و چهارچوب‌های ارزشی) موجب تغییر مداوم رژیم‌های سیاست‌گذاری می‌شود. این دو عامل با ایجاد بی‌ثباتی در سیستم مقرراتی بخش فرهنگ (و به‌طور عام‌تر، بخش خلاق)، سبب کاهش انگیزه هنرمندان برای ورود و توسعه فعالیت هنری می‌شود و امکان برنامه‌ریزی پیرامون آموزش، کسب مهارت و خلق اثر را مختل می‌کند. بدین جهت، از یک سو، فضا برای فعالیت عده اندکی (هنرمندان فعال در بازار پرمایه) بر پایه ارتباط با بدنه حاکمیت و اطلاع از رانت‌ها و امتیازات قانونی فراهم می‌شود و از سوی دیگر، طیف وسیعی از هنرمندان (عرضه‌کنندگان در بازار همگانی) ترجیح می‌دهند فقط برای اغنای روانی به هنر بپردازند و برای تأمین معاش به فعالیت‌های غیرهنری روی آورند. پیامد نهایی این بی‌ثباتی، از دست‌رفتن پتانسیل‌های درآمدزایی و ارزش‌آفرینی اقتصادی در بخش خلاق (و به‌طور خاص، بخش هنر) ایران است.

۱. شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، سازمان تبلیغات اسلامی، شورای عالی فضای مجازی، وزارت دادگستری، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و... و به‌علاوه در حوزه دیجیتال، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات.

• پیشنهادهای سیاستی که در بالا ارائه شد (و سایر پیشنهادهایی که خارج از گستره این پژوهش می‌توان ارائه داد)، شرط‌های لازم برای توسعه بازار هنر و افزایش درآمدهای هنری هنرمندان هستند. در عین حال، به نظر می‌رسد شرط کافی برای بیشینه‌سازی اثربخشی هر سیاستی در راستای توسعه بخش خلاق اقتصاد ایران، ایجاد یک چهارچوب قانونی باثبات، فراگیر و همه‌شمول برای این بخش است. به‌منظور تحقق این امر، لازم است وزارتخانه‌ای منسجم و یکپارچه برای بخش خلاق کشور ایجاد شود که بتواند نقش یک ناظر کلان^۱ را برای اتخاذ استراتژی توسعه اقتصادی و به‌تبع آن سیاست‌گذاری (اعم از تنظیمی و یا توسعه‌ای) ایفا کند؛ همانند آنچه در انگلستان به نام وزارت دیجیتال، فرهنگ، رسانه و ورزش^۲ ایجاد شده و عملاً ناظری واحد برای سیستم مقرراتی یکپارچه بخش خلاق این کشور است. در جمع‌بندی می‌توان گفت راه‌حل نهایی بهبود رفاه و سطح معیشت هنرمندان در کشورهای درحال توسعه‌ای همچون ایران که در آن‌ها شکاف فقر (چه برای هنرمندان سطح یک بازار و چه برای غیر آن‌ها) بزرگ است، بهبود و توسعه زیرساخت‌های بازار کالاها و خدمات بخش خلاق است.^۳

1. Mega-regulator

2. Department for Digital, Culture, Media & Sport: DCMS

۳. در کشورهای توسعه‌یافته که زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی بخش خلاق به‌خوبی توسعه یافته‌اند، شکاف فقر برای افراد باقی‌مانده زیر خط فقر چنان کوچک است که با پرداخت‌های انتقالی به‌راحتی پر می‌شود (Todaro & Smith, 2020: 228-230).

منابع

- ابینگ، هانس (۱۳۹۲). درآمدی بر اقتصاد استثنایی هنر: چرا هنرمندان فقیرند. ترجمه حمیدرضا ششجوانی و لایلا میرصفیان. اصفهان: تحقیقات نظری.
- اجتهادی، سمیرا؛ ابوترابی، محمدعلی؛ ششجوانی، حمیدرضا (۱۴۰۰). "زیرساختارهای بازار هنر، چندشغله بودن و درآمد هنری (مورد مطالعه: بازار خوش نویسی شهر مشهد)". بررسی مسائل اقتصاد ایران، دوره ۸، ش ۲ (پاییز و زمستان): ۳-۳۶.
- پاکباز، روئین (۱۳۹۳). دایره‌المعارف هنر. تهران: فرهنگ معاصر.
- ششجوانی، حمیدرضا (۱۴۰۰). "سیاست‌گذاری اقتصادی بخش فرهنگ؛ بررسی اثر سیاست تنظیمی کپی‌رایت بر درآمد نویسندگان ادبی در ایران". اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۱۶، ش ۳ (آذر): ۸۷-۱۰۳.
- ششجوانی، حمیدرضا؛ کاووسی، اسمعیل؛ قیومی، عباسعلی (۱۳۹۹). "برآورد جریمه درآمدی و تابع درآمد از دست‌رفته نویسندگان ادبی در ایران". بررسی مسائل اقتصاد ایران، دوره ۷، ش ۱ (شهریور): ۱۱۹-۱۳۲.
- قلیچ‌خانی، حمیدرضا (۱۳۹۲). درآمدی بر خوش‌نویسی ایرانی. تهران: فرهنگ معاصر.
- Alper, N. O., et al. (1996). *Artists in the Work Force: Employment and Earnings, 1970-1990*. Research Report No. 37. Washington DC: National Endowment for the Arts.
- Bourdieu, P. (1973). "Cultural Reproduction and Social Reproduction". In: Knowledge, Education and Cultural Change. R. Brown (Ed.). London: Tavistock: 71-122.
- Buchanan, J. M.; Tullock, G. (1962). *The Calculus of Consent, Logical Foundations of a Constitutional Democracy*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Di Maggio, P.; Hirsch, P. M. (1976). "Production Organizations in the Arts". *The American Behavioral Scientist*, Vol. 19, No. 6: 735-752.
- Etzioni, A. (1995). *The Spirit of Community: Rights, Responsibilities, and the Communitarian Agenda*. New York: Crown Publishers.
- Fender, J. (2005). "Self Employment, Education and Credit Constraints: A Model of Interdependent Credit Rationing Decisions". *Journal of Macroeconomics*, Vol. 27, No. 1: 31-51.

- Flug, K.; Spilimbergo, A.; Wachtenheim, E. (1998). "Investment in Education: Do Economic Volatility and Credit Constraints Matter?". *Journal of Development Economics*, Vol. 55, No. 2: 465-481.
- Gérard-Varet, L. A. (1995). "On Pricing the Priceless: Comments on the Economics of the Visual Art Market". *European Economic Review*, Vol. 39, No. 3-4: 509-518.
- Grimsey, D.; Lewis, M. (2004). *Public Private Partnerships: The Worldwide Revolution in Infrastructure Provision and Project Finance*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Hirschman, A. O. (1958). *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press.
- Hughes, T. P. (1984). *Networks of Power: Electrification in Western Society, 1880-1930*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Jochimsen, R. (1966). *Theorie der Infrastruktur, Grundlagen der Marktwirtschaftlichen Entwicklung*. Tübingen: JCBMohr (Paul Siebeck).
- Maisel, R. (1973). "The Decline of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 2: 159-170.
- Markusen, A. R.; Schrock, G.; Cameron, M. (2004). *The Artistic Dividend Revisited*. Project on Regional and Industrial Economics, Humphrey Institute of Public Affairs. Minnesota: University of Minnesota.
- Peterson, R. A.; Di Maggio, P. (1975). "From Region to Class, the Changing Locus of Country Music: A Test of the Massification Hypothesis". *Social Forces*, Vol. 53, No. 3: 497-506.
- Qalichkhani, H. z. (2012). *An introduction to Iranian calligraphy*. Tehran: Contemporary Culture.
- Stern, N.; Lankes, H. P. (1998). "Making the Most of Markets: The Role of IFIs". *EIB Papers*, Vol. 3, No. 2: 102-115.
- Thompson, D. (2011). "Art fairs: The Market as Medium". In: *Negotiating Values in the Creative Industries: Fairs, Festivals and Competitive Events*. B. Moeran & J. S. Pedersen (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press: 59-72.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy, Suggestions for an International Economic Policy*. New York: The Twentieth Century Fund.
- Todaro, M. P.; Smith, S. C. (2020). *Economic Development*. London: Pearson.
- Towse, R. (2014). *Advanced Introduction to Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- _____ (2019). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Velthuis, O.; Coslor, E. (2012). "The Financialization of Art". In: *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. K. Knorr Cetina & A. Preda (Eds.). Oxford: Oxford University Press: 471-487.

