

Art Market's Infrastructures, Multi Job-holding, and Artistic Income: The Case of Calligraphy Market in Mashhad

Samira Ejtehad^{*}, Mohammad Ali Aboutorabi^{}**

Hamid Reza Sheshjavani^{*}**

Abstract

Why are artists earning less than their counterparts? This question is a central debate in the literature of cultural economics. Infrastructures, which shape the relationships between market forces, play a key role in determining the level of market development, and consequently, employees' incomes. To investigate the effect of the infrastructures on the income of calligraphers in Mashhad, this paper suggests a stylized framework for art market infrastructures in the form of six pillars: institutional environment, business environment, supply side, demand side, market structure, and market access. Using Principal Component Analysis (PCA) method, a multidimensional index is extracted for each pillar. The results of Ordinary Least Squares (OLS) regressions indicate that besides "near to decision-making centers" and "expos"; "multiple job-holding" has a significant positive effect on artistic income, in line with the great emphasis placed on it in the literature on cultural economics. However, the deeper findings of this paper show that if the copyright

* M. A. in Economics of the Arts and Culture, Member of Calligraphers Association of Iran,
EjtehadSamira@gmail.com

** Assistant Researcher in Economics, Institution for Humanities and Cultural Studies, (Corresponding Author), Aboutorabi.econ@gmail.com

*** Member of The International Art Market Studies Association (TIAMSA), Sheshjavani@gmail.com

Date received: 03/03/2021, Date of acceptance: 12/06/2021



Copyright © 2018, This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

laws are fully applied, the “instability of laws and regulations” in the cultural sector is reduced, and an organized “distribution system” is established, “business start-up costs” is diminished, “share of government budget” to buy art products is increased, the relative allocation of calligraphers’ working time between artistic and non-artistic activities will change in favor of specialized artistic activity. Also, the higher the psychic income of artists, the more inclined they are to pursue multiple job-holding and transfer part of the income from other occupations to their profession.

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

JEL Classification: J22, D31, D40, Z11

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و درآمد هنری: مورد مطالعه بازار خوش نویسی شهر مشهد^۱

سمیرا اجتهادی*

محمدعلی ابوترابی**، حمیدرضا شش جوانی***

چکیده

چرا درآمد هنرمندان نسبت به همتایان‌شان پایین‌تر است؟ این مسأله از مباحث محوری در ادبیات علم اقتصاد فرهنگ است. زیرساختارها که روابط میان نیروهای بازار را شکل می‌دهند، نقشی کلیدی در تعیین سطح توسعه‌یافتگی بازار، و در نتیجه، میزان درآمد شاغلان دارند. این پژوهش، با هدف بررسی اثر این زیرساختارها بر درآمد خوش‌نویسان شهر مشهد، چارچوبی سبک‌وار برای زیرساختارهای بازار هنر در قالب شش ستون محیط نهادی، محیط کسب و کار، جانب عرضه، جانب تقاضا، ساختار بازار و دسترسی به بازار، پیشنهاد می‌دهد. با استفاده از روش تجزیه مؤلفه‌های اصلی، شاخص چندبُعدی وضعیت هر ستون استخراج شده است. نتایج برآزش‌های روش حداقل مربعات معمولی، نشان می‌دهد در کنار «نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری» و «اکسپوها»، همان‌گونه که ادبیات علم اقتصاد فرهنگ تأکید زیادی بر آن دارد؛ «چندشغلگی» اثر مثبت معنی‌داری بر درآمد هنری دارد. با این حال، یافته‌های عمیق‌تر این پژوهش نشان می‌دهد در صورت رعایت

* کارشناس ارشد، اقتصاد فرهنگ و هنر، فوق‌ممتاز انجمن خوشنویسان ایران،

EjtehadiSamira@gmail.com

** استادیار اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)،

aboutorabi.econ@gmail.com

*** عضو پیوسته انجمن بین‌المللی مطالعات بازار هنر (TIAMSA)، sheshjavani@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲



Copyright © 2018, This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

کامل قوانین «کپی‌رایت»، کاهش «بی‌ثباتی قوانین و مقررات» در بخش فرهنگ، بر خورداری از یک «نظام توزیع» متشکل، کاهش «هزینه‌های تأسیس کسب و کار»، افزایش «سهم سفارش‌های دولتی» برای خرید محصولات هنری، موجب می‌شود که تخصیص نسبی زمان کار هنرمندان خوش‌نویس، بین فعالیت هنری و غیر هنری، به نفع فعالیت تخصصی هنری تغییر کند. به علاوه، هر چه هنرمندان درآمد روانی بالاتری از هنر کسب می‌کنند، تمایل بیش‌تری به چندشغلگی و انتقال بخشی از درآمدهای مشاغل دیگر به حرفه اصلی خود دارند.

کلیدواژه‌ها: زیرساختارها، اقتصاد فرهنگ، بازار کالاها و خدمات، درآمد، چندشغلگی.

طبقه‌بندی JEL: J22, D11, D21, D31, D40, Z11

۱. مقدمه

اگر چه اجماعی نسبی میان اقتصاددانان فرهنگ درباره ویژگی‌های بازار کار هنرمندان و تأثیر آن بر درآمد ایشان وجود دارد، اما رابطه میان بازار کالاها و خدمات هنری و درآمد و معیشت هنرمندان کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. ادبیات مرتبط با درآمد و فقر هنرمندان عمدتاً بر پایه بررسی ویژگی‌های بازار کار هنرمندان متمرکز بوده و کم‌تر به مطالعه زیرساختارهای بازار کالاها و خدمات پرداخته شده است. این مسأله از آن جهت اهمیت دارد که کارکرد نادرست زیرساختارهای این بازار، ممکن است به نقصان در عملکرد کل سیستم منجر شده و یکی از علل پایین بودن نسبی درآمد اغلب هنرمندان باشد.

از دیرباز شهر مشهد به همراه اصفهان و قزوین مهم‌ترین قطب‌های هنر خوش‌نویسی به‌شمار می‌آیند. اهمیت تاریخی هنر خوش‌نویسی در شهر مشهد، انباشت سرمایه در این شهر (قاسمی، ۱۳۹۲)، موقعیت کلیدی مشهد به عنوان بزرگ‌ترین شهر آسیای مرکزی، سومین کلان‌شهر مذهبی جهان، وجود گنجینه‌های غنی خوش‌نویسی (از جمله گنجینه نفایس خوش‌نویسی موزه حرم امام رضا، موزه ملک و غیره)، بیش‌تر بودن تعداد خوش‌نویسان شهر مشهد نسبت به سایر شهرهای کشور (معاونت اداره کل ارشاد خراسان رضوی، ۱۳۹۵) و تعداد قابل توجه گردشگران مذهبی، بازار گسترده‌تری برای هنر خوش‌نویسی در این شهر (نسبت به سایر شهرها) ایجاد کرده است.

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۵

اگر چه در سال‌های اخیر علم اقتصاد هنر در محافل آکادمیک ایران به موضوعی تخصصی بدل شده، اما بررسی بازار هنرهای تجسمی (و به طور خاص، خوش‌نویسی) به دلیل عدم وجود داده‌های آماری کافی، مورد توجه قرار نگرفته است. از این‌رو، پژوهش حاضر بر آن است تا با گردآوری داده‌های بازار هنر خوش‌نویسی شهر مشهد، به تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه زیرساختارهای این بازار بپردازد. با توجه به این‌که هنوز پژوهش درخوری درباره توسعه زیرساختارهای بازار هنر به طور کلی و هنر خوش‌نویسی به طور اخص مشاهده نشده، پژوهش حاضر در پی آن است که: یکم، زیرساختارهای تعیین‌کننده بازار هنر را در قالب یک چارچوب نظری پیشنهادی (مشمول بر ۶ ستون) دسته‌بندی کند؛ دوم، وضعیت این زیرساختارها در بازار هنر خوش‌نویسی شهر مشهد را در یک نمونه تصادفی از خوش‌نویسان و با ابزار پرسشنامه بسنجد؛ سوم، اثر آن‌ها بر درآمد هنری و انگیزه چندشغلگی خوش‌نویسان را برآورد کند.

صورت‌بندی مقاله به این شرح خواهد بود: در بخش دوم، مرور ادبیات موضوع؛ بخش سوم، معرفی روش‌های آماری؛ بخش چهارم، یافته‌های پژوهش؛ و در بخش پایانی، نتیجه‌گیری و پیشنهادهایی جهت توسعه زیرساختارهای بازار هنر در ایران ارائه می‌شود.

۲. ادبیات موضوع

زیرساختارها اجزایی از ساختارها در اقتصاد هستند که تسهیل‌کننده جریان کالا و خدمات بین خریدار و فروشنده می‌شوند (بانوک، ۱۳۹۴: ۱۵۸). زیرساختارها به مجموعه‌ای از منابع ملموس و ناملموس گفته می‌شود که دارای پیوندهایی سیستماتیک با یکدیگر هستند و ادامه فعالیت یک واحد اقتصادی را میسر می‌کنند. زیرساختارها به دو دسته اقتصادی و اجتماعی دسته‌بندی می‌شوند، که هر یک نیز به مجموعه‌های نرم و سخت قابل تقسیم هستند (گرمسی و لويس (Grimsey & Lewis)، ۲۰۰۴: ۲۱-۲۳).

ماسگریو (Musgrave) (۱۹۷۱) زیرساختارهای اجتماعی را بخش «ضروری» توسعه می‌داند و هر یک از زیرساختارها را در قالب فعالیت اجتماعی مطلوب یا «کالای شایسته (Merit good)» منظور می‌کند. البته ممکن است در برخی مواقع بر اساس سیاست‌های موجود در هر کشوری، بعضی از زیرساختارها مکمل یکدیگر باشند. مثلاً همان مقدار که زیرساختارهای اجتماعی مانند افزایش مهارت، سلامتی و افزایش روحیه

نیروی کار می‌تواند بر بهره‌وری کار، افزایش کیفیت زندگی و توسعه بخش صنعت مؤثر باشد، به همان میزان زیرساخت‌های اقتصادی مانند بهبود شرایط حمل و نقل می‌تواند بهبود سطح زندگی را تحت تأثیر قرار دهد.^۲

زیرساخت‌ها در پیوندی سیستماتیک با یکدیگر، موجبات افزایش کارایی و توسعه بازارها را فراهم می‌آورند. در یکی از اولین تلاش‌ها برای دسته‌بندی زیرساخت‌ها، اجلاس جهانی اقتصاد داووس (World Economic Forum Davos) (۲۰۰۸) عوامل تعیین‌کننده توسعه سیستم مالی را به هفت ستون (محیط نهادی، محیط کسب و کار، ثبات مالی، خدمات بانکی، خدمات غیربانکی، بازارهای مالی و دسترسی مالی) تقسیم کرد؛ که هر ستون شامل تعدادی از زیرساخت‌ها است. به عبارت دیگر، عوامل موجد این ستون‌ها، زیرساخت‌هایی هستند که فضای کنش‌گری در بخش مالی اقتصاد را شکل می‌دهند. این اجلاس تأکید می‌کند که کیفیت بالای زیرساخت‌ها، متضمن بهره‌مندی حداکثری اقتصادها از آثار مثبت بالقوه توسعه مالی خواهد بود.

در پژوهش حاضر نیز زیرساخت‌ها در قالب شش ستون مشخص شده‌اند که سه ستون «محیط نهادی»، «محیط کسب و کار» و «دسترسی»، به تأسی از اجلاس جهانی داووس (۲۰۰۸) انتخاب شده و ستون‌های «جانب عرضه»، «جانب تقاضا»، و «ساختار بازار» توسط پژوهش‌گران پیشنهاد شده است.

- ستون محیط نهادی (Institutional environment)

نهادها به مثابه قواعد بازی در یک جامعه هستند و محیط نهادی به نحوه ترکیب و چیدمان قواعد بازی اشاره دارد. در واقع، محیط نهادی، تعیین‌کننده قواعد بازی، هم برای سازوکار دولت، هم برای سازوکار بازار و هم برای روابط میان دولت و بازار در سیستم اقتصادی است. طبق نظر نورث (North) (۱۹۹۰)، نهادها می‌توانند به صورت رسمی (مانند قوانین سیاسی اقتصادی و قوانین قراردادها) و یا به صورت غیررسمی (مانند رفتارها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها) شکل بگیرند.

در این پژوهش، زیرساخت‌های محیط نهادی شامل کپی‌رایت، بی‌ثباتی قوانین و آمیختگی خوش‌نویسی با مذهب، عرفان و ایدئولوژی می‌شود.

۱) **کپی‌رایت (Copyright):** مجموعه حقوقی که دارنده آن قادر به کنترل استفاده‌های مختلف از اثرش مانند هر گونه تکثیر، توزیع، اقتباس و اجرای عمومی است. بخشی از این حقوق، قابل انتقال است، به این معنا که می‌توان آن‌ها را خرید و فروش کرد. در لحظه آفرینش اثر (به عنوان مثال، نوشتن کتاب یا ضبط یک آهنگ)، هنرمند از حمایت کپی‌رایت برای آن اثر برخوردار می‌شود. در عمل، حق چاپ به ندرت با آفرینش‌گر باقی می‌ماند؛ و معمولاً آن را به ناشر و توزیع‌کننده واگذار می‌کنند. این واسطه‌ها از حق کپی‌رایت و اگذار شده منافع کسب می‌کنند. ماهیت قابل انتقال و قابل مبادله بودن حقوق کپی‌رایت، به‌عنوان دارایی‌های ناملموس برای صنایع تولید محتوا عمل می‌کند (هاگرت (Haggart)، ۲۰۱۴: ۱۲-۱۳).

در ایران اگر چه مطابق قانون مؤلفین و مصنفین مصوب ۱۳۴۸ نقض کپی‌رایت جرم محسوب می‌شود، اما هزینه صریح و ضمنی پیگیری شکایت برای هنرمندان بسیار بالا است (شش جوانی، ۱۳۹۱: ۷۱). از این‌رو، خوش‌نویسان در مواجهه با افراد یا رسانه‌هایی که به آثار آن‌ها دسترسی دارند، احساس نا اطمینانی می‌کنند. وجود و رعایت قانون کپی‌رایت با هزینه‌ای کارآ، به عنوان زیرساختاری جهت افزایش کارایی بازار عمل می‌کند.

۲) **بی‌ثباتی قوانین:** نهادهای سیاست‌گذار در بخش فرهنگ کشور متعدد و متکثر هستند؛ از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان نهادی فراقوه‌ای، وزارت اطلاعات، وزارت کشور، شورای عالی فضای مجازی، قوه قضاییه؛ حتی ائمه جمعه، شوراهای شهر و سازمان‌های فرهنگی-هنری شهرداری در کلان‌شهرها، گاه تأثیرگذاری بالاتری از دولت دارند. بنابراین، برخوردهای صلاح‌دید و موازی‌کاری‌های بسیاری در مقررات‌زایی و سیاست‌گذاری برای بخش فرهنگ در ایران وجود دارد.

۳) **آمیختگی با مذهب:** به صورت تاریخی، خوش‌نویسی برای مقاصد دیوانی و مذهبی و در معماری بناهای مذهبی و زیارت‌گاه‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. به علاوه خوش‌نویسان جزو اقلیت باسواد دسته‌بندی می‌شدند و سواد تا پیش از دوره قاجاریه، سواد حوزوی بود. این رویه به مرور زمان در تولید اثر خوش‌نویسی مسلط شده و گفتمان اصلی این هنر را شکل داده است. البته هنر خوش‌نویسی دچار نوعی تأخر فرهنگی (Cultural lag) است. بدین معنا که تحولات وسیع اجتماعی و فرهنگی، برخی کارکردها و حتی شیوه‌های

تولیدی خوش‌نویسی را تغییر داده، اما ذهنیت گفتمانی مسلط، همانی است که پیش‌تر بوده است. از این‌رو، فرض پژوهش حاضر این است که اگر چه گفتمان جدید «بازار هنر» به عنوان بدیل گفتمان سنتی در حال تسلط یافتن بر دنیای خوش‌نویسی است؛ اما شیوه‌های سابق به عنوان عاملی مؤثر، محیط نهادی بازار این هنر را تحت تأثیر خود گرفته است (البته این پیش‌فرض، در مصاحبه با خبرگان نیز تأیید شد).

– ستون محیط کسب و کار (Business environment)

محیط کسب و کار، مجموعه عواملی است که بیرون از بنگاه و خارج از کنترل مدیران آن است. این عوامل می‌توانند به درونی یا بیرونی، اقتصادی یا غیراقتصادی تقسیم شوند (ووکوویچ و همکاران (Vučković et al.)، ۲۰۲۰: ۲۴۴). در پژوهش حاضر، این ستون شامل زیرساخت‌های نظام توزیع، چندشغلی، دسترسی به اعتبارات بیرونی، عضویت در انجمن‌ها، نسبت جمعیت شاغل در خوش‌نویسی به کل هنرها، هزینه راه‌اندازی کسب‌وکار، تعداد سال‌های تحصیل مدرک و هزینه آموزش است.

(۴) نظام توزیع: تکنولوژی مصرف‌کننده (Consumer technology) و شیوه‌های ارتباط با مخاطب را سازماندهی می‌کند و بازارهای هنر را توسعه می‌دهد. شناخت نظام توزیع، مستلزم شناخت چگونگی کارکرد بازار هنر است. در این بازار، گالری‌ها و دلالات، قراردادهایی با هنرمندان برای فروش‌های احتمالی منعقد می‌کنند و خدماتی مثل نمایش آثار، چانه‌زنی برای قیمت و فروش را ارایه می‌دهند. برخی هنرمندان ترجیح می‌دهند آثارشان را در آتلیه و کارگاه خودشان به فروش برسانند (توت (Towse)، ۲۰۱۴: ۵۵). بازار خوش‌نویسی شهر مشهد، عمدتاً از نوع بازار اولیه است و اکثر آثار خوش‌نویسان این شهر در سطح محلی عرضه می‌شود. به همین جهت، نظام توزیع آن عمدتاً مبتنی بر مغازه‌گالری‌ها، گالری‌ها و فروش آثار در نمایشگاه‌ها است. با این وجود، همانند بازار سایر هنرها، تنها تعداد اندکی از خوش‌نویسان توانسته‌اند آثار خود را در سطوح بالاتر بازار (بازار ثانویه یا پرمایه) نیز عرضه کنند.^۳

(۵) چندشغلی (Multiple job-holding): بسیاری از هنرمندان، علاوه بر کار هنری، به کارهای غیر هنری نیز مشغول هستند و اغلب بیش از یک شغل دارند. هنرمندان برای تأمین معیشت و مخارج زندگی، نیازمند کسب درآمدی بیرون از دنیای هنر هستند. بسیاری از هنرمندان، علاوه بر فعالیت هنری، در کارهای مرتبط به هنر مانند تدریس و داوری

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۹

مسابقات هنری، و حتی در فعالیتهای مستقل از هنر، مشغول به کار هستند. البته تأمین وجوه لازم برای پروژههای هنری، انگیزه دیگری است که هنرمندان را به چندشغلگی ترغیب می‌کند (توث، ۲۰۱۹: ۳۰۰).

۶) دسترسی به اعتبارات بیرونی: تأمین مالی هنر از اواخر دهه ۱۹۶۰ به دو دلیل شتاب گرفت: نخست آن‌که قیمت‌های بالای کالاهای هنری در حراجی‌ها، توجه اقتصاددانان و رسانه‌های بسیاری را به خود جلب کرد. دوم این‌که سرمایه‌گذاری در هنرها علاوه بر بازده انتظاری بالا، پوششی کاراً در برابر تورم است (فلتهوش و کسلر (Velthuis & Coslor)، ۲۰۱۲).

در سطح خرد، منابع مالی به شیوه‌های متفاوتی در دسترس قرار می‌گیرند؛ برخی از این منابع عبارتند از: منابع شخصی هنرمند (مانند ارث)، حامیان مالی، دریافت وام، به‌کارگیری سرمایه‌های ریسک‌پذیر، یارانه‌های دولتی (کالتر، ترجمه شش‌جوانی، ۱۳۸۶).

زمانی که قرض گرفتن محدود می‌شود، تولیدکنندگانی که به وام‌های واسطه‌های مالی دسترسی دارند، بازده بالاتری کسب می‌کنند. این موضوع، انگیزه‌ای برای دیگران ایجاد می‌کند که تکنولوژی لازم برای دسترسی به وام‌های سرمایه‌گذاری را به دست آورند (خان (Khan)، ۲۰۰۱). بنابراین باید توجه داشت که افزایش اندازه و عمق خدمات مالی، لزوماً به معنی دسترسی تمام عاملان اقتصادی به آن‌ها نیست؛ هنرمندانی که دسترسی بالاتری به منابع مالی دارند، از مزیت رقابتی بیشتری نسبت به رقبای برخوردار هستند.

۷) عضویت در انجمن‌ها: کارکرد اساسی سرمایه اجتماعی، توانمندسازی افراد برای هم‌گروه‌شدن جهت دستیابی به منافع جمعی است. این منافع همان‌طور که به هر فرد داخل گروه تعلق می‌گیرد، برای همه افراد گروه نیز وجود دارد (وارن (Warren)، ۲۰۰۸). تقسیم اطلاعات میان اعضای گروه، هزینه‌های مبادلاتی را کاهش می‌دهد. هم‌چنین، احساس تعلق به گروه، تصمیم‌گیری جمعی را تسهیل می‌کند؛ به علاوه، با همسبستگی و تأثیر متقابلی که از طریق شبکه‌های گروهی بروز می‌کند رفتارهای فرصت‌طلبانه کاهش می‌یابد (موانگی و اوما (Mwangi & Ouma)، ۲۰۱۲). «مطالعات تاریخی نیز نشان می‌دهد از گذشته سازمان‌هایی شبیه به اتحادیه وجود داشته‌اند که قواعد حرفه‌ای هنری، تضمین کیفیت، قواعد سخت برای ورود به بازار، و حتی گاهی قیمت آثار را تعیین می‌کردند تا از درآمد

هنرمندان حفاظت کنند» (ایبینگ، ترجمه شش جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۲: ۲۲۴). البته انجمن خوش‌نویسان ایران، چنین کارکردی را ایفا نمی‌کند.

۸) نسبت جمعیت شاغل در خوش‌نویسی به کل هنرها: تصور این است که در هنر همانند سایر حرفه‌ها، هر چه تعداد افراد شاغل بیش‌تر باشد، امکان چانه‌زنی جمعی قوی‌تری فراهم می‌کند و افراد منافع بیش‌تری به دست می‌آورند. درست به همین خاطر است که صنف تشکیل می‌شود تا مشارکت افزایش یابد. اما در اغلب هنرها، کم بودن موانع ورود به بازار، باعث مزاد عرضه کالاها و خدمات شده است؛ و به تعبیر ایبینگ (ترجمه شش جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۲: ۱۹۵) «آن‌چه مرا در جای‌گاه اقتصاددان گیج می‌کند، این نیست که چرا حجم مصرف بالاتر نیست، بل این است که چرا تعداد هنرمندان، به نسبت تقاضا، پایین نمی‌آید تا درآمدها خودبه‌خود تعدیل شود».

۹) هزینه راه‌اندازی کسب و کار: برای تأسیس یک واحد تجاری، فعالیت‌های خاصی انجام می‌شود که مستلزم صرف هزینه‌هایی است. انگیزه پرداخت این هزینه‌ها، کسب منافع آتی است، اما معمولاً منافع آتی اندکی دارد. این هزینه‌ها در بازار اولیه هنر که حاشیه سود آن پایین است، برای توسعه بازار چالش‌برانگیزتر است. هر چه هزینه تأسیس کسب و کار (ورود به بازار) پایین‌تر باشد، توسعه بازار سریع‌تر صورت می‌پذیرد.

۱۰) تعداد سال‌های تحصیل مدرک: فعالیت‌های هنری (هر چند نه کاملاً)، به آموزش تخصصی وابسته است. سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی یکی از راه‌هایی است که به واسطه آن، تصمیم افراد برای ادامه آموزش توضیح داده می‌شود. بر این اساس، افراد منابع خود را تا جایی صرف آموزش می‌کنند که در نتیجه آن، بتوانند با کسب درآمد اضافی، بازده معقولی را به دست آورند (توٹ، ۲۰۱۴).

با توجه به این که تعداد سال‌های آموزش خوش‌نویسی بین ۵ تا ۱۵ سال است، و نیز درآمد حاصل از خوش‌نویسی معمولاً بالا نیست، به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری در آموزش آن، چندان سودآور نباشد. این ویژگی باعث می‌شود تا توسعه بازارهایی که در آن‌ها، منابع برای تأمین مالی آموزش تجهیز می‌شوند، دشوار گردد. اطلاعات ناقص، هزینه‌های پایش را افزایش می‌دهد؛ ناممکن بودن استفاده از سرمایه انسانی به عنوان وثیقه، قرض‌دهندگان را محتاط‌تر می‌سازد؛ تغییر ناپذیری و بازگشت ناپذیری سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی نیز سرمایه‌گذاران را محتاط‌تر می‌کند، و سرانجام این واقعیت که بازدهی سرمایه انسانی در

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۱۱

بلندمدت عاید می‌شود، باعث تشدید تمامی این مسائل می‌گردد (فلاگ و همکاران (Flug et al.)، ۱۹۹۸).

۱۱) هزینه آموزش: فرض این است که آموزش، بهره‌وری را بالا می‌برد. یکی از مشکلات اتکاء به این فرض، در هنر این است که آموزش رسمی ممکن است چیزی به «استعداد» یا توانایی طبیعی فرد که لازمه‌ی ارتقاء بهره‌وری او است، نیفزاید. مسأله دیگر این که به نظر می‌رسد، درآمد هنرمندان با بالا رفتن سن یا طول مدت زمان تحصیل، افزایش نمی‌یابد. داشتن درجه یا مدرک در هنر، مزیت اندکی به شمار می‌آید. از این گذشته، بسیاری از سازمان‌های هنری، تمهیداتی برای خودشان دارند؛ مثل بررسی مشخصات حرفه‌ای کار یا برگزاری آزمون (توث، ۲۰۱۴: ۳۵).

- ستون جانب عرضه بازار (Supply-side of market)

در پژوهش حاضر، این ستون شامل زیرساختارهای هزینه تمام شده اثر، حاشیه سود، وابستگی به اعتبارات بیرونی، درآمد روانی و مکانیسم قیمت‌گذاری است.

۱۲) هزینه تمام شده اثر: علی‌رغم پیشرفت فن‌آوری، کم‌تر می‌توان از هزینه تولید آثار هنری کاست. این مسأله خصوصاً در تولیداتی که «نرخ نهایی جانشینی فنی» پایین یا صفر دارند (مانند تئاتر) بیش‌تر است. بامول و بوون (Baumol & Bowen) (۱۹۶۶) این وضعیت را بیماری هزینه (Cost disease) در هنر نامیده‌اند.

۱۳) حاشیه سود: در هنرهایی مانند خوش‌نویسی که دارای مواد اولیه ارزان‌تر به نسبت هنرهایی چون موسیقی و نقاشی است، طبق نظرات خبرگان، حاشیه سود بالا است. این درحالی‌ست که زمان فراگیری و دریافت مدارک معتبر هنری در خوش‌نویسی بیش‌تر از برخی دیگر هنرها است. به عنوان مثال، مدرک کارشناسی نقاشی با گذراندن دوره ۴ ساله استاندارد دانشگاهی کسب می‌شود، اما فراغت از تحصیل در انجمن خوش‌نویسان ایران با گذراندن دوره هنرجویی و کسب مدرک ممتاز (معادل دوره کارشناسی)، دارای زمان‌بندی استاندارد نیست و تا حدودی رابطه‌محور و مبتنی بر انگیزه‌های فردی نیز هست؛ که به‌عنوان مانعی برای ورود خوش‌نویسان به بازار کار عمل می‌کند.

۱۴) وابستگی به اعتبارات بیرونی (External finance): هر بنگاه برای تأمین مالی پروژه‌های خود ناگزیر به استفاده از تأمین مالی درونی (با تکیه بر وجوه انباشته شده درون بنگاه)، یا تأمین مالی بیرونی (با تکیه بر وجوه تجهیز شده توسط سیستم مالی)، و یا ترکیبی

از این دو است. برخی از پروژه‌ها وابستگی بیش‌تری به تأمین مالی بیرونی داشته و با تکیه صرف بر وجوه درونی بنگاه تأمین مالی نمی‌شوند. این‌گونه پروژه‌ها در صورتی که در محیطی برخوردار از یک سیستم مالی توسعه‌یافته اجرا شوند، دارای مزیت رقابتی مضاعف خواهند بود؛ در غیر این صورت، اجرای آن‌ها ممکن است بازده اقتصادی لازم را نداشته باشد.

(۱۵) درآمد روانی: پاداش‌های غیرپولی برای بیش‌تر هنرمندان مهم است. هنرمندان، آن‌قدر که به فکر رضایت شخصی و جایگاه خود هستند، به فکر پول نیستند. ایننگ (ترجمه شش‌جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۲: ۲۱۷) بیان می‌کند که هنرمندان در مقایسه با سایر حرفه‌ها کم‌تر به پول علاقه دارند، بنابراین منحنی بی‌تفاوتی آن‌ها، شیب تندتری دارد. منظور از جایگاه، پاداش‌های غیرپولی بیرونی است؛ پاداش‌هایی مانند شناخته‌شدگی و شهرت. ترکیب رضایت شخصی به منزله پاداش غیرپولی درونی و جایگاه به منزله پاداش غیرپولی بیرونی را درآمد روانی می‌گویند. این امر باعث تحمیل خودخواسته جریمه درآمدی (Earnings penalty) به ایشان می‌شود.^۴

(۱۶) مکانیسم قیمت‌گذاری (Pricing mechanism): معیارهای حاکم بر تعیین قیمت آثار هنری بسیار متنوع بوده و عبارتند از: هویت تاریخی، اعتبار از طریق منتقدان، جوایز، پاداش‌ها و کارنامه‌های مهم در مؤسسات عمومی (زورلونی، ترجمه شش‌جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۵؛ شش‌جوانی، ۱۳۹۵)، هویت سبکی، محتوا، تکنیک و اندازه^۵، تعداد کپی، تاریخ اجرای اثر^۶ (شش‌جوانی، ۱۳۹۵).^۷

- ستون جانب تقاضای بازار (Demand-side of market)

در این مطالعه، کاهش کاربرد خوش‌نویسی، سلیقه مصرف‌کننده، قدرت خرید، پیشرفت تکنولوژی و ساخت نرم‌افزارهای خوش‌نویسی، تمایل به خرید اثر کپی و سهم دولت در تقاضا به عنوان زیرساختارهای تعیین‌کننده ستون جانب تقاضای بازار انتخاب شده است.

(۱۷) کاهش کاربرد خوش‌نویسی: به نظر می‌رسد خوش‌نویسی در جامعه در حال گذار ایران، کاربرد سابق خود را از دست داده است. تغییر جمعیت باسواد کشور، همگانی شدن آموزش، همگانی شدن ماشین‌های تایپ و کامپیوترهای شخصی و نیاز به سرعت عمل در کارها، خوش‌نویسی را از کاربردهای پیشین دور کرده است.

زیرساخت‌های بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۱۳

۱۸) **سلیقه مصرف‌کننده:** تمایل به پرداخت، متأثر از سلیقه مصرف‌کننده در انتخاب کالا است. سلیقه افراد مستقیماً مشاهده‌پذیر نیست؛ چرا که هیچ معیار عینی‌ای برای سنجش آن وجود ندارد. بنابراین اگر سیاستی بخواهد با پایین آوردن قیمت، مصرف‌کننده را به سطح مصرف بالاتر تشویق کند، ممکن است اثربخش نباشد (توت، ۲۰۱۴: ۱۶). آثار هنری می‌تواند با انگیزه‌های شخصی، زیبایی‌شناختی و یا مالی خریداری شود (جرارد-وارت (Gerard-Varet)، ۱۹۹۵).

۱۹) **قدرت خرید (Purchasing power):** هم در بازار پرمایه (ثانویه) و هم در بازار همگانی (اولیه)، «قدرت خرید» یکی از تعیین‌کننده‌های حجم معاملات است. تفاوت میان این دو بازار در این است که ارزش بازاری محصولات هنری در بازار پرمایه، وابسته به «تمایل به پرداخت» گروه کوچکی از ثروتمندان است، در حالی که در بازار همگانی، وابسته به «تمایل به پرداخت» گروه بزرگی از مصرف‌کنندگان کم‌درآمدتر است. از آن‌جاکه ثروتمندان درآمد قابل تصرف فراوانی دارند، بر ارزش بازاری محصولات هنری، بسیار بیش‌تر از افراد کم‌درآمد اثرگذار هستند. البته اگر قیمت‌ها به اندازه کافی پایین باشد و افراد «کم‌درآمد» هم به اندازه کافی زیاد باشند، قدرت جمعی آن‌ها می‌تواند به همان اندازه، اثرگذار باشد (ایبینگ، ترجمه شش‌جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۲: ۹۸-۹۹).

۲۰) **ساخت نرم‌افزارهای خوش‌نویسی:** نرم‌افزارهای خوش‌نویسی به عنوان یکی از مظاهر و کاربردهای تکنولوژی در هنر، مستقیماً با بحث بیماری هزینه مرتبط است. با تغییرات سریعی که در استفاده از کامپیوتر و به‌کارگیری فونت‌های فارسی در آن پیش آمد، گرافیست‌ها و برنامه‌نویسان توانستند بر اساس قواعد خوش‌نویسی، فونت‌هایی ابداع کنند که آن‌ها را از وابستگی به خوش‌نویسان می‌رهانید. بامول و بوون (۱۹۶۶) بیماری هزینه را فرآیندی تبیین کردند که طی آن، دستمزد نیروی کار افزایش می‌یابد، اما منجر به افزایش بهره‌وری نیروی کار نمی‌شود. آن‌ها معتقد بودند همگام با افزایش درآمدهای سرانه، مردم قدرت خرید بیشتری نسبت به صد سال پیش پیدا کرده‌اند و هزینه نیروی کار نیز بالا رفته است. اما از آن‌جاکه هنرها (از جمله خوش‌نویسی)، «خدمات شخصی به‌هنگام (Real-time Personal Service)» هستند، تحت تأثیر پیشرفت تکنولوژی نتوانستند به همان نسبت از نیروی کار استخدام‌شده در هر اجرا بکاهند، بنابراین هزینه‌های تولید اثر هنری بالا

رفته است. در نقطه مقابل، نرم‌افزارهای کامپیوتری بخشی از نیازهای غیرهنری بازار را برطرف کرده و در نتیجه، انتظار می‌رود درآمد هنرمندان بر اثر آن، کاهش یافته باشد.

(۲۱) تمایل به خرید اثر کپی: دو وجه دارد: (۱) کپی اثر به خاطر امکان فنی، که بر اثر آن قیمت کپی ارزان‌تر از آثار اصل خواهد بود؛ (۲) اجرا بدون دخالت تکنولوژی، بدین معنا که ایده یا طرح‌هایی که زیبا و پرفروش هستند کپی می‌شوند. آن‌چه در این پژوهش مدنظر است، نوع دوم تمایل به خرید اثر است. مریدی (۱۳۹۴: ۲۶۶-۲۷۹) نشان می‌دهد که بازار نسخه‌های کپی و اصل با هم موازی هستند. نسخه‌های اصلی، کارکرد سرمایه‌گذاری دارند، در حالی که نسخه‌های کپی برای مصرف زیبایی‌شناختی به کار می‌روند و نه تنها خطری برای بازار نسخه‌های اصلی به شمار نمی‌آیند، بل که باعث شهرت نسخه اصلی نیز می‌شوند. هم‌چنین تقاضا را برای خرید نسخه اصلی افزایش می‌دهند و موجب رونق بازار نسخه اصل می‌گردند.

(۲۲) سهم سفارش‌های دولتی: در کشورهایی با رویکرد ایدئولوژیک به هنر (مانند کوبا، چین، آلمان شرقی؛ قبل از فروپاشی شوروی، ایران قبل و بعد از انقلاب)، دولت‌ها با توجیه «کالای عمومی بودن» هنرها، یکی از عمده خریداران محصولات هنری بوده و هستند. در واقع دولت، بزرگ‌ترین سفارش‌دهنده کار هنری، مطابق ذوق خود است؛ بنابراین مداخله دولت در بازار هنر، تغییرات زیادی در درآمد هنرمندان و وضعیت معیشتی آنان ایجاد می‌کند.^۸

در مقابل، پیکاک (Peacock) (۲۰۰۶: ۱۱۳۰) برای لزوم محدود کردن مداخله دولت به نفع هنر از طریق یارانه‌ها یا اعطای اعتبارات، دلالت سیاستی مهمی را ارائه می‌دهد:

[هنر به‌عنوان کالای عمومی] می‌تواند مداخله دولت را توجیه کند: برای پروژه‌های پر ریسک نوآورانه، هنگامی که اعمال حقوق کپی‌رایت کافی نیست؛ یا برای تقسیم ریسک هنگامی که عملکرد تجاری متأثر از ناطمینانی‌های سیاسی است. به غیر از این موارد، تخصیص یارانه‌های اشتغال و یارانه‌های تولید به بنگاه‌های خاص، بین رقبای بالفعل یا بالقوه تبعیض قائل شده و باعث افزایش ناکارایی می‌گردد. هر دوی این‌ها، ضد منافع مصرف‌کنندگان است.

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۱۵

ساختار بازار به سازمان تولید و توزیع اشاره دارد؛ یعنی کدام بنگاه‌ها مجاز به ورود به آن کسب‌وکار هستند. در واقع، ساختار بازار تعیین‌کننده تعداد و اندازه خریداران و فروشندگان (جووانوویچ (Jovanovic)، ۲۰۲۰؛ هلبرن و گری (Heilbrun & Gray)، ۲۰۰۴: ۱۱۶)، تمایز محصولات، روابط (ادغام عمودی و افقی) میان خریداران و فروشندگان (جووانوویچ، ۲۰۲۰) و همگن یا ناهمگن بودن تولیدات (هلبرن و گری، ۲۰۰۴: ۱۱۶) است. بخش هنر، بخشی تکه‌تکه با سازمان‌های کوچک فراوان است که کالاهایی به‌ظاهر ناهمگن تولید می‌کند و به دلیل ماهیت خاص تولید هنری، صرفه‌جویی ناشی از مقیاس (Economies of scale) ندارد. در این پژوهش، از میان زیرساختارهای موجد این ستون، نوع بازار، اندازه بازار و درجه انحصار انتخاب شده است.

۲۳) نوع بازار: زورلونی (ترجمه شش‌جوانی و میرصفیان، ۱۳۹۵: ۴۲) بازار هنر را با معیار توزیع به دو سطح عمده تقسیم‌بندی می‌کند: بازار همگانی (اولیه) و بازار پرمایه (ثانویه). بازار همگانی (اولیه) جایی است که آثار هنری برای نخستین بار و بیش‌تر از طریق روابط شخصی و با واسطه‌گری گالری‌ها معامله می‌شوند. مبادله دوباره و چندباره آثار موجود در بازار، بازار پرمایه (ثانویه) را به وجود می‌آورد. به طور کلی، با گذر از بازار اولیه به ثانویه، شهرت هنرمند و ارزش اقتصادی آثار هنری وی توأمان افزایش می‌یابد. بازیگران در بازار ثانویه از نوعی امتیاز اطلاعاتی برخوردارند؛ چرا که اطلاعات هنرمندان و قیمت‌های بازارشان را در اختیار دارند. این بازار متشکل است از حراجی‌ها، دلالان و گالری‌هایی که پیش‌تر، آثار هنرمندان را معامله کرده‌اند.

۲۴) اندازه بازار (Market size): دو مقوله را در بر می‌گیرد: ۱) ارزش پولی محصول مبادله‌شده در یک بازه زمانی؛ ۲) مقدار محصول مبادله‌شده در همان بازه زمانی. کسب سود مناسب از ورود به یک بازار، منوط به اطلاع دقیق از حجم آن بازار است.

۲۵) درجه انحصار (Monopoly degree): بر اساس دسته‌بندی کیوز (Caves) (۲۰۰۰) از بازارهای هنری، می‌توان بازار خوش‌نویسی را بازار رقابت انحصاری دانست. بازار رقابت انحصاری دارای این ویژگی‌ها است: تعداد تولیدکننده‌ها و مصرف‌کننده‌ها در این بازار زیاد است، به طوری که هیچ‌کدام توانایی کنترل کامل قیمت بازار را ندارند، اما تولیدکننده‌ها هر کدام درجه‌ای از کنترل روی قیمت بازار را دارند؛ زیرا در این بازار، کالاها ناهمگن هستند؛ لذا کاملاً جانشین یکدیگر نمی‌شوند (بایلاس، ترجمه راغفر، ۱۳۸۶: ۳۲۸-).

۳۳۲). در بازار آثار خوش‌نویسی اثر تولید شده منحصر به فرد است و تا حدی قدرت تعیین قیمت وجود دارد. مصرف‌کننده‌ها به تفاوت‌های غیرقیمتی بین کالاهای تولیدکنندگان آگاهند. تولیدکنندگان با موانعی برای خروج و ورود به بازار مواجه هستند.

- ستون دسترسی به بازار (Access to market)

دسترسی، به مفهوم سهولت «نفوذ فیزیکی» و «دستیابی» است و قابلیت دسترسی به جنبه‌های گوناگون از جمله جنسیت، سن، ویژگی‌های روانی، اقتصادی، ساختار اجتماعی و خانواده افراد بستگی دارد (دوی و همکاران (Doi et al.)، ۲۰۰۸: ۱۱۱۶). در این پژوهش، زیرساختارهای تشکیل‌دهنده این ستون عبارتند از: هزینه مبادله، نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری عمومی و دولتی، نگارخانه تخصصی، و سرانجام سهم کارنامه‌ها، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و اکسپوها.

۲۶) هزینه مبادله (Transaction costs): هزینه‌های مبادله، با ترتیبات نهادی و سازوکار سازمان‌دهی مبادلات مرتبط است. بر این اساس، ویلیامسون (Williamson) (۱۹۹۱) رابطه مستقیمی میان درجه محدود شدن دارایی و سازوکار سازمان‌دهی مبادلات برقرار می‌کند؛ یعنی هر چه درجه تحدید دارایی افزایش یابد، طرفین مبادله سعی می‌کنند قراردادهای کامل‌تری را طراحی کنند که این امر موجب پیچیده‌تر شدن قراردادها و افزایش هزینه اجرای قراردادها می‌شود. در نتیجه، برای کاهش هزینه‌ها، ادغام صورت می‌گیرد و برخی از مبادلات بازاری، درون‌بنگامی می‌شود. ویلیامسون (۱۹۹۱) رابطه قراردادی بلندمدتی را توضیح می‌دهد که با ترکیب بازار و سلسله مراتب درون‌بنگامی، ضمن حفظ استقلال طرفین مبادله، تضمین مبادلات را نسبت به حالت بازاری ارتقاء می‌دهد.

در بازار خوش‌نویسی، گالری‌ها طبق رسم رایج، معمولاً هزینه مبادله آثار را (که بسته به توافق هنرمند با نگارخانه، بین ۲۰ تا ۴۰ درصد از قیمت هر اثر است)، علاوه بر هزینه ورود هنرمند به سالن، هزینه پذیرایی روز افتتاحیه، هزینه پوستر و کارت دعوت، تبلیغات فضای مجازی و سهم دلالت، از کل مبلغ فروش کسر می‌کنند. در بازار همگانی (اولیه) خوش‌نویسی، فروش‌ها مبتنی بر سفارش انجام می‌شود و هزینه مبادله در قالب قرارداد مشخصی پرداخت نمی‌گردد. در واقع، با چانه‌زنی‌هایی با شخص هنرمند، هزینه‌ها از قیمت فروش اثر کسر می‌شود.

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۱۷

۲۷) نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری دولتی و عمومی: با توجه به این‌که فرآیندهای اداری در بیش‌تر موارد، نوعی رانت ایجاد می‌کند، هر چه هنرمند به دولت نزدیک‌تر باشد، احتمال کسب درآمد بیش‌تری وجود دارد (گرامپ (Grampp)، ۱۹۸۹). منابع اصلی درآمد اغلب هنرمندان ایدئولوژیک، از شرکت در رویدادها و جشنواره‌های دولتی بوده است، اما سایر هنرمندانی که به نسبت از مراکز دولتی دورتر بوده‌اند و به‌طور تصادفی در این رویدادها شرکت کرده‌اند، تنها به عنوان درآمدی موقتی به این رویدادها پرهزینه می‌نگرند (شش جوانی، ۱۳۹۵: ۲۳).

۲۸) نگارخانه تخصصی: تقریباً عمده فعالیت نگارخانه‌های شهر مشهد، عرضه آثار نقاشی است و به‌طور سیستماتیک به عرضه آثار خوش‌نویسی کم‌تر پرداخته می‌شود؛ البته این وضعیت تقریباً در نگارخانه‌های کل کشور نیز صادق است.

۲۹) نمایشگاه‌ها (Art Fairs)، جشنواره‌ها و اکسپوها: جشنواره‌ها، کارکرد نمایشگاهی مهمی برای معرفی آثار هنری دارند و جوایز و پاداش‌ها نیز از ویژگی‌های اصلی جشنواره‌ها به‌شمار می‌رود (توت، ۲۰۱۹: ۵۲۰). در بازار خوش‌نویسی 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 می‌گردد. کارنها 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.

۳. روش و مدل

جدول ۱. زیرساختارهای توسعه بازار هنر

منبع: چارچوب نظری پژوهش

محیط نهادی (IE)	محیط کسب و کار (BE)	جانب عرضه بازار (SS)	جانب تقاضای بازار (DS)	ساختار بازار (MS)	دسترسی به بازار (AM)
کپی‌رایت (CR)	نظام توزیع (SD)	هزینه تمام‌شده اثر (PC)	کم‌شدن کاربرد خوش‌نویسی (App)	نوع بازار (MT)	هزینه مبادله (TC)

نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری (NC)	اندازه بازار (SM)	سلیقه مصرف‌کننده (CT)	حاشیه سود (MP)	چندشغلگی (MJ)	بی‌ثباتی قوانین (Uns)
نگارخانه تخصصی (SG)	درجه انحصار (MD)	قدرت خرید (PP)	وابستگی به اعتبارات (ExF)	دسترسی به اعتبارات (CC)	آمیختگی با مذهب (Re)
سهم نمایشگاه، جشنواره و اکسپوها (Expo)		ساخت نرم‌افزارهای خوش‌نویسی (TI)	درآمد روانی (MI)	عضویت در انجمن‌ها (MU)	
		تمایل به خرید اثر کپی (CW)	مکانیسم قیمت‌گذاری (PM)	نسبت جمعیت شاغل (EP)	
		سهم سفارشات دولتی (GB)		هزینه تأسیس کسب و کار (BC)	
				تعداد سال‌های تحصیل مدرک (Sch)	
				هزینه آموزش (EC)	

این پیمایش، برای تبدیل متغیرها به گویه‌ها، تدوین پرسش‌نامه و گردآوری داده‌های مقطعی (Cross-sectional)، از رهیافت بیکر (ترجمه نایبی، ۱۳۹۴) و اوپنهایم (ترجمه کریم‌نیا، ۱۳۹۱) بهره گرفته است. از آن‌جا که طبیعت موضوع انتخاب‌شده، متغیرهای فراوانی در خود داشت، تلاش بر این بود تا نخست، مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های درآمد خوش‌نویسان شناسایی و دوم، تعداد این تعیین‌کننده‌ها حداقل شود؛ تا چارچوب نظری محدودتری به‌دست آید.

در این پژوهش، اثر ۲۹ زیرساختار در قالب ۶ ستون (جدول ۱) بر درآمد هنری هنرمندان خوش‌نویس شهر مشهد برآزش شده است. منظور از درآمد هنری، درآمد حاصل از پذیرش سفارش‌های آثار خوش‌نویسی، تدریس و آموزش هنر خوش‌نویسی، هم‌چنین سهم فروش آثار در نمایشگاه‌ها و اکسپوها است.

جامعه آماری این پژوهش، عبارتند از تمامی هنرمندان خوش‌نویس فارغ‌التحصیل انجمن خوش‌نویسان ایران، که ساکن شهر مشهد هستند. برای انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری تصادفی؛ برای تصریح چارچوب نظری، از مرور ادبیات، مشاهده و مصاحبه عمیق؛ و برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسش‌نامه استفاده شده است.

در گام اول، با مطالعه ادبیات موضوع و نیز بهره‌گیری از مصاحبه‌های عمیق با ۴۸ هنرمند خوش‌نویس شهر مشهد، متغیرهای مؤثر بر درآمد هنرمندان شناسایی شد. زمان تقریبی هر مصاحبه ۲۴۰ دقیقه و دست‌آورد آن، ۲۷۳ متغیر بود.

در گام دوم، ۲۹ زیرساختار تعیین‌کننده که بیش‌ترین اهمیت را در ادبیات موضوع و بیش‌ترین تکرار شونده‌گی را در نظرات خبرگان و نیز قابلیت اندازه‌گیری داشت، در چهارچوب پیشنهادی این پژوهش دسته‌بندی شدند و بر این اساس، پرسش‌نامه تدوین گردید.

در گام سوم، با توجه به این‌که جامعه آماری این پژوهش هنرمندان خوش‌نویس شهر مشهد است، پس از سنجش روایی و اعتبار پرسش‌نامه، با مراجعه به ۳۳ نفر از این هنرمندان (به عنوان نمونه)، جمع‌آوری داده‌ها انجام شد. تکمیل هر پرسش‌نامه، به‌طور متوسط ۱۸۰ دقیقه به طول انجامید. این پرسشنامه، محقق ساخته است و شامل ۳۰ پرسش اصلی (۲۹ پرسش مربوط به زیرساختارها و ۱ پرسش مربوط به درآمد هنری) به‌غیر پرسش‌های جمعیت‌شناختی و زمینه‌ای بوده، و دارای طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای است. در این پژوهش، برای بررسی اثر زیرساختارها و ستون‌های بازار بر درآمد هنرمندان خوش‌نویس شهر مشهد از روش حداقل مربعات معمولی (OLS) و برای بررسی نقض فروض کلاسیک از آزمون تابع خودهمبستگی و آزمون واریانس ناهمسانی بروش-پاگان-گادفری (Breusch-Pagan-Godfrey) استفاده شده است.^۹

برای مقایسه اندازه دو ضریب، از «آزمون مقایسه میانگین‌ها (Means Comparison Test)» استفاده می‌شود.^{۱۰} در حالت کلی، در شرایطی که انحراف از استاندارد جامعه نامعلوم باشد، آماره t آزمون مقایسه میانگین‌ها با استفاده از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

(برای مطالعه بیش‌تر، ر. ک. ولج (Welch)، ۱۹۳۸).

برای ترکیب زیرساختارهای هر ستون در قالب یک شاخص چندبُعدی، از روش تجزیه مؤلفه‌های اصلی (Principal Component Analysis: PCA) استفاده شده است (برای مطالعه بیش‌تر، ر. ک. جولیف (Jolliffe)، ۱۹۸۶).

۴. یافته‌ها

وضعیت درآمدی هنرمندان در پنج طبقه درآمدی در سال ۱۳۹۵ دسته‌بندی شده است. در این پژوهش، ۴۵ درصد از هنرمندان خوش‌نویس، درآمد ماهانه هنری خود را بین صفر تا ۵۰۰ هزار تومان؛ ۶ درصد بین ۵۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون تومان؛ ۱۲ درصد بین ۱ تا ۱/۵ میلیون تومان؛ ۱۲ درصد نیز بین ۱/۵ تا ۲ میلیون تومان و بقیه بیش از ۲ میلیون تومان گزارش کرده‌اند. بنابراین، تقریباً درآمد نیمی از خوش‌نویسان، در طبقه بسیار کم قرار دارد.

جدول ۲. برآورد اثر شاخص‌های چندبُعدی زیرساختاری بازار بر درآمد هنرمندان خوش‌نویس مشهد
منبع: یافته‌های پژوهش

متغیر		مدل ۱	مدل ۲	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷
C		۱/۸۰۵۳ (۱/۳۲۶۶)	۱/۰۵۹۷ (۱/۴۷۷۴)	۱/۳۵۳۶ (۱/۴۲۸۳)	۱/۵۵۷۰ (۱/۴۷۸۲)	۱/۸۷۳۶ (۱/۳۸۱۰)	۲/۰۰۶۸ (۱/۲۱۴۷)
IE	CR		۰/۰۸۷۹ (۰/۱۱۵۵)				
	Uns	-۰/۰۸۸۶ (۰/۱۲۷۲)	-۰/۱۵۳۶ (۰/۰۹۳۷)	-۰/۷۴۴۲ (۰/۱۴۰۳)	-۰/۰۶۰۰ (۰/۱۴۹۴)	-۰/۰۹۳۲ (۰/۱۳۷۵)	۰/۱۲۴۹ (۰/۱۲۵۷)
	Re		۰/۰۷۲۵ (۰/۱۲۳۵)				
BE		۰/۰۸۷۶ (۰/۱۶۴۶)	۰/۱۲۵۴ (۰/۱۶۶۴)	۰/۰۴۱۰ (۰/۱۷۷۲)	۰/۰۷۴۹ (۰/۱۹۳۷)	۰/۰۸۷۱ (۰/۱۷۰۹)	-۰/۱۰۷۱ (۰/۱۴۸۵)
SS	PC			-۰/۰۴۳۳ (۰/۰۹۱۰)			
	MP	-۰/۲۷۶۱ (۰/۱۹۹۸)	-۰/۲۷۴۴ (۰/۲۰۱۵)	۰/۰۴۷۸ (۰/۱۱۳۸)	-۰/۲۵۳۷ (۰/۲۰۹۳)	-۰/۲۵۷۹ (۰/۲۰۸۷)	-۰/۱۵۱۳ (۰/۱۷۴۶)
	ExF			۰/۲۵۹۳			

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۲۱

				(۰/۲۳۷۰)			
	MI			-۰/۱۲۶۴ (۰/۱۲۶۷)			
	PM			-۰/۰۷۱۷ (۰/۰۹۳۲)			
DS	App	۰/۱۶۶۰ (۰/۱۷۱۳)	۰/۱۰۲۳ (۰/۱۸۲۶)	۰/۱۳۴۷ (۰/۱۷۵۷)	۰/۲۳۴۲ (۰/۱۴۰۵)	۰/۱۴۷۹ (۰/۱۸۲۱)	۰/۱۵۴۲ (۰/۱۵۱۳)
	CT				۰/۰۶۷۹ (۰/۰۹۹۶)		
	PP				۰/۰۰۲۹ (۰/۱۱۸۷)		
	TI				۰/۰۲۸۱ (۰/۱۱۴۲)		
	CW				-۰/۱۱۶۲ (۰/۱۶۲۶)		
	GB				۰/۰۱۱۰ (۰/۱۶۲۵)		
MS	MT	۰/۱۹۴۸ (۰/۲۰۳۱)	۰/۲۵۸۸ (۰/۲۰۶۶)	۰/۲۲۲۸ (۰/۲۴۷۷)	۰/۲۲۴۹ (۰/۲۳۰۳)	-۰/۰۰۸۰ (۰/۱۴۳۲)	-۰/۰۲۱۲ (۰/۲۰۲۶)
	SM				۰/۰۹۴۱ (۰/۱۴۷۸)		
	MD				۰/۱۲۴۴ (۰/۱۲۸۴)		
AM	TC	-۰/۱۰۲۹ (۰/۳۱۸۷)	-۰/۰۲۸۳ (۰/۳۲۶۰)	-۰/۱۶۰۷ (۰/۳۳۲۷)	-۰/۱۳۳۵ (۰/۳۳۹۳)	-۰/۱۰۸۶ (۰/۳۳۱۶)	۰/۱۱۳۰ (۰/۱۶۳۸)
	NC						-۰/۳۶۶۰*** (۰/۱۳۰۵)
	SG						۰/۰۰۶۶ (۰/۰۹۹۱)
	Expo						۰/۰۲۴۲** (۰/۱۳۱۸)
DPM	۳/۴۰۲۱***	۳/۵۵۶۵***	۳/۴۱۵۳***	۳/۳۵۱۵***	۳/۴۳۱۴***	۳/۳۶۱۴***	
\bar{R}^2	۰/۷۴۳۳	۰/۷۴۸۸	۰/۷۳۹۴	۰/۷۳۱۶	۰/۷۲۵۵	۰/۸۲۳۰	
F	۱۴/۲۳۷۱***	۱۱/۶۰۳۷***	۹/۲۵۴۳***	۸/۲۷۲۰***	۱۰/۳۹۸۴***	۱۵/۸۸۱۰***	
DW	۲/۰۸۲۶	۲/۰۸۱۷	۲/۱۷۸۱	۱/۷۹۶۸	۲/۰۵۷۶	۲/۱۵۱۷	

BPG	۰/۵۳۹۲ [۰/۷۹۶۵]	۰/۹۷۸۵ [۰/۴۸۲۶]	۰/۵۱۱۲ [۰/۸۷۴۴]	۰/۸۵۶۴ [۰/۵۹۸۷]	۰/۴۷۴۸ [۰/۸۷۶۵]	۱/۰۹۷۲ [۰/۴۰۵۸]
Ramsey RESET	۰/۷۵۵۵ [۰/۳۹۳۳]	۰/۴۲۴۰ [۰/۵۲۱۶]	۰/۷۵۳۴ [۰/۳۹۵۷]	۰/۱۲۵۳ [۰/۷۲۷۳]	۱/۱۹۸۰ [۰/۲۸۵۵]	۰/۲۶۲۵ [۰/۶۱۳۷]

اعداد داخل پرانتز انحراف معیار و اعداد داخل کروشه، احتمال آماره محاسباتی را نشان می‌دهد. ^{***}، ^{**} و ^{*} به ترتیب، معنی‌داری در سطح ۱، ۵ و ۱۰ درصد را نشان می‌دهد. در مدل ۱ (که مدل پایه این پژوهش است) اثر شاخص‌های چندبُعدی تمام ستون‌ها بر درآمد هنری خوش‌نویسان برآورد شده است. در مدل‌های ۲، ۴، ۵، ۶ و ۷ (که تعمیم‌یافته مدل ۱ هستند)، به ترتیب شاخص‌های چندبُعدی ستون‌های محیط نهادی، جانب عرضه بازار، جانب تقاضای بازار، ساختار بازار، و دسترسی بازار به زیرساختارهای هر یک از آن‌ها تجزیه شده است.

نتایج آزمون‌های خودهمبستگی، واریانس ناهمسانی و تورش تصریح، نشان‌دهنده عدم نقض فروض کلاسیک در تمام مدل‌های برازش شده است. یافته‌های حاصل از برازش هفت مدل اصلی و هفت مدل فرعی (مشتق‌شده از مدل ۳) در جداول ۲ و ۳ گزارش شده است. بر اساس نتایج هر دو جدول، معنی‌دار نشدن عرض از مبدأ، در کنار مثبت و معنی‌دار شدن متغیر مجازی حضور در بازار پرمایه (DPM)، در تمامی برازش‌ها نشان می‌دهد در حالی که «درآمد مستقل از زیرساختارها» برای شاغلان در بازار همگانی به‌طور متوسط صفر بوده، برای شاغلان در بازار پرمایه مثبت و زیاد (تقریباً ۴) است. به این معنا که، صرف‌نظر از وضعیت زیرساختارهای مورد مطالعه و صرفاً به خاطر حضور در بازار پرمایه و حمایت نظام ستاره‌سازی از آن‌ها، درآمدی به مراتب بالاتر از هم‌تایان خود در بازار همگانی به دست آورده‌اند. به عبارت دیگر، حتی در وضعیتی که زیرساختارهایی مثل کپی‌رایت یا هزینه‌های تحصیل و غیره، به اندازه‌ای توسعه‌یافته نیستند که بتوانند بر درآمد هنرمندان تأثیر معنی‌داری بگذارند، اما شاغلان بازار پرمایه توانسته‌اند درآمدهای بالایی را مستقل از این زیرساختارها به دست بیاورند.

نتایج جدول ۲ گویای آن است که:

- نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری (NC) اثر منفی معنی‌دار بر درآمد هنری خوش‌نویسان دارد. به نظر می‌رسد ارتباط هنرمندان با نهادهای دولتی دو پیامد متفاوت دارد: نخست، گرایش به سمت دولت موجب سفارشی شدن آثار هنرمندان می‌شود؛ که در بلندمدت باعث کاهش استقلال هنری هنرمندان می‌گردد. دوم، به دلیل پایین بودن

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۲۳

سرمایه اجتماعی میان مردم و دولت در ایران (یزدی، ۱۳۹۰)، سرمایه اجتماعی این دسته از هنرمندان کاهش می‌یابد.

- اکسپو (Expo) تأثیر مثبت معنی‌دار دارد^{۱۱}. با توجه به پایین بودن درآمد خوش‌نویسان، فروش اثر در اکسپوها و نمایشگاه‌ها، می‌تواند درآمد خوش‌نویسان را به‌طور قابل توجهی افزایش دهد؛ اما شبکه واسطه‌گری خصوصی توسعه‌نیافته و نامتشکل (گالری‌ها، کیوریتورها، رسانه‌ها، نهادهای مقرراتی، و ...) موجب شده هنرمندان درآمد انتظاری بالایی از برگزاری نمایشگاه‌ها (با وجود هزینه‌های بالا) و در نتیجه، انگیزه لازم برای شرکت در این گونه رویدادها را نداشته باشند. با این حال، شرکت در این رویدادها موجب کسب اعتبار و شناخته‌شدگی هنرمندان می‌شود و درآمدهای ضمنی آتی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

- زیرساختارهای محیط نهادی اثر معنی‌داری بر درآمد خوش‌نویسان ندارند. پربحث‌ترین این زیرساختارها در ادبیات علم اقتصاد فرهنگ، قانون کپی‌رایت (CR) است. کیفیت اجرای این قانون در ایران بسیار نامطلوب بوده و عملاً برای اکثر قریب به اتفاق هنرمندان در یک سطح است؛ بنابراین با وجود تأکید ادبیات موضوع بر اهمیت آن، این زیرساختار نتوانسته است تعیین‌کننده تفاوت درآمدهای خوش‌نویسان باشد.

- علاوه بر آن که لازم است به‌روز رسانی گردد، می‌بایست مکانیسم‌هایی برای افزایش کیفیت اجرای آن نیز طراحی و اجرا شود.

- اثر زیرساختارهای جانب عرضه بر درآمد خوش‌نویسان معنی‌دار نشده است. یکی از زیرساختارهایی که دلالت‌های سیاستی مهمی دارد، وابستگی به اعتبارات بیرونی (ExF) است. همان‌گونه که هم ادبیات موضوع و هم آزمودنی‌ها تأکید کرده‌اند هنرمندان و به‌طور خاص خوش‌نویسان، برای تأمین مالی پروژه‌های هنری خود تقاضای کم‌تری برای دریافت وجوه بیرونی دارند. نااطمینانی از قیمتی که نهایتاً اثر هنری مبادله می‌شود، نوسانات درآمدی بالا برای هنرمندان، و مستمر و هموار نبودن درآمدهای آتی در فعالیت‌های هنری، از مهم‌ترین عللی است که امکان اتکاء به تأمین مالی بیرونی برای هنرمندان را به حداقل رسانده است.

- زیرساختارهای جانب تقاضا نمی‌توانند به طور معنی‌داری محرک درآمد خوش‌نویسان باشند. احتمالاً به همین دلیل است که اغلب خوش‌نویسان به تمایلات تقاضاکنندگان کم‌تر توجه دارند و عمدتاً بر اصول حرفه‌ای خود تأکید می‌کنند. حتی تقاضا با استفاده از منابع بودجه‌ای دولت (GB) نیز اثر معنی‌داری بر درآمد نداشته است؛ چرا که از یک سو، اغلب خوش‌نویسان در بازار اولیه فعالیت می‌کنند و از سوی دیگر، دولت (به طور ویژه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) معمولاً در بازار ثانویه خرید می‌کند و عملاً در بازار اولیه حضور ندارد. به عبارت دیگر، وزارت فرهنگ و ارشاد از کارکرد اصلی خود که «مداخله به نفع هنرمندان بازار سطح یک (اولیه)» است، منحرف شده و بیش‌تر در سطوح بالاتر بازار (ثانویه) مداخله می‌کند.

- ساختار بازار خوش‌نویسی به گونه‌ای است که وضعیت زیرساختارهای آن نمی‌تواند به بهبود درآمد خوش‌نویسان کمک کند. برخی از این زیرساختارها مانند نوع بازار (MT) و درجه انحصار (MD) ویژگی ذاتی این بازار بوده و کم‌تر قابل تغییر هستند، اما به نظر می‌رسد اندازه بازار (SM) اصطکاک‌های است که می‌تواند تا سطح بسیار بالاتری افزایش یافته و از این طریق، درآمد خوش‌نویسان را متأثر سازد.

جدول ۳. برآورد اثر زیرساختارهای محیط کسب و کار بر درآمد هنرمندان خوش‌نویس مشهد

منبع: یافته‌های پژوهش

متغیر	مدل ۳	مدل ۱-۳	مدل ۲-۳	مدل ۳-۳	مدل ۴-۳	مدل ۵-۳	مدل ۶-۳	مدل ۷-۳	
C	۱/۸۴۶۱ (۱/۶۴۰۶)	۱/۳۹۰۶ (۱/۵۸۵۸)	-۰/۰۵۸۲ (۱/۶۲۳۳)	۲/۱۴۲۱ (۱/۴۶۴۷)	۱/۰۸۰۵ (۱/۵۱۲۷)	۱/۷۹۳۵ (۱/۶۵۲۲)	۲/۰۱۳۶ (۱/۸۷۲۰)	۱/۷۹۶۳ (۱/۶۷۷۸)	
IE	-۰/۱۵۹۷ (۰/۱۳۸۱)	-۰/۲۴۴۴ (۰/۱۴۰۸)	۰/۰۸۰۲ (۰/۱۵۳۸)	-۰/۱۰۹۱ (۰/۱۲۴۷)	-۰/۱۱۷۵ (۰/۱۲۵۶)	-۰/۱۴۴۰ (۰/۱۴۰۱)	-۰/۱۶۹۴ (۰/۱۴۹۶)	-۰/۱۷۰۱ (۰/۱۴۲۵)	
BE	SD	-۰/۰۰۲۱ (۰/۱۰۶۹)	۰/۰۱۷۴ (۰/۱۰۲۵)	-۰/۰۴۴۰ (۰/۰۹۵۲)	-۰/۲۸۲۳* (۰/۱۵۰۷)	-۰/۰۵۳۸ (۰/۰۹۸۸)	۰/۰۰۲۴ (۰/۱۰۷۷)	-۰/۰۱۰۶ (۰/۱۱۷۳)	۰/۰۰۷۵ (۰/۱۱۰۸)
	MJ	۰/۳۶۶۸*** (۰/۲۴۴۱)	۰/۰۶۷۰ (۰/۲۰۳۳)	۰/۱۰۰۷*** (۰/۱۶۳۳)	۰/۰۸۸۹ (۰/۱۴۸۰)	۰/۷۷۳۶*** (۰/۲۰۰۳)	۰/۲۵۸۱ (۰/۱۶۱۶)	۰/۳۴۸۸** (۰/۱۳۷۶)	۰/۴۱۸۹*** (۰/۱۴۶۱)
	CC	۰/۱۹۷۷ (۰/۲۰۴۷)	۰/۱۳۹۰ (۰/۱۹۸۰)	۰/۲۰۱۰ (۰/۱۷۹۵)	۰/۱۷۶۲ (۰/۱۸۲۳)	۰/۱۷۳۴ (۰/۱۸۴۴)	۰/۱۸۳۹ (۰/۲۰۶۶)	۰/۱۸۳۶ (۰/۲۲۱۲)	۰/۱۶۴۵ (۰/۲۱۸۷)
	MU	۰/۲۴۹۶ (۰/۱۸۰۲)	۰/۲۱۵۹ (۰/۱۷۲۸)	۰/۱۸۰۷ (۰/۱۶۰۴)	۰/۰۶۵۳ (۰/۱۷۷۸)	۰/۲۱۵۹ (۰/۱۶۲۷)	۰/۲۹۴۲ (۰/۱۸۸۴)	۰/۲۴۹۳ (۰/۱۸۵۲)	۰/۲۳۸۳ (۰/۱۸۵۳)
	EP	-۰/۲۵۵۹	-۰/۳۰۳۶	-۰/۱۹۶۳	-۰/۱۳۷۸	-۰/۱۹۲۰	-۰/۲۹۹۷	-۰/۲۶۲۲	-۰/۲۴۸۶

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۲۵

	(۰/۱۹۰۸)	(۰/۱۸۳۹)	(۰/۱۶۸۹)	(۰/۱۷۶۷)	(۰/۱۷۳۸)	(۰/۱۹۸۴)	(۰/۱۹۸۴)	(۰/۱۹۵۳)
BC	-۰/۰۴۲۱ (۰/۰۸۲۳)	-۰/۰۴۰۶ (۰/۰۷۸۴)	۰/۰۲۹۳ (۰/۰۷۷۵)	-۰/۰۰۰۲ (۰/۰۷۵۳)	۰/۱۷۱۳ (۰/۱۱۹۰)	-۰/۰۰۹۵ (۰/۰۹۰۷)	-۰/۰۴۵۸ (۰/۰۸۶۵)	-۰/۰۴۸۴ (۰/۰۸۴۹)
Sch	۰/۱۴۱۳ (۰/۱۱۹۳)	۰/۱۳۲۳ (۰/۱۱۳۸)	۰/۲۵۵۶** (۰/۱۱۳۹)	۰/۲۲۴۰* (۰/۱۱۱۶)	۰/۲۰۶۰** (۰/۱۱۱۰)	۰/۱۶۷۴ (۰/۱۲۳۷)	۰/۱۳۷۳ (۰/۱۲۴۲)	۰/۱۳۱۲ (۰/۱۲۳۴)
EC	-۰/۰۲۱۷ (۰/۰۶۷۰)	۰/۰۰۱۹ (۰/۰۶۵۳)	-۰/۰۱۶۲ (۰/۰۵۸۸)	-۰/۰۳۱۵ (۰/۰۵۹۷)	-۰/۰۲۳۲ (۰/۰۶۰۲)	-۰/۰۳۵۳ (۰/۰۶۹۲)	-۰/۰۱۸۶ (۰/۰۷۰۵)	-۰/۰۱۲۹ (۰/۰۷۰۵)
SS	-۰/۲۵۲۶ (۰/۱۷۸۴)	-۰/۲۰۷۵ (۰/۱۷۲۱)	-۰/۲۸۱۰* (۰/۱۵۶۹)	۰/۲۸۶۷* (۰/۱۵۹۴)	-۰/۳۴۴۷* (۰/۱۶۵۴)	-۰/۳۴۲۳ (۰/۲۰۶۶)	-۰/۲۴۴۲ (۰/۱۸۷۹)	-۰/۲۲۳۳ (۰/۱۹۰۹)
DS	-۰/۱۲۸۲ (۰/۱۸۲۹)	-۰/۰۵۵۶ (۰/۱۷۹۵)	-۰/۰۷۸۱ (۰/۱۶۱۶)	-۰/۰۲۴۵ (۰/۱۶۸۴)	-۰/۰۹۶۰ (۰/۱۶۵۱)	-۰/۱۶۰۱ (۰/۱۸۷۶)	-۰/۱۳۱۷ (۰/۳۱۵۰)	-۰/۰۸۸۰ (۰/۲۰۲۴)
MS	۰/۱۲۵۹ (۰/۲۰۴۷)	۰/۲۰۹۲ (۰/۲۰۱۱)	۰/۲۰۱۸ (۰/۱۸۲۰)	۰/۱۷۹۶ (۰/۱۸۳۵)	۰/۰۷۴۵ (۰/۱۸۵۴)	۰/۱۵۰۳ (۰/۲۰۷۹)	۰/۱۱۵۴ (۰/۲۱۶۴)	۰/۱۳۷۷ (۰/۲۱۰۳)
AM	-۰/۱۰۶۵ (۰/۲۸۲۴)	۰/۰۴۰۱ (۰/۲۸۲۷)	۰/۰۶۹۳ (۰/۲۴۸۰)	-۰/۲۶۴۳ (۰/۲۵۹۷)	-۰/۱۳۸۷ (۰/۲۵۴۳)	-۰/۰۸۴۵ (۰/۲۸۵۳)	-۰/۱۳۱۷ (۰/۳۱۵۰)	-۰/۱۳۴۰ (۰/۲۹۳۲)
DPM	۲/۹۳۴۱*** (۰/۲۸۲۴)	۳/۲۱۸۶*** (۰/۲۸۲۴)	۲/۹۴۶۲*** (۰/۲۸۲۴)	۳/۰۵۳۲*** (۰/۳۵۷۲)	۲/۸۸۹۰*** (۰/۲۸۲۴)	۳/۰۶۴۷*** (۰/۲۸۲۴)	۲/۹۶۰۵*** (۰/۴۲۸۲)	۲/۸۸۹۷*** (۰/۲۸۲۴)
MJ*CR		۰/۰۶۲۹ (۰/۰۳۷۳)						
MJ*Uns			-۰/۱۰۲۱** (۰/۰۴۰۳)					
MJ*SD				۰/۱۰۷۸** (۰/۰۴۴۹)				
MJ*BC					-۰/۱۰۰۶** (۰/۱۲۷۸)			
MJ*MI						۰/۰۳۳۷ (۰/۰۳۸۳)		
MJ*SM							۰/۰۱۰۵ (۰/۰۵۱۴)	
MJ*GB								-۰/۰۲۱۸ (۰/۰۴۲۳)
\bar{R}^2	۰/۸۴۳۶	۰/۸۵۸۱	۰/۸۷۹۸	۰/۸۷۶۲	۰/۸۷۳۵	۰/۸۴۱۶	۰/۸۳۴۹	۰/۸۳۷۰
F	۱۳/۳۳۶۸* **	۱۳/۹۰۹۰* **	۱۶/۶۱۶۶* **	۱۶/۱۱۱۶* **	۱۵/۷۴۰۷* **	۱۲/۳۴۱۰* **	۱۱/۷۸۸۳* **	۱۱/۹۵۸۰* **
DW	۲/۰۱۶۹	۱/۷۲۵۸	۱/۶۶۳۵	۱/۹۲۸۵	۱/۷۹۳۶	۱/۹۳۲۸	۱/۹۸۸۳	۲/۰۹۲۱
BPG	۰/۵۷۶۰ [۰/۸۵۰۳]	۰/۳۰۴۵ [۰/۹۸۷۴]	۰/۸۲۰۲ [۰/۶۴۷۲]	۱/۱۸۳۰ [۰/۳۶۶۵]	۲/۰۵۷۷ [۰/۰۷۷۲]	۰/۴۴۰۳ [۰/۹۴۱۴]	۰/۵۸۷۸ [۰/۸۴۶۶]	۰/۶۰۹۴ [۰/۸۲۹۷]
Ramsey RESET	۰/۰۲۸۳ [۰/۸۶۸۳]	۰/۴۶۳۳ [۰/۵۰۵۸]	۰/۰۰۶۴ [۰/۹۳۷۰]	۰/۸۱۰۷ [۰/۳۸۱۳]	۰/۰۱۸۰ [۰/۸۹۴۹]	۰/۲۷۹۵ [۰/۶۰۴۲]	۰/۰۰۲۱ [۰/۹۶۳۳]	۰/۲۵۴۵ [۰/۶۲۰۸]

t_{cm}		-۷/۵۴۶۸ ***	۱۰/۲۱۸۱* **	-۸/۸۳۹۴ ***	۱۰/۳۶۲۸* **	-۳/۲۵۱۲ ***	-۰/۶۰۰۴	۱/۶۷۲۱*
----------	--	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------	---------

اعداد داخل پرائنز انحراف معیار و اعداد داخل کروشه، احتمال آماره محاسباتی را نشان می‌دهد. ***، ** و * به ترتیب، معنی‌داری در سطح ۱، ۵ و ۱۰ درصد را نشان می‌دهد. در مدل ۳، مدل ۱ (که مدل پایه پژوهش است) با تجزیه ستون محیط کسب‌وکار به زیرساخت‌های آن تعمیم یافته است. در مدل‌های ۳-۱ تا ۳-۷، به دلیل اهمیت زیاد چندشغلگی در ادبیات بازار کار هنرمندان، اثر متقابل چندشغلگی و برخی زیرساخت‌های دیگر به مدل ۳ تحمیل شده‌اند تا اثر چندشغلگی بر درآمد هنری، خالص از این آثار متقابل برآورد شود.

بر اساس نتایج جدول ۳:

- دسترسی به یارانه‌ها، وام‌ها و اعتبارات بیرونی (CC) برای هنرمندان نامطلوب است. به نظر می‌رسد این مسأله به دلایلی از جمله صلاح‌دید بودن سیاست‌های نهادهای مقرراتی و عدم برخورداری خوش‌نویسان از وثیقه‌هایی که در سیستم مالی متعارف معتبر قلمداد می‌شوند، ایجاد شده است.
- عضویت در انجمن خوش‌نویسان ایران (MU) مزیت معنی‌داری برای خوش‌نویسان ایجاد نمی‌کند. انجمن، عرضه‌کننده نهادی نیست و سهم زیادی در بازار ندارد، تقاضای بازار نیز به سمت انجمن گسیل نشده و بازار هنر، انجمن خوش‌نویسان را به رسمیت نمی‌شناسد.
- کوچکی به ظاهر غیربهمینه جمعیت نسبی خوش‌نویسان، تأثیر معنی‌داری بر درآمد آن‌ها نداشته است. اصطکاک‌های ناشی از سازوکارهای مرسوم با هدف پایین نگه‌داشتن تعداد هنرمندانی که به صورت تخصصی خوش‌نویس هستند (EP)، باعث شده تا آن‌ها قدرت چانه‌زنی بالایی نداشته باشند. از جمله این اصطکاک‌ها، نظام استاد-شاگردی در خوش‌نویسی و مقررات‌زایی بیش از حد توسط انجمن خوش‌نویسان ایران است. در سطح فردی نیز ایشان انتخاب کرده‌اند که پیشینه‌سازی منافع خود را در تک‌بودن، یگه‌بودگی و کوچک‌بودن کلونی خود دنبال کنند.
- هزینه راه‌اندازی کسب و کار (BC)، تعداد سال‌های تحصیل (Sch) و هزینه آموزش (EC) اثر معنی‌داری بر درآمد هنری نداشته است. بنابراین، هزینه‌های مادی و معنوی ورود و نیز فعالیت در بازار خوش‌نویسی نتوانسته به افزایش درآمد خوش‌نویسان

منجر شود. بدین ترتیب، اصطکاک‌های رسمی (مانند سال‌های زیاد تحصیل) و غیررسمی بازار کار هنرمندان بیش‌تر از بازارهای کار متعارف است.

- چندشغلگی (MJ) اثر مثبت و معنی‌داری بر درآمد هنری خوش‌نویسان دارد. شواهد آماری پژوهش نشان می‌دهد ۲۴/۳ درصد از آزمودنی‌ها قسمت عمده‌ای از درآمدشان را از طریق فروش یا سفارش آثار خوش‌نویسی به دست آورده‌اند، در حالی که برای ۷۲/۷ درصد از آزمودنی‌ها، درآمد هنری تنها بخش کوچکی از درآمد کل است. بنابراین، اکثر آن‌ها با درآمدهای مشاغل غیرهنری، کسب‌وکار خوش‌نویسی خود را «تأمین مالی درونی» نموده‌اند. به عبارت دیگر، چندشغلگی باعث شده هنرمندان دغدغه کم‌تری برای «تأمین مالی بیرونی» تولید هنری خود داشته باشند.

به دلیل اهمیت زیاد مسأله چندشغلگی در مطالعات بازار کار هنرمندان و با توجه به معنی‌دار شدن این زیرساختار، در مدل‌های ۱-۳، ۲-۳، ۳-۳، ۴-۳، ۵-۳، ۶-۳ و ۷-۳ به ترتیب اثر متقابل چندشغلگی و کپی‌رایت (MJ*CR)، چندشغلگی و بی‌ثباتی قوانین (MJ*UNS)، چندشغلگی و نظام توزیع (MJ*SD)، چندشغلگی و هزینه راه‌اندازی کسب‌وکار (MJ*BC)، چندشغلگی و درآمد روانی (MJ*MI)، چندشغلگی و اندازه بازار (MJ*SM) و چندشغلگی و سهم دولت در تقاضا (MJ*GB) آزمون شده است. نتایج برآزش این مدل‌ها گویای آن است که:

- در مدل ۱-۳ که «اثر چندشغلگی، خالص از اثر متقابل آن با کپی‌رایت» برآورد شده، منفی و معنی‌دار بودن آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها نشان‌دهنده کاهش اثر چندشغلگی بر درآمد هنری در مقایسه با مدل ۳ است. در واقع، به دلیل نقایص اساسی در اجرای قانون کپی‌رایت کشور و نیز عدم اجرای کارآی آن، خوش‌نویسان مجبور به کسب درآمد از فعالیت در حرفه‌ای به جز هنر شده‌اند. از این‌رو، در صورت بهبود کیفیت اجرای این قانون، خوش‌نویسان انگیزه‌های کم‌تری برای فعالیت در مشاغل غیرهنری خواهند داشت.

- مدل ۲-۳ در برآزش «اثر چندشغلگی، خالص از اثر متقابل آن با بی‌ثباتی قوانین»، نتیجه آزمون مقایسه میانگین‌ها (مثبت و معنی‌دار شدن آماره t محاسباتی)

نشان می‌دهد که اثر چندشغلگی در این برازش، بزرگ‌تر از اثر آن در مدل ۳ است. بنابراین، بی‌ثباتی قوانین، اثر چندشغلگی بر درآمد هنرمندان را افزایش داده است. این یافته به این صورت قابل تحلیل است: تغییرات مکرر مقررات بخش فرهنگ و غیرقابل پیش‌بینی بودن آنها، باعث تمایل بیش‌تر هنرمندان به فعالیت‌هایی با رویه‌های اثبات‌تر جهت کسب درآمد پایدارتر می‌شود؛ که عمده این فعالیت‌ها خارج از بخش فرهنگ است.

- با برآورد «اثر چندشغلگی، خالص از اثر متقابل آن با نظام توزیع» در مدل ۳-۳ آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها منفی و معنی‌دار شده است. بنابراین، اثر مثبت چندشغلگی بر درآمد که در مدل ۳ مشاهده می‌شود، در واقع، به دلیل توسعه‌نیافتگی نظام توزیع در بازار خوش‌نویسی است. به عبارت دیگر، نظام توزیع نامناسب در کشور موجب شده که خوش‌نویسان درآمد هنری انتظاری بالایی نداشته باشند و تمایل بیش‌تری به افزایش سهم درآمدهای غیر هنری خود نشان دهند. بر این اساس، می‌توان ادعا کرد که با بهبود نظام توزیع، اثر چندشغلگی بر درآمد (و در نتیجه، انگیزه برای چندشغلگی در میان خوش‌نویسان) کاهش خواهد یافت.

- در مدل ۳-۴ که «اثر چندشغلگی، خالص از اثر متقابل آن با هزینه‌های تأسیس کسب‌وکار» برآورد شده، مثبت و معنی‌دار بودن آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها نشان‌دهنده افزایش اثر چندشغلگی بر درآمد هنری در مقایسه با مدل ۳ است. بدین معنا که این هزینه‌ها، اثر اشتغال در فعالیت‌های غیرهنری بر درآمد هنری خوش‌نویسان را کاهش داده است. به عبارتی، خوش‌نویسان از محل درآمد فعالیت‌های غیرهنری خود، هزینه‌های بالای تأسیس کسب‌وکار هنری را «تأمین مالی درونی» کرده‌اند. بنابراین، در صورت کاهش قابل ملاحظه در هزینه‌های تأسیس کسب‌وکار، همان سطح مشخص از چندشغلگی اثر بیش‌تری بر درآمد هنری خواهد گذاشت.

- با برآورد «اثر چندشغلگی، خالص از اثر متقابل آن با درآمد روانی» در مدل ۳-۵ آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها منفی و معنی‌دار شده است. از آن‌جا که انگیزه انتخاب و استمرار فعالیت هنری صرفاً به کسب درآمد «پولی»

محدود نمی‌شود، هنرمندان به نسبت سایر حرفه‌ها، به پاداش‌های غیرپولی علاقه بیش‌تری دارند. تصور می‌شود چنین پاداش‌هایی در هنر زیاد است، در حالی‌که برای امرار معاش، به فعالیت‌هایی خارج از فضای هنری نیازمند می‌شوند. بنابراین، می‌تواند ادعا کرد که درآمد روانی خوش‌نویسان، یکی از دلایل کاهش اثرگذاری چندشغلگی ایشان بر درآمد هنری است. درآمد روانی بالا، یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های چندشغلگی هنرمندان است. در واقع، هنرمندان بخشی از درآمدهای مشاغل غیرهنری خود را صرف «تأمین مالی درونی» پروژه‌های هنری‌شان می‌نمایند، تا درآمد روانی خود را بیشینه کنند.

- بی‌معنی شدن آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها برای مدل ۳-۶ گویای آن است که «خالص کردن اثر چندشغلگی از اثر متقابل آن با اندازه بازار» تأثیری بر اثرگذاری چندشغلگی بر درآمد هنری نداشته است. بنابراین، هر چند اندازه بازار خوش‌نویسی نسبت به سایر هنرها کوچک است، اما تغییرات در اندازه آن نیز اثری بر انگیزه‌های چندشغلگی خوش‌نویسان نخواهد داشت. بنابراین، باز هم اثر مثبت چندشغلگی بر درآمد هنری محفوظ می‌ماند؛ یعنی تغییر اندازه بازار تأثیر معنی‌داری بر اثرگذاری چندشغلگی هنرمندان (و به طور خاص خوش‌نویس‌ها) روی درآمد هنری‌شان نداشته است.

- در مدل ۳-۷، با توجه به مثبت و معنی‌دار شدن آماره t محاسباتی آزمون مقایسه میانگین‌ها، با کنترل‌کردن اثر متقابل چندشغلگی و سفارش‌های دولتی، اثر چندشغلگی بر درآمد هنری افزایش یافته است. بنابراین هر چه هنرمند نوعی، سفارش‌های دولتی بیش‌تری داشته باشد، اثر یک میزان مشخص از چندشغلگی بر درآمد هنری‌اش کم‌تر است. در عین حال، مقدار بودجه اختصاص‌یافته به خرید آثار خوش‌نویسی آن‌قدر اندک بوده است که نتوانسته اثر معنی‌داری بر درآمد هنری بگذارد^{۱۲}. به‌علاوه، تخصیص این وجوه صلاح‌دیدگی بوده و تنها در اختیار نخبگان خاص قرار گرفته است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش که بر روی خوش‌نویسان شهر مشهد و با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی انجام شده است، به صورت سبک‌وار (Stylized) بدین شرح است:

- در حالی که درآمد شاغلان بازار همگانی نمی‌تواند مستقل از توسعه زیرساختارهای بازار افزایش یابد، درآمد شاغلان بازار پرمایه (متغیر DPM) با وجود توسعه‌نیافتگی زیرساختارها و تنها به دلیل حمایت نظام ستاره‌سازی از آنها، بسیار بالاتر از سایر خوش‌نویسان است.

- در حالی که اثر نزدیکی به مراکز تصمیم‌گیری (NC) بر درآمد هنری خوش‌نویسان منفی و معنی‌دار است، برگزاری تعداد بیش‌تر نمایشگاه و اکسپو (Expo) می‌تواند درآمد هنری خوش‌نویسان را به طور معنی‌داری افزایش دهد. بنابراین، مداخله‌های صلاح‌دید دولت منجر به کاهش متوسط درآمد هنرمندان شده، اما مداخله‌های قاعده‌مند (همانند اکسپوها) درآمد متوسط آنها را افزایش می‌دهد.

- رابطه دوسویه بازار خوش‌نویسی و بازار مالی بدین صورت است که نه پیروی تقاضای (Demand-following) خدمات مالی (اثر بی‌معنی وابستگی به اعتبارات بیرونی (ExF)) و نه رهبری عرضه (Supply-leading) خدمات مالی (اثر بی‌معنی دسترسی به اعتبارات بیرونی (CC)) رخ داده است. به عبارت دیگر، نه تقاضای هنرمندان باعث ایجاد انگیزه در واسطه‌های مالی برای عرضه ابزارهای مالی کارآ جهت تأمین مالی پروژه‌های هنری شده، و نه ابزارهای مالی کارآ توسط واسطه‌های مالی عرضه شده است تا تقاضای هنرمندان برای خدمات مالی را تحریک کند.^{۱۳}

- در حالی که اصطکاک‌های رسمی (مانند هزینه راه‌اندازی کسب و کار (BC)، تعداد سال‌های تحصیل (Sch) و هزینه آموزش (EC)) و غیررسمی (مانند اندازه بازار (SM)، درآمد روانی (MI) و نظام توزیع (SD)) و نیز سیاست‌هایی که باعث تشدید این اصطکاک‌ها شده است (مانند کپی‌رایت (CR)، سهم سفارش‌های دولتی (GB))، نتوانسته‌اند اثر معنی‌داری بر درآمد هنری خوش‌نویسان داشته باشند، چندشغلگی (MJ) اثر مثبتی داشته است. به عبارت دیگر، موانع ورود و فعالیت در بازار خوش‌نویسی باعث افزایش درآمد شاغلان حاضر در این بازار نشده، اما سایر

فعالیت‌های هنری و غیرهنری آن‌ها، منجر به افزایش درآمد هنری می‌شود. یکی از اکیدترین اصطکاک‌های رسمی، عضویت در انجمن خوش‌نویسان ایران (MU) و یکی از مهم‌ترین اصطکاک‌های غیررسمی، کوچک‌بودن جمعیت خوش‌نویسان (EP) نسبت به سایر هنرها است. با وجود تأکید زیادی که بر هر دوی این اصطکاک‌ها می‌شود، هیچ‌کدام کارکردی به نفع خوش‌نویسانی که از این موانع عبور کرده‌اند (و جامعه این پژوهش بوده‌اند) نداشته است.

با بررسی اثر متقابل چندشغلگی و برخی از اصطکاک‌های اشاره شده، می‌توان نتیجه‌گیری و پیشنهادهای سیاستی زیر را ارائه داد:

- نتایج برآزش اثر متقابل چندشغلگی و کپی‌رایت مؤید آن است که اگر قوانین کپی‌رایت به درستی مرعا شود، میزان چندشغلگی هنرمندان کاهش می‌یابد. از آن‌جا که بخشی از درآمد هنری خوش‌نویسان، به دلیل عدم رعایت قوانین کپی‌رایت از بین می‌رود، لازم است کیفیت اجرای آن‌ها مورد بازنگری جدی قرار گیرد؛ چرا که حق کپی‌رایت به خودی خود و مجزا از اثر، ارزش بازاری دارد.
- حضور اثر متقابل چندشغلگی با نظام توزیع گویای بی‌معنی بودن اثر خالص چندشغلگی است، بنابراین چندشغلگی اثر خالص معنی‌داری روی درآمد هنری نداشته، بل که توسعه‌نیافتگی نظام توزیع یکی از عوامل مشوق اشتغال هم‌زمان خوش‌نویسان در چندین شغل بوده است. با توجه به تأکید علم اقتصاد بر تخصصی‌شدن، لازم است نظام توزیع خوش‌نویسی بازرراحی شود تا بستر لازم جهت تمرکز خوش‌نویسان بر حرفه تخصصی فراهم شود و انگیزه هنرمندان برای چندشغلگی کاهش یابد.
- با توجه به اثر متقابل برآزش شده چندشغلگی با بی‌ثباتی قوانین، در صورت برقراری ثبات قانونی بیش‌تر، خوش‌نویسان انگیزه خواهند داشت که زمان بیش‌تری از ساعات کار خویش را صرف حرفه تخصصی خود کرده و زمان کم‌تری را به سایر مشاغل هنری و غیرهنری اختصاص دهند.
- از یک سو، هزینه تأسیس کسب و کار هنری بالا است و از سوی دیگر، هنرمندان درآمد هنری به نسبت پایینی دارند. برآزش اثر متقابل چندشغلگی با هزینه‌های

تأسیس کسب‌وکار نشان می‌دهد کاهش یک‌رتبه‌ای این هزینه‌ها سبب افزایش دو برابری درآمد هنری به ازای انتقال هر یک ریال درآمد فعالیت غیرهنری به فعالیت هنری می‌شود. بنابراین، در حضور هزینه‌های بالای تأسیس کسب و کار، طبیعی است که خوش‌نویسان انگیزه بالایی برای چندشغلگی دارند.

- با وارد کردن اثر متقابل چندشغلگی و درآمد روانی، مشخص می‌شود که سهم مهمی از انگیزه خوش‌نویسان برای اشتغال به سایر حرفه‌ها، به دلیل درآمد روانی بالایی است که از اشتغال در خوش‌نویسی کسب کرده و در نتیجه، پیامد جریمه درآمدی آن را می‌پذیرند.

- با وجود آن‌که بازار خوش‌نویسی در مقایسه با سایر بازارها به طور نسبی نازک است، اثر متقابل چندشغلگی و اندازه بازار بیانگر آن است که با وجود تمایل شاغلان این بازار به حفظ سهم بازار خود (از طریق ایجاد موانع ورود عرضه‌کنندگان جدید) تغییرات در اندازه این بازار نمی‌تواند به طور معنی‌داری، درآمد هنری را متأثر کند.

- سهم تقاضای دولت از کل تقاضای بازار خوش‌نویسی چندان زیاد نیست، اما نتایج اثر متقابل چندشغلگی و سفارش‌های دولتی گویای آن است که با اختصاص بودجه دولتی بیش‌تر به خرید آثار، انگیزه چندشغلگی کاهش می‌یابد.

پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد فرهنگ و هنر است. سپاس از هنرمندانی که پاسخ‌گوی سؤالات این پژوهش بودند. سپاس از آقای دکتر مهدی حاج‌امینی؛ که با بیان نکات ارزشمند در ارتقاء کیفیت این پژوهش اثرگذار بودند.
۲. با این استدلال، در این پژوهش نیز، برخی از زیرساخت‌های مرتبط با یکدیگر به صورت متغیرهای حاصل‌ضربی (که نشان‌دهنده آثار تعاملی آن‌ها است) در برآوردها لحاظ شده است.
۳. از اعضای نمونه این پژوهش، ۴ خوش‌نویس آثار خود را در بازار پرمایه عرضه می‌کنند.
۴. برای مطالعه بیش‌تر درباره جریمه درآمدی و آزمون تجربی آن در ایران به شش‌جوانی و همکاران (۱۳۹۹) مراجعه کنید.
۵. فروش دوباره آثاری که بیش از اندازه بزرگ هستند، به دلیل تقاضای اندک سخت‌تر است.

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۳۳

۶. پرطرفدارترین آثار آن‌هایی هستند که هنرمند در خلاق‌ترین دوره کاری‌اش اجرا کرده است.
۷. برای مطالعه تکنیکی‌تر، ر. ک. به مریدی (۱۳۸۸)، رنجرز و فلتپوش (۲۰۰۲)، رنجرز (۲۰۰۲) و تیرنیک (۲۰۱۴).

۸. از میان پرسش‌شوندگان، ۹/۱ درصد اعلام کرده‌اند که بیش از ۷۰ درصد درآمد هنری خود را از سفارش‌های دولتی کسب کرده‌اند.

۹. لازم به ذکر است که گاهی پژوهشگران سعی در ماکزیم‌کردن R^2 دارند. انجام چنین کاری می‌تواند نادرست باشد؛ چرا که در تحلیل رگرسیون، هدف دستیابی به تخمین‌های قابل‌اطمینانی از ضرایب حقیقی رگرسیون جامعه اصلی و استنباط آماری درباره آن‌ها است؛ نه الزاماً به دست آوردن یک R^2 بالا. در تحلیل‌های تجربی، به دست آوردن یک R^2 بسیار بالا چندان رایج نبوده، بل که حتی گاهی، برخی از ضرایب تخمین‌زده شده رگرسیون، از لحاظ آماری بی‌معنی بوده یا دارای علامت‌هایی بر خلاف انتظارات قبلی هستند (گجراتی، ترجمه ابریشمی، ۱۳۹۱: ۲۵۷).

۱۰. یک خطای رایج در بسیاری از پژوهش‌های اقتصادسنجی، مقایسه ضرایب دو متغیر در یک برازش یا یک متغیر در دو برازش جداگانه، بر اساس مقادیر برازش‌شده آن‌ها در تابع رگرسیون نمونه‌ها (ها) است. واضح است که چنین تحلیلی فقط در محدوده نمونه قابل استناد بوده و قابل تعمیم به جامعه نیست. از آنجایی که در روش‌های مبتنی بر حداقل‌سازی مجموع مربعات پسماند، میانگین مقادیر برازش‌شده آماره‌ها در تابع رگرسیون نمونه، برابر با مقادیر واقعی پارامترهای مربوطه در تابع رگرسیون جامعه (با فرض «نوفه سفید» بودن اجزای اخلال) است (گجراتی، ترجمه ابریشمی، ۱۳۹۱: ۸۶).

۱۱. از ۳۳ خوش‌نویسی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، ۹ نفر اعلام کرده‌اند که حداقل ۵۰ درصد و یا بیش‌تر از ارزش پولی فروش آثارشان در اکسپوها بوده است.

۱۲. نکته کلیدی آن است که در مورد هر دو زیرساختار «سهولت و دسترسی به منابع بیرونی» و «سهم سفارش‌های دولتی»، تقریباً ۹۰٪ آزمودنی‌ها، وضعیت این دو زیرساختار را کم یا خیلی کم ارزیابی کرده‌اند. به عبارت دیگر، در خوش‌نویسی دسترسی به وجوه بیرونی بسیار ناچیز بوده است، به طوری که نه اعتبارات کافی برای سرمایه‌گذاری به این بخش عرضه شده و نه بودجه دولتی قابل توجهی به خرید آثار تخصیص داده شده است.

۱۳. دیدگاه رهبری عرضه خدمات مالی ادعا می‌کند ابتدا لازم است عرضه خدمات مالی توسعه یابد تا به دنبال آن، در بخش واقعی تقاضا برای این خدمات به‌وجود آمده و از این طریق، بخش واقعی نیز توسعه یابد. در مقابل، دیدگاه پیروی تقاضای خدمات مالی مدعی است ابتدا

لازم است بخش واقعی توسعه یابد تا به دنبال ایجاد تقاضای بیش‌تر و عمیق‌تر برای خدمات مالی، کمیّت و کیفیت عرضه خدمات مالی افزایش یافته و از این طریق، بخش مالی نیز توسعه یابد. برای مطالعه بیش‌تر در مورد دیدگاه‌های رهبری عرضه و پیروی تقاضای خدمات مالی و نیز آزمون تجربی آن‌ها در اقتصاد ایران به ابوترابی و همکاران (۱۳۹۹) مراجعه کنید.

کتاب‌نامه

- ابوترابی، م. ع.؛ حاج‌امینی، م. و توحیدی، س. (۱۳۹۹). عملکرد سیستم مالی و رشد اقتصادی در ایران: برخی واقعیت‌های سبک‌وار. *بررسی مسائل اقتصاد ایران*، ۷(۲)، ۱-۳۱.
- ابینگ، ه. (۱۳۹۲). *درآمدی بر اقتصاد استثنایی هنر: چرا هنرمندان فقیرند*. ترجمه حمیدرضا شش‌جوانی و لیلا میرصفیان. نشر تحقیقات نظری: اصفهان.
- اوپنهایم، ا. ن. (۱۳۹۱). *طرح پرسش‌نامه و سنجش نگرش‌ها*. ترجمه مرضیه کریم‌نیا. معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.
- بانوک، گ. (۱۳۹۴). *فرهنگ وائزگان اقتصاد*. ترجمه مهدی تقوی. نشر بازتاب.
- بایلاس، ر. ای. (۱۳۸۶). *نظریه اقتصاد خرد*. ترجمه حسین راغفر، نشر نی: تهران.
- بیکر، ت. ال. (۱۳۹۴). *نحوه انجام تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ ناییبی، انتشارات دانشگاه پیام‌نور.
- زرنونی، آ. (۱۳۹۵). *اقتصاد هنر معاصر*. ترجمه حمیدرضا شش‌جوانی و لیلا میرصفیان، انتشارات فرهنگستان هنر.
- شش‌جوانی، ح. ر. (۱۳۹۱). *سیاست‌های حمایتی و یارانه‌های هنر*. در مجید سرسنگی و سجاد باغبان‌ماهر، *اقتصاد هنر ایران*. انتشارات بینارشته‌ای: تهران.
- شش‌جوانی، ح. ر. (۱۳۹۵). *ارزیابی و بازنگری نظام یارانه‌دهی مطبوعات و کتاب*. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: تهران.
- شش‌جوانی، ح. ر.؛ کاووسی، ا. و قیومی، ع. (۱۳۹۹). *برآورد جریمه درآمدی و تابع درآمد از دست‌رفته نویسندگان ادبی در ایران*. *بررسی مسائل اقتصاد ایران*، ۷(۱)، ۱۱۹-۱۳۲.
- قاسمی، ا. (۱۳۹۲). *موقعیت‌یابی در تبلیغات هنر*. انجمن روابط عمومی استان خراسان.
- کالتر، م. (۱۳۸۶). *کارآفرینی در عمل*. ترجمه حمیدرضا شش‌جوانی، نشر تحقیقات نظری: اصفهان.
- گجراتی، د. (۱۳۹۱). *مبانی اقتصادسنجی*. ترجمه حمید ابریشمی، ویرایش چهارم، جلد اول، انتشارات دانشگاه تهران: تهران.

زیرساختارهای بازار هنر، چندشغلگی، و ... (سمیرا اجتهادی و دیگران) ۳۵

مریدی، م. ر. (۱۳۹۴). کپی برابر اصل. در محمدرضا مریدی، مجموعه مقالات اقتصاد هنر ایران. انتشارات مطالعات بینارشته‌ای، تهران.

مریدی، م. ر. و تقی‌زادگان، م. (۱۳۸۸). عرضه و فروش تابلوهای نقاشی در ایران: عوامل اجتماعی مؤثر بر قیمت تابلوهای نقاشی در نگارخانه‌های تهران ۱۳۸۷. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۲، ۱۳۱-۱۷۰.

معاونت اداره کل ارشاد خراسان رضوی (۱۳۹۵). گزارش تعداد هنرمندان شهر مشهد. منتشر نشده. یزدی، ا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر درآمدهای نفتی بر سرمایه اجتماعی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد: مشهد.

- Atkinson, S. E., & Halvorsen, R. (1984). Parametric Efficiency Tests, Economies of Scale, and Input Demand in US Electric Power Generation. *International Economic Review*, 25(3), 647-662.
- Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1966). *Performing Arts: The Economic Dilemma*. The Twentieth Century Fund: New York.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce* (No. 20). Harvard University Press: Cambridge.
- Doi, K., Kii, M., & Nakanishi, H. (2008). An Integrated Evaluation Method of Accessibility, Quality of Life, and Social Interaction. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 35(6), 1098-1116.
- Flug, K., Spilimbergo, A., & Wachtenheim, E. (1998). Investment in Education: Do Economic Volatility and Credit Constraints Matter?. *Journal of Development Economics*, 55(2), 465-481.
- Gérard-Varet, L. A. (1995). On Pricing the Priceless: Comments on the Economics of the Visual Art Market. *European Economic Review*, 39(3-4), 509-518.
- Grampp, W. D. (1989). Rent-seeking in Arts Policy. *Public Choice*, 60(2), 113-121.
- Grimsey, D., & Lewis, M. (2004). *Public Private Partnerships: The Worldwide Revolution in Infrastructure Provision and Project Finance*. Edward Elgar Publishing.
- Haggart, B. (2014). *Copyright: The Global Politics of Digital Copyright Reform*. University of Toronto Press.
- Heilbrun, J., & Gray, C. M. (2004). *The Economics of Art and Culture*. Cambridge University Press.
- Jolliffe, I. T. (1986). Principal Components in Regression Analysis. In Jolliffe, I. T. (Ed.) (2002), *Principal Component Analysis* (pp. 129-155). Springer: New York, NY.
- Jovanovic, M. N. (2020). Market Structure: Introduction. In Jovanovic, M. N., *Evolutionary Spatial Economics*. Edward Elgar Publishing.

- Khan, A. (2001). Financial Development and Economic Growth, *Macroeconomic Dynamics*, 5(3), 413-433.
- Musgrave, R. A. (1971). Infrastruktur und die Theorie der öffentlichen Güter. Grundfragen der Infrastrukturplanung für wachsende irtschaften. *Schriften des Vereins für Socialpolitik*, NF, 58, 43-54.
- Mwangi, I. W., & Ouma, S. A. (2012). Social Capital and Access to Credit in Kenya. *American Journal of Social and Management Sciences*, 3(1), 8-16.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Peacock, A. (2006). The Arts and Economic Policy. In Ginsburgh, V. A., & Throsby, D. (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture (Vol. 1)* (pp. 1123-1140). Elsevier.
- Rengers, M. (2002). *Economic Lives of Artists: Studies into Careers and the Labour Market in the Cultural Sector* (Doctoral dissertation, University Utrecht).
- Rengers, M., & Velthuis, O. (2002). Determinants of Prices for Contemporary Art in Dutch Galleries, 1992-1998. *Journal of Cultural Economics*, 26(1), 1-28.
- Teerink, S. (2014). *Unraveling Art Prices: A Study about Determinants Influencing the Price of Art on the Dutch Primary Market 2000-2010*. Erasmus University Rotterdam Thesis.
- Towse, R. (2014). *Advanced Introduction to Cultural Economics*. Edward Elgar Publishing.
- Towse, R. (2019). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press.
- Velthuis, O., & Coslor, E. (2012) The Financialization Of Art. In Knorr Cetina, K., & Preda, A. (Eds.), *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*, pp. 471-87. Oxford University Press: Oxford UK.
- Vučković, M., Bobek, V., Maček, A., Skoko, H., & Horvat, T. (2020). Business Environment and Foreign Direct Investments: The Case of Selected European Emerging Economies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 243-266.
- Warren, R. (2008). The Nature and Logic of Bad Social Capital. In Castiglione, D., Van Deth, J. W. & Wolleb, G. (Eds.), *The Handbook of Social Capital*, pp. 122-149. Oxford University Press: New York
- Welch, B. L. (1938). The Significance of the Difference Between Two Means when the Population Variances are Unequal. *Biometrika*, 29(3/4):350-362.
- Williamson, O. E. (1991). Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives. *Administrative Science Quarterly*, 36(2), 269-296.
- World Economic Forum, Davos (2008). *Financial Development Report*. USA Inc: New York, USA.