

عرضه ۳۲۲ میلیون دلار در سامانه نیما

سامانه نیما روز شنبه مورخ ۲۵ اردیبهشت ماه شاهد عرضه حدود ۳۲۲ میلیون دلار به‌صورت حواله ارزی به منظور تأمین ارز واردات کشور بوده است. از عرضه‌های مذکور حدود ۱۰۳ میلیون دلار معامله شده است. بر اساس معاملات انجام شده، میانگین موزون نرخ دلاری معاملات ۲۰۵۴۴ تومان بوده است.

این امر حاکی از این است که نرخ ارز مؤثر در واردات کشور نرخ مذکور بوده است و روند آن در روزهای اخیر نزولی بوده است./بانک مرکزی

شناسایی ۱۰۰۰ متقاضی کروناپی

بلیت در هر ماه

مدیرکل دفتر حمل‌ونقل مسافری سازمان راهداری گفت: با اتصال به سامانه وزارت بهداشت از سال گذشته تا به امروز قبل از صدور بلیت وضعیت سلامت مسافران از نظر ابتلا به کرونا استعلام‌گیری می‌شود و سال گذشته تا به امروز ماهانه به‌صورت متوسط برای ۱۰۰۰ متقاضی مبتلا به کرونا بلیت صادر نشده است.

داریوش باقر جوان درباره میزان سفر با حمل‌ونقل عمومی در ایام عید فطر امسال که ممنوعیت تردد با وسایل شخصی به اجرا رسید با سال گذشته اظهار داشت: در ایام عید فطر امسال بازه زمانی ۲۱ تا ۲۵ اردیبهشت ماه نسبت به ایام مشابه در سال گذشته، تعداد سفر ۲۶ درصد و تعداد جابه‌جایی مسافر ۱۵ درصد افزایش یافت.

وی تأکید کرد: شرایط عادی و پایانه‌های مسافربری خلوت بودند. باید توجه داشته باشیم که سال گذشته میزان سفر بشدت کاهش یافته بود و عملاً سفری قابل توجهی وجود نداشت به همین دلیل این افزایش ۲۶ درصدی تردد وسایل حمل‌ونقل عمومی نشانگر شلوغی جاده‌ها نیست.مدیرکل دفتر حمل‌ونقل مسافری سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای ادامه داد: در این ایام در مجموع ۱۸۵ هزار سفر انجام و یک میلیون و ۲۸۵ هزار مسافر جابه‌جا شد./ایلنا

افزایش قیمت شکر و روغن



طبق نامه ارسالی یکی از شرکت‌های بزرگ تولید روغن، قیمت انواع روغن مایع ۳۵ درصد و روغن جامد ۳۰ درصد گران خواهد شد.

در این نامه آمده است: قیمت‌های فوق بر اساس واردات با ارز یارانه‌ای (هر دلار ۴۲,۲۰۰ ریال) است. در صورت هر گونه تغییر در نرخ ارز ترجیحی کالاهای اساسی قیمت فروش محصولات شرکت نیز به تبع آن تغییر خواهد کرد.

در خصوص افزایش قیمت شکر نیز یک منبع آگاه در وزارت صمت اظهار داشت: قیمت خرده‌فروشی شکر در بسته‌های یک کیلویی پیش از این ۸۷۰۰ تومان بود و الان شکر عمده فروشی ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان و شکر یک کیلویی خرده فروشی ۱۵ هزار تومان شده است. افزایش قیمت روغن از روز شنبه اعمال شده و افزایش قیمت شکر نیز از امروز یا فردا اعمال می‌شود. بیش از ۹۵ درصد روغن خام وارداتی است و با توجه به افزایش قیمت جهانی روغن خام، آخرین افزایش قیمتی که در کشور اعمال شد مربوط به ۲۸ مرداد سال ۹۹ بود که از آن زمان تاکنون افزایش قیمتی رخ ن داده بود./مهر-ایلنا

سکه‌گران شد

نایب رئیس اتحادیه طلا و سکه اظهار داشت: در حالی که در هفته گذشته عده‌ای فروشنده بودند در هفته جاری خریداران طلا و سکه افزایش یافته‌اند. البته این رفتار هیجانی از سوی سرمایه‌داران خرد صورت می‌گیرد.

محمد کشتی‌آرای اظهار داشت: در طول چند روز اخیر شاهد آن بودیم که نرخ ارز افزایش یافت و یکی از عوامل تأثیرگذار در تعیین نرخ طلا هم نرخ ارز است. وی ادامه داد: با افزایش نرخ ارز، قیمت طلا و سکه هم بالا رفت به طوری که سکه از کانال ۹ میلیون تومان به کانال ۱۰ میلیون تومان برگشت.

وی افزود: در بین قطعات سکه، نیم و ربع سکه بیشترین سهم در فروش به مردم را دارند./ایلنا

ذخایر برنج خارجی، تنها تا ۳ ماه دیگر

دبیر انجمن واردکنندگان برنج ایران با ابراز نگرانی از فراموشی مشکلات تأمین برنج کشور در هیاهوی انتخاباتی اظهار کرد: تنها تا ۳ ماه دیگر ذخایر برنج وارداتی داریم.

مسبح کشاورز، با تأکید بر اینکه با توجه به خشکسالی سال جاری تولید داخل نیز کاهش دارد، افزود: بدون شک با کاهش تولید داخل و محدودیت در واردات با کمبود شدید برنج مواجه خواهیم شد.

به گفته وی: ذخایر کنونی کشور ۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار تن است که تا ۳ ماه آینده تمام می‌شود و این امر برای کشور خطرناک است./ایلنا

گفت‌وگو با حمیدرضا ششجوانی

عضو پیوستهٔ انجمن بین‌المللی اقتصاد فرهنگ ACEI

درباره مرز امکانات سیاستگذاری در اقتصاد فرهنگ

تحریم‌ها؛

مهمترین مانع

رشد اقتصاد فرهنگ

فاصله در آمد حاصل از کار فرهنگی

با کارمندی در ایران ۵۵ تا ۷۴ میلیون تومان در سال است

سپیده‌یوری

خبرنگار

آوریل ۱۹۹۸ در استکهلم برای نخستین بار نشست با حضور نمایندگان ۱۵۰ کشور از سراسر جهان برگزار شد. آنها توافق کردند که فرهنگ از حاشیه سیاستگذاری اقتصادی به مرکز آورده شود و اهمیت بیشتری در تدوین سیاست‌ها بیابد. تصمیمی که افزایش علاقه سیاسی و نهادی به مناسبات میان علم اقتصاد و فرهنگ در آن زمان را تأیید می‌کند.

قریب به یک سال بعد در اکتبر ۱۹۹۹ در فلورانس دومین نشست برگزار شد، زمانی که بانک جهانی اعلام کرد فرهنگ مؤلفه ضروری توسعه اقتصادی است و از این پس نقش قدرتمندتری در شکل دادن و مشروط کردن عملیات اقتصادی بانک جهانی بازی می‌کند. در واقع می‌توان گفت در این برش از تاریخ بود که زمینه به رسمیت شناختن فرهنگ درون علم اقتصاد ایجاد شد و اکنون به جایی رسیده که گزاره‌های متقن حکایت از آن دارند که همه فرهنگ‌ها باید باز نیست محیط مادی خود انطباق یابند چرا که از طریق این زیست محیط تبیین پذیر می‌شوند. حال با وجود توجه جهانیان به این مفهوم، در ایران امام‌مختان پرشش‌های بنیادی وجود دارد. سنجش اینکه اقتصاد به مثابه فرهنگ چقدر در سیاستگذاری‌های اقتصادی و فرهنگی مانمود دارد و اصولاً چرا اقتصاد فرهنگ در ادبیات مسئولان و مشی اجرایی‌شان گنجانده نمی‌شود؟ صنایع خلاق و استارت‌آپ‌های فرهنگی چه زمانی جایگزین اقتصاد نفتی خواهند شد نیز خود موضوع دیگری است که پاسخ به این پرسش‌ها را در گفت‌وگو با حمیدرضا ششجوانی، دکترای سیاستگذاری اقتصادی و فرهنگ و عضو پیوستهٔ انجمن بین‌المللی اقتصاد فرهنگ ACEI جست و جو کردیم، او که معتقد است ما در گیرک آشننگی مفهومی و فاقد استراتژی توسعه فرهنگی هستیم.

■ اقتصاد فرهنگ در کدام سویه از زیست فرهنگی ما قرار دارد؟

اگر از منظر کارکردگرایان جامعه‌شناسی نظم مثلاً «تالکوت پارسونز» به موضوع نگاه کنیم، ساختمان هر اجتماعی از چهار ساخت مجزا به نام اقتصاد (منابع)، سیاست (هدف)، جامعه (همبستگی) و فرهنگ (امر نمادین) تشکیل شده است. بر این اساس «اقتصاد فرهنگ» هم آمیزی منابع محدود و امر نمادین است. به عبارت دیگر کسب درآمد از ارزش‌های زیبایی‌شناختی، اسطوره‌ها، باورها و تفریحاتی که جامعه را هماهنگ می‌کند. در اساس مسأله کلیدی «تجارت فرهنگ» یا تبدیل ارزش‌های فرهنگی به ارزش اقتصادی (پول) است. بسیاری از ارزش‌های فرهنگی را نمی‌توان در مقدار پولی که بابت کالا یا خدمات فرهنگی می‌دهیم، بیابیم. به عبارت دیگر پول نماینده تمامی ارزش‌های موجود در کالا و خدمات فرهنگی نیست. برای همین است که کار اقتصادی در بخش فرهنگ پیچیده‌تر از سایر بخش‌هاست و بازار کالای فرهنگی و بازار کار فرهنگ خیلی ویژه هستند. اما خبر خوب برای این بخش این است که در سال‌های اخیر خرده‌خرده نوعی تغییرات پارادایمی در اقتصاد جهانی پدیدار شده که در آن نرخ رشد بخش فرهنگ در اشتغال و تولید ناخالص داخلی از برخی صنایع دیگر پیش افتاده است. داده‌های موجود هم در این باره ملکی (کشور منفرد) و هم بین‌المللی صادق است.

■ پس چرا اهل فرهنگ نمی‌توانند از راه فرهنگ کسب درآمد کنند؟

به نظرم این یکی از مهم‌ترین پرسش‌هایی است که اقتصاددانان فرهنگ در ایران باید به آن پاسخ دهند. تلاش می‌کنم به شیوه اقتصاددانان نه متغیرهای مؤثر، متغیرهای تعیین‌کننده را ذکر کنم. برای تحلیل این موضوع باید بدانیم که نه اهالی فرهنگ و نه اقتصاددانان

وجود دارد. این ویژگی‌ها کار فرهنگی را به شغلی با ریسک بالا تبدیل می‌کند و بازندگان این بازار هزینه‌های مالی فراوانی را متحمل خواهند شد.

در بازار کار فرهنگ تنها تعداد اندکی از شاغلان چیزی حدود ۲ تا ۳ درصد درآمدهای بالا و بسیاری دیگر درآمدهای پایین دارند. این ویژگی را برنده صاحب همه چیز Winner-take-all می‌نامند. برای روشن شدن موضوع چند مثال می‌زنم؛ در تحقیق‌های متفاوتی که در کشور درباره نویسندگان، هنرمندان نقاش و مجسمه‌ساز و مترجمان ادبی انجام شده نشان می‌دهد میانگین درآمد ساعتی اهالی فرهنگ از «کار خلاقه و نیز کپی‌رایت احتمالی آثارشان» حدود ۱۵۰۰۰ تومان است. این درحالی است که میانگین درآمد ساعتی کارکنان دولت حدود ۴۰ هزار تومان است. کارکنان دولت و شرکت‌های خصوصی به‌صورت معمول ماهانه حدود ۱۸۰ ساعت کار می‌کنند اما اهالی فرهنگ ماهانه ۲۴۰ ساعت. به عبارت دیگر اهالی فرهنگ نسبت به دیگران ۶۳ ساعت کار اضافه می‌کنند. به دیگر سخن اهالی فرهنگ ۳۵ درصد کار بیشتر و حدود ۸ درصد کم‌تر از میانگین درآمد کارکنان دولت به دست می‌آورند. برای همین است که اهالی فرهنگ عموماً چندین شغل دارند چرا که درآمد آنها از این راه ممکن است هزینه‌های زندگی آنها را تأمین نکند. حالا تصور کنیم یکی از اهالی فرهنگ که در شرایط مشابهی با یک کارمند دولت یا بخش خصوصی است مثلاً هر دو مدرک لیسانس دارند ۳۰ سال‌شان است هر دو سابقه کار یکسان دارند، اگر کار فرهنگی نمی‌کرد و کارمند می‌شد چه مقدار درآمد داشت و الان چه مقدار درآمد به دست می‌آورد. فاصله در آمد حاصل از کار فرهنگی با کارمندی را درآمد از دست‌رفته می‌گویند. این رقم بنا به تحقیقات در کشور بین ۶۲ تا ۸۰ درصد است که معادل آن تقریباً بین ۵۵ تا ۷۴ میلیون تومان در سال است.

■ **خب اهالی فرهنگ چرا با وجود این شرایط به چنان کارشان را به عنوان یک کار مادی ادامه می‌دهند؟**

کار فرهنگی به غیر از درآمد، پاداش‌های غیری پولی زیادی را نصیب هنرمندان و پاداش‌های غیری پولی می‌کند. شامل لذت بردن از کار هنری، خودشناسی، شناخته‌شدن در بین سایر هنرمندان و... این پاداش‌ها هنرمندان را به رغم میانگین پایین درآمد مشغول به کار نگه می‌دارد. آیا به یاد این حکایت گلستان نمی‌افتید که سعدی می‌گوید «هنر چشمه زاینده است و دولت قایمه و گر هنرمند از دولت بیفتد غم نباشد که هنر در نفس خود دولت است، هر جا که رود قدر بیند و در صدر نشیند» اقتصاددانان این پاداش‌های غیری پولی کار را «درآمد روانی» Psychic income می‌نامند. از سوی دیگر اهالی فرهنگ (بیش‌تر جوانان) پاداش‌های آتی و شانس موفقیت خود را همواره بیش‌از‌حد ارزیابی می‌کنند و همین نکته آنها را در تحمل جریمه درآمدی شکیبایی می‌کند.

در اساس این ارزیابی زیادی از موفقیت، هنرمندان را ریسک‌پذیرتر از شاغلین در سایر حرفه‌ها می‌کند. این موضوع وقتی با انتظار به دست آوردن پاداش‌های بزرگ مالی در نظام برنده صاحب همه چیز ترکیب می‌شود، علاوه بر ایجاد مازاد عرضه نیروی کار در آمد از دست‌رفته هنرمندان را زیاد می‌کند. آدام اسمیت در ثروت ملل نوشته است: «ادیبان از زمره آن دسته از مردمان بی‌بازده‌اند و تعدادشان آن چنان زیاد است که لا‌جرم دستمزدشان ناچیز می‌شود.»

■ **تکلیف دلیل دوم چه شد؟**

تا اینجا امیدوارم توانسته باشم بازار کار عجیب و غریب هنرمندان و اهالی فرهنگ را توضیح دهم. به این موضوع دخالت‌های تنظیمی نهادهای قدرت را که بیفزاید، علت دوم پول درنیارندن اهالی فرهنگ را متوجه می‌شوید. بیچارگی این جاست که حتی اگر مانند سایر کشورها بخش فرهنگ دالما رشد کند، سیاستگذاری‌های نادرست اقتصادی در بخش فرهنگ اجازه رشد نمی‌دهد. برای شما چند مثال می‌زنم.

تولید محصول فرهنگی هزینه ثابت بسیار بالا و هزینه نهایی اندکی دارد. مثلاً کتاب را در نظر بگیرید، تولید کتاب مثل بیشتر صنایع فرهنگی، (به‌استثنای رادیو و تلویزیون دولتی) کسب و کاری انتفاعی است، به این معنی که هر وقت بازاری برای کالاها و خدمات وجود داشته باشد و سودی در کار باشد، کسب و کارها و مؤسسات، آن کالاها و خدمات را تولید و عرضه می‌کنند. البته مخارج اولیه یعنی میانگین هزینه ثابت تولید نسخه «اول» (بسیار بالاست، هزینه‌های ماندن اجازه محل، کاغذ، حقوق کارکنان و...؛ اما هزینه نهایی تولید یا تولید یک عدد دیگر از همان کتاب اندک است و در جایی که موضوع تکثیر دیجیتال در فضای اینترنت در کار باشد، عملاً صفر است. از این گذشته تولید کتاب، هزینه‌های بازگشت ناپذیر بالایی دارد. هزینه‌های ثابت که پیشتر درباره آن گفتیم مثل تجهیزات سرمایه هستند و چنانچه روزی تولیدکننده بخواهد بازار را ترک کند، می‌تواند دوباره آنها را بفروشد؛ اما هزینه‌های برگشت‌ناپذیر مخارجی هستند که برای مواردی مصرف شده‌اند که هیچ ارزشی برای فروش دوباره ندارند. پیش‌پرداخت مؤلف، هزینه‌های تولید مثل فیلم و زینک کتاب و برخی مواد مصرفی و هزینه‌های بازاریابی جزو هزینه‌های برگشت‌ناپذیر هستند. به نسبت سایر کالاهای معمول سهم هزینه‌های برگشت‌ناپذیر در تولید کتاب بسیار بالاست. حالا تصور کنید نویسنده و ناشر پس از تحمل کلیه هزینه‌ها تازه کارش را برای مجوز باید به دولت بسپارد و در پاره‌ای موارد اجازه چاپ بگیرد، در مرحله‌ای که همه هزینه‌ها پرداخت شده (وزارت ارشاد ناشران را مجبور می‌کند غیر از صفحه آرائی، جلد کتاب را هم برای ارزیابی بفروشد) در صف انتظار ممیزی می‌گویند نمی‌توان کار را منتشر کرد. در اساس این کار سیاستگذاری اقتصادی بدون توجه به بازار کار و عملاً در جهت ضرر‌زدن به نویسنده و ناشر طراحی شده است.

این در حالی است که اگرچه کتاب در گذشته یکی از مهم‌ترین مجراهای نشر عقیده و اطلاع‌رسانی بود و زمانی که جلوی نشر آن گرفته می‌شد، تقریباً انتشار محتوای آن بسیار محدود می‌گشت، اما با تغییرات تکنولوژیک پیش آمده، کتاب در مقایسه با رسانه‌های جدید، دیگر رسانه تأثیرگذاری به شمار نمی‌آید. حتی اگر کتابی با محتوایی نه‌چندان مناسب منتشر شود، سرعت توزیع و زمان بر بودن مطالعه، آن را بسیار کم‌اثرتر از انتشار چکیده همان مطالب در کانال‌ها و گروه‌های موجود در شبکه‌های مجازی می‌کند.

حالا به فرض رونق بازار کتاب آن چه پیش خواهد آمد طولانی‌تر شدن فرایند صدور مجوز، خواب بالای سرمایه و بی‌انگیزگی نویسنده و ناشر است. آثار و کالاهای فرهنگی کپی‌رایت محور هستند.

با توجه به ویژگی‌هایی که در بالا برشمردیم، مشکل دیگری در حقوق مالکیت کالای فرهنگی است. اهل فرهنگ و مؤسسات فرهنگی کالای فرهنگی را با هزینه‌های بالا تولید می‌کنند و زمانی که نوبت سودآوری آنها به‌خاطر پایین بودن هزینه نهایی می‌رسد، دیگران به شیوه‌های مختلف از آن اثر یا کالا بهره‌برداری می‌کنند و موجب ضرر و زیان می‌شوند. در نظام کپی‌رایت در هر کشوری سه اصل وجود دارد: قانون، اجرا و مدیریت. درباره قانون که مشخص است، ما از سال ۴۸ در رابطه با کپی‌رایت قانون داریم. در حوزه اجرا قوه قضائیه باید فردی که ناقض حق شده را مجازات کند. حوزه سوم یعنی مدیریت بدان معناست که صاحب اثر چگونه حقوق مادی و معنوی خود را اداره کند که تضییع نشود. گاهی حق جنبه فردی دارد مثل موزیسینی که با یک ناشر قرارداد می‌بندد و از حق نشر سهم خود را دریافت می‌کند اما گاهی سازمانی مثل صدا و سیما اثر را بخش می‌کند و بابت آن هم هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند. مثل ایران داد و بسیاری از جاهای دیگر که از تولیدات فرهنگی استفاده می‌کنند بدون آنکه هزینه‌ای بپردازند. در این شرایط هنرمند به تنهایی نمی‌تواند از خود احقاق حق کند چرا که هزینه زیادی دارد و باید با کلی سازمان طرف حساب شد. خلاصه آن که ما در اجرا و اعمال کپی‌رایت نه مدیریت داریم و نه کسی آن را اجرا می‌کند. ناقضان حق، حق هنرمندان را از بین می‌برند؛ حقی که مستند به قانون است. یعنی حقی عرفی و خیالی نیست، نص صریح قانون است و برای ناقضان مجازات حبس در نظر گرفته شده است. با این حال ناقضان کار خودشان را انجام می‌دهند و نکته قابل تأمل آن که ناقضان عموماً دولتی هستند. در بیشتر کشورها، مؤسسه‌هایی برای اداره کپی‌رایت وجود دارد به اسم مدیریت جمعی Collective Management Organization که به نمایندگی از اهالی فرهنگ (هنرمندان و پدیدآورندگان) حقوق‌شان را جمع‌آوری و بین آنها توزیع می‌کنند. این بخش از نظام کپی‌رایت در کشور ما مفقود است یعنی فضا طوری است که امکان اداره حق برای