

# Περιεχόμενα

<b>Ευχαριστίες .....</b>	<b>9</b>
<b>1   Εισαγωγή στα οικονομικά του πολιτισμού .....</b>	<b>11</b>
Η εργαλειοθήκη του κλάδου των οικονομικών .....	13
Το πεδίο των οικονομικών του πολιτισμού .....	16
Μεγάλα δεδομένα και πολιτιστικές γνώσεις .....	20
Ο ρόλος του πολιτισμού στην οικονομία .....	21
Ένα διάγραμμα για τη μελέτη των δημιουργικών δραστηριοτήτων .....	23
Σύνοψη .....	25
<b>2   Αγορές, τιμές και φορείς .....</b>	<b>27</b>
Είδη αγαθών και υπηρεσιών .....	27
Το μοντέλο της αγοράς .....	29
Βιομηχανική οργάνωση στις δημιουργικές βιομηχανίες.....	32
Οι αγορές σε λειτουργία: μια συναυλία pop μουσικής .....	34
Μελέτη περίπτωσης: Δημοπρασίες έργων τέχνης .....	39
Σύνοψη .....	43
<b>3   Κοινωνία και πολιτισμός: δημόσιες παροχές και     θεσμικό πλαίσιο .....</b>	<b>45</b>
Ο πολιτισμός ως δημόσιο αγαθό .....	46
Θεσμικά ζητήματα όσον αφορά τη δημόσια παροχή πολιτισμού ...	52
Το δωρεάν δεν υφίσταται .....	55
Προστασία εναντίον ελευθερίας .....	58
Μελέτη περίπτωσης: πολιτικές προτιμήσεις και πολιτιστικές δαπάνες.....	62
Σύνοψη .....	64
<b>4   Ζήτηση για πολιτισμό.....</b>	<b>67</b>
Προτιμήσεις .....	68
Πληρώστε όσο θέλετε .....	75
Καταναλώστε για να εντυπωσιάσετε .....	77

Είναι τα έργα ζωγραφικής μια επένδυση; .....	79
Μελέτη περίπτωσης: το Κρατικό Μουσείο της Ολλανδίας .....	82
Σύνοψη .....	84
<b>5   Καλλιτέχνες, διασημότητες και δημιουργικότητα... 87</b>	
Θεωρία της διασημότητας.....	88
Ο νικητής τα παίρνει όλα .....	90
Η ουρά: διάττοντες αστέρες .....	92
Εργασία για την εξασφάλιση των προς το ζην:	
οι αγορές εργασίας των καλλιτεχνών .....	93
Η τοποθεσία έχει σημασία .....	94
Οικονομικά της δημιουργικότητας .....	96
Μελέτη περίπτωσης: διάκριση στις αγορές εργασίας	
των καλλιτεχνών .....	100
Σύνοψη .....	103
<b>6   Η ποιότητα στις τέχνες και στον πολιτισμό..... 105</b>	
Τα πλεονεκτήματα της ποσοτικοποίησης και της κατάταξης των	
πολιτιστικών προϊόντων .....	109
Αγορές: όσο περισσότερο τόσο το καλύτερο;.....	111
Άλλες εκτιμήσεις καταναλωτών: πόσα αστέρια λάμπουν στην	
Amazon; .....	114
Αξιολόγηση ειδικών: οι κριτές είναι ακόμα εκτός.....	115
Και οι ίδιοι οι καλλιτέχνες;.....	118
Είναι πιο εύκολο να κρίνεις τους νεκρούς: αξιολογώντας την ποι-	
ότητα των σπουδαίων καλλιτεχνών .....	119
Μελέτη περίπτωσης: οι προτιμήσεις είναι ευμετάβλητες και η εκ	
των υστέρων διαπίστωση αποτελεί σημαντική συνεισφορά.....	121
Σύνοψη .....	123
<b>7   Η οργάνωση των πολιτιστικών βιομηχανιών ..... 125</b>	
Βαθμός συγκέντρωσης στη δημιουργική οικονομία.....	126
Το κόστος παραγωγής .....	130
Δομή, συμπεριφορά, απόδοση.....	133
Η τέχνη της συμφωνίας: σχέσεις εντολέα-εντολοδόχου.....	135
Μελέτη περίπτωσης: ποιος χρειάζεται ατζέντη; Δύο αντιπροσω-	
πευτικά παραδείγματα σχέσης εντολέα-εντολοδόχου .....	137
Σύνοψη .....	141

<b>8   Η επίδραση του διαδικτύου στους πολιτιστικούς τομείς .....</b>	<b>143</b>
Μουσική βιομηχανία: από τα προϊόντα στις υπηρεσίες.....	145
Μουσική βιομηχανία II: συμπληρωματικότητες των ζωντανών εκπομπών .....	149
Broadcasting: ο θάνατος της τηλεόρασης.....	151
Η αγορά του βιβλίου: ηλεκτρονικά βιβλία έναντι έντυπων βιβλίων .....	156
Η δυναμική εντολέα-εντολοδόχου έγινε ψηφιακή στην αγορά του βιβλίου.....	159
Βιβλιοθήκες: χώροι πολιτισμού;.....	161
Μελέτη περίπτωσης: Πού πηγαίνουν όλοι οι αναπαραγωγείς; Η Σίλικον Βάλει και η βιομηχανία αναπαραγωγής.....	163
Σύνοψη .....	166
<b>9   Η επίδραση της παγκοσμιοποίησης στους πολιτιστικούς τομείς .....</b>	<b>169</b>
Τι είναι η οικονομική παγκοσμιοποίηση (economic globalization);.....	170
Παγκοσμιοποίηση και πολιτισμός .....	171
Παγκοσμιοποίηση σε αριθμούς I: πολιτιστικά αγαθά στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	174
Παγκοσμιοποίηση σε αριθμούς II: πολιτιστικές υπηρεσίες σε όλο τον κόσμο.....	176
Οι αγορές έργων τέχνης γίνονται παγκόσμιες.....	178
Πολιτιστικές εξαιρέσεις και διάδοση προτιμήσεων.....	181
Μελέτη περίπτωσης: όπερα και ορχήστρες σε όλο τον κόσμο.....	184
Σύνοψη .....	187
<b>10   Συμπεράσματα.....</b>	<b>189</b>
<b>Βιβλιογραφία.....</b>	<b>195</b>
<b>Κατάλογος σχημάτων.....</b>	<b>201</b>
<b>Ευρετήριο όρων και ονομάτων .....</b>	<b>203</b>