

عنوان مقاله:

اقتصاد موسیقی ایران و کپی رایت

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محسن محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

پیام محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

وقتی صحبت از اقتصاد و تجارت موسیقی می شود، اولین چیزی که در ذهن عموم شکل میگیرد خوانندههایی بنام و زندگی در رفاه کامل آنان است. اما با ورود به این حوزه در همان بررسی های ابتدایی با عناوینی مثل حمایت های مالی اسپانسر کپی رایت و غیرهمواجه می شویم درصد کمی از خواننده ها نیازمند حمایت مالی دولتی یا خصوصی نیستند و عده زیادی در ابتدای راه به خاطر نبودحمایت از رده خارج میشوند. در این پژوهش که به اقتصاد موسیقی و بحث کپی رایت آن اختصاص دارد در ابتدا با سیستم هنر و عاملان دنیای موسیقی یعنی شبکه کنشگران اجتماعی و با مفاهیم لازم در مورد اقتصاد آشنا می شویم. سپس به بررسی اقتصادموسیقی از لحاظ کارکرد سیستم های حمایتی چون کپی رایت و حق مولف می پردازیم. روش پژوهش این مقاله به روش کتابخانه‌ای و تطبیقی می باشد. و هدف آن شناسایی مبحث کپی رایت و چگونگی بکارگیری تاثیراتش در جامعه ی هنری و مصرف هنری بازار ایران می باشد. ازین روی تاریخچه ی مختصری از قوانین کپی رایت ایران را با قوانین کپی رایت کشورهای اروپایی مورد بررسی قرار داده ایم که هم از اثرات و فواید کپی رایت در کش.ر های توسعه یافته اطلاع حاصل کنیم هم بتوانیم راهکارهای حمایتی جدیدی در جامعه ی هنری ایران وارد کنیم.

کلمات کلیدی:

اقتصاد موسیقی، اقتصاد هنر، کپی رایت، مصرف هنری، بازار هنری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/455972>

