



● خانه شهر کرمان ●

اقتصاد فرهنگ و هنر در کرمان



◆ عبدالرضا قراری

مدیرعامل خانه هنرمندان استان کرمان

روندها و گرایش‌های حاکم بر اقتصاد هنر مورد مطالعه قرار می‌گیرد و نظریه‌های اقتصاد هنر شکل می‌گیرد. در سنت‌های فرهنگی ما نظرها‌های خاصی وجود دارد که وجه اقتصادی هنر را به‌سادگی نمی‌پذیرند و در مقابل مفهوم (هنر کالا) که محصول تفکر سرمایه‌داری در نظام مالی جهانی است رویکرد انتقادی می‌گیرد. این تقابل انتقادی یک وجه دگرگونی است که در نظام اجتماعی با توجه به

از دهه ۱۹۸۰ میلادی نگاه به اقتصاد هنر تغییر کرده و مبادلات مالی بین‌المللی در این زمینه موجب شده است که اقتصاد هنر به‌عنوان یک دانش میان رشته‌ای در دنیا مورد توجه نظریه‌پردازان و محققان قرار گیرد و همچنین اقتصاد هنر در اقتصاد کشورها و برنامه‌های توسعه پایدار آن‌ها و سهم خواهی در اقتصاد جهانی، نظام پیچیده و تخصصی ایجاد کرده است. در نظام استاندارد بین‌المللی صنایع (ISIC) فعالیت‌های هنری طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های تولیدی و خدماتی را پوشش می‌دهند که از فعالیت‌های هنری موسیقی، تئاتر، سینما، هنرهای تجسمی و تبلیغات، انتشارات، مجموعه‌داری، موزه، نمایشگاه، کتابخانه تا تألیف و بازی‌های رایانه‌ای و غیره را در برمی‌گیرد. امروزه با روش‌های آماری و اقتصادسنجی، بر اساس آمار میدانی و رسمی

از سوی حاکمیت در اتخاذ شیوه‌های حمایتی و هدایتی مناسب، به‌منظور تشویق و ترغیب مشارکت بخش غیردولتی در فعالیتهای هنری و فرهنگی و افزایش سهم سرمایه‌گذاری افراد و بنگاه‌های هنری در تولید و ارائه خدمات و آثار هنری موفق نبوده است.

۲) پدیدآورندگان آثار هنری و هنرمندان

نظام‌های حرفه‌ای و همه حرفه‌ها کم یا بیش و به شیوه‌های گوناگون تعداد اعضایشان را به‌صورت رسمی کنترل می‌کنند. سازمان نظام پزشکی نهادی است که گروه حرفه‌ای پزشکان و تخصص‌های مربوط به آن را تعریف کرده و به فعالیت حرفه‌ای آن‌ها رسمیت می‌بخشد و سازمان نظام‌مهندسی هم در خصوص مهندسیین همین هدف را دنبال می‌کند. می‌دانیم که در هر یک از گرایش‌های حرفه‌ای مورد نظر با داشتن مدرک رسمی دانشگاهی فعالیت حرفه‌ای فرد رسمیت نمی‌یابد و دریافت پروانه فعالیت از سازمان‌های مورد نظر است که به فعالیت حرفه‌ای افراد در این مشاغل رسمیت می‌بخشد و در نظام بازار این اتاق بازرگانی است که به همراهی نهادهای صنفی مجوز فعالیت مشاغل مختلف را صادر می‌نماید. حال آنکه در زمینه هنر هر کس می‌تواند هنرمند باشد. شکل نگرفتن فضای حرفه‌ای بر امنیت شغلی هنرمندان اثر گذاشته، اما چرا مشاغل هنری در نظام اجتماعی ما به رسمیت شناخته نمی‌شوند؟ عدم شکل‌گیری نظام حرفه‌ای دلایل متعددی دارد اما اصلی‌ترین دلایل آن عبارتند از: الف) پیشینه مشاغل هنری در سنت فرهنگی ما به دربار پادشاهان و دولتها وابسته بود و عموم هنرمندان در استان با این پیش‌فرض به هنر می‌پردازند که دولت موظف است تمام کمال از تحقق ایده آن‌ها در زمینه تولید اثرشان حمایت کند، به روایتی دیگر گروه‌کنیری از هنرمندان دولت را خریدار آثارشان می‌دانند نه مخاطب. ب) سازمان‌ها و نهادهای حاکمیتی پس از انقلاب با پرداخت اندک و عمل نکردن به تعهدات مالی خود به هنرمندان، عملاً از آن‌ها سوءاستفاده کردند. از سویی هنرمندانی که در ازای خدمات‌شان پرداخت آبرومندان‌های را مطالبه می‌کردند با هنرمندان مبتدی که به پرداخت اندک رضایت می‌دادند جایگزین می‌شدند. در این عملکرد نادرست، نظام حرفه‌ای هنر مداوم فرو می‌پاشید و موجب می‌گردید بسیاری ناامید شوند و شغل هنری‌شان را رها کنند. پ) در سرفصل سرمایه‌گذاری اشاره کردیم که در استان عموم هنرمندان خود تأمین‌کننده مالی فعالیت هنری خود هستند. شاعران و نویسندگانی که کتاب خود را با هزینه شخصی خود چاپ کرده‌اند، گروه‌های موسیقی که آلبوم

پیشینه تاریخی شکل‌گرفته و خواه ناخواه نوعی ایستادگی در مقابل فرآیندهای مالی امروزی و نظام مبادلات هنری به وجود می‌آورد؛ اما در هر صورت از دهه ۹۰ شمسی توجه به مفاهیم علمی اقتصاد هنر به‌صورت خودجوش و بر اساس گرایش‌ها و علاقه شخصی برخی از دانشجویان سطوح مختلف دانشگاهی در گرایش‌ها و رشته‌های مرتبط با فعالیت‌های هنر، از جمله دانشجویان پژوهش هنر مطرح و به آن پرداخته شده است. از سوی دیگر انتشار ارقام فروش حراجی‌های آثار هنری، جداول فروش فیلم‌های سینمایی، آلبوم‌های موسیقی و ارقام مربوط به اقتصاد سرگرمی‌ها توجه گروهی از هنرمندان را برای حضور در این مبادلات اقتصادی جلب کرده و با توجه تنگناهای معیشتی هنرمندان انگیزه لازم برای مداخله نظام مالی جهانی را فراهم آورد. ذکر مطالب بالا در مقدمه به این دلیل بود که توجه داشته باشیم دانش اقتصاد هنر، دانش نوین‌یادی است و زیست اندیشگانی ما در این پهنه علمی نیز طول عمر چندانی ندارد، لذا تحلیل اقتصاد هنر استان کرمان به دلیل کمبود منابع رسمی و مطالعات پیش‌نیاز و از آنجا که امکان محاسبه گردش مالی بخش موردنظر وجود ندارد، در حد یک تحلیل نظری باقی می‌ماند و این تحلیل تنها بر اساس مشاهدات تجربی صورت می‌گیرد و بیشتر به شرح فضای عمومی فعالیت‌های اقتصادی هنر اشاره خواهد داشت.

این نوشته به این نکته اشاره دارد که هر چند در زمینه اقتصاد هنر استان گردش مالی وجود دارد، اما این گردش مالی حاصل یک نظام اقتصادی حرفه‌ای در بخش فرهنگ و هنر نیست و هنر استان درگیر یک نظام مبتدی (آمانور) است. در اقتصاد هنر استان کرمان ارکان شکل‌دهنده این نظام اقتصادی به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی عمل نمی‌کنند. این ارکان عبارتند از سرمایه‌گذار بخش هنری، تولیدکننده آثار هنری (هنرمندان)، عرضه‌کننده آثار هنری و در آخر این زنجیره مصرف‌کننده آثار هنری یا مخاطبان هستند.

۱) سرمایه‌گذاری

امروز در کشورهای توسعه‌یافته منابع مالی لازم برای آغاز چرخه اقتصاد هنر توسط بخش خصوصی فراهم می‌گردد و دولتها تنها حامی و پشتیبان هستند، اما در هنر کرمان در عمل بنگاه و افراد سرمایه‌گذار در بخش اقتصاد هنر وجود ندارند و آثار هنری و فعالیت‌های هنری عموماً با سرمایه شخصی هنرمندان تولید می‌شوند و بخش اندکی از فعالیت‌های هنری نیز با منابع دولتی یا بنگاه‌های صنعتی صاحب تمکن مالی انجام می‌گیرد که هر یک از این فرایندهای مالی مصداق سرمایه‌گذاری نیست.

هر چند در زمینه اقتصاد هنر استان گردش مالی وجود دارد، اما این گردش مالی حاصل یک نظام اقتصادی حرفه‌ای در بخش فرهنگ و هنر نیست و هنر استان درگیر یک نظام مبتدی (آمانور) است. در اقتصاد هنر استان کرمان ارکان شکل‌دهنده این نظام اقتصادی به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی عمل نمی‌کنند. این ارکان عبارتند از سرمایه‌گذار بخش هنری، تولیدکننده آثار هنری (هنرمندان)، عرضه‌کننده آثار هنری و در آخر این زنجیره مصرف‌کننده آثار هنری یا مخاطبان هستند.

خود را با هزینه شخصی ضبط می‌کنند، فیلم‌سازی که فیلم خود را با هزینه شخصی تولید می‌کنند و هنرمندان نتائری که با هزینه شخصی خود نمایش به صحنه می‌برند و نقاشانی که هزینه اجاره و برپایی نمایشگاه خود را می‌دهند، همه و همه نشانگر فقدان حلقه نظام حرفه‌ای در اقتصاد هنر استان است؛ چرا که سرمایه‌گذار حرفه‌ای به مخاطب و راه‌های عرضه پدیده هنری تولید شده می‌اندیشید، اما هنرمند تنها به شکل‌گیری اثرش می‌اندیشد، این رویکرد در عمل نیاز مخاطب را از این فرایند کنار می‌زند و در عمل بازگشت سرمایه انجام نمی‌گیرد.

۳) عرضه و توزیع

نظام عرضه و توزیع آثار، پدیده‌ها و خدمات فرهنگی و هنری نیز یک نظام تخصصی است که اگرچه بنگاه‌هایی در این زمینه وجود دارد اما فراگرد عرضه این نظام نیز حرفه‌ای نیست. در کشورهای توسعه یافته نظام توزیع آثار و پدیده‌ها و خدمات هنری یک ساختار اولیه و یک ساختار ثانویه دارد. جایی که برای اولین بار عرضه آثار و پدیده‌ها و خدمات هنری صورت می‌گیرد (بازار اولیه) و نظام عرضه‌ای که طرف معامله با خریدار نهایی است (بازار ثانویه) می‌باشد. اجزا این دو بازار بسیار پیچیده بوده و شاخص‌های آماری و شاخص‌های فرهنگی و زیبایی‌شناسی در نوسانات آن دخیل و تأثیرگذار هستند.

نظام توزیع آثار و پدیده‌های هنری دارای مجموعه خدمات درونی و خدمات بیرونی است که نهادها (شخصیت‌های حقوقی) و افراد (شخصیت‌های حقیقی) در آن کارگزار هستند. یکی از تفاوت‌های قابل بررسی نقش این کارگزاران در بازار هنر جهانی و نحوه عملکردشان با بازار هنر ایران و استان کرمان است و اصلی‌ترین تفاوت این دو جایگاه چرخه مشاغل و همچنین نیروی انسانی و افراد فعال در بازار اولیه و ثانویه هنر است. خدمات درونی عموماً از خدماتی است که احتیاج به دانش تخصصی هنری دارد و رابطه‌اش با بخش تولید (هنرمندان) بیشتر و محکم‌تر است، اما خدمات بیرونی در بخش توزیع بازار ثانویه مواردی چون ۱ - صندوق سرمایه‌گذاری ۲ - بانکداری هنر ۳ - مشاوره هنری ۴ - رسانه‌های هنری ۵ - بورس هنر ۶ - حفاظت ۷ - حمل‌ونقل ۸ - بیمه را شامل می‌شود که در رابطه با بازار آثار هنری شکل خاص و تخصصی از خدمات را ارائه می‌دهند. این نوع از خدمات در ایران کمتر شناخته شده و توسعه چندانی نیافته است، اگرچه در برخی از رشته‌های هنری مانند سینما و اجراهای صحنه‌ای موسیقی و کنسرت‌ها تا حدودی و به شکل نسبی به‌صورت متمرکز

در تهران شکل گرفته است اما هنوز با ظرفیت‌های ایجاد شده در برخی کشورهای در حال توسعه فاصله بسیار دارد. این رده از خدمات و مشاغل در استان ما عملاً آن‌قدر محدود و کم تعداد هستند که اقتصاد آن‌ها عملاً از یک فروشگاه مواد غذایی متوسط نیز کوچک‌تر است.

محور دیگر نظام عرضه و توزیع پدیده‌ها و آثار و خدمات هنری فراگرد قیمت‌گذاری آثار هنری. واقعیت این است که شاخص «قیمت» نمایشگر محدودی در ارزیابی پدیده‌ها و آثار هنری است؛ زیرا خرید و فروش آثار هنری اغلب مبتنی بر «نظریه انتخاب عقلانی» (به‌عنوان نظریه‌های اقتصادی) نیست. این واقعیت ناشی از آن است که پدیده‌ها و آثار هنری و فرهنگی، علاوه بر خصوصیتی که یک کالای اقتصادی دارد (دارای وزن و مشاهده‌پذیر است)، از یک نماد و الگوی ارزش هنری و فرهنگی نیز برخوردار است. آنچه پدیده‌ها و آثار هنری و فرهنگی را از کالای اقتصادی متمایز می‌کند این است که کالای اقتصادی فقط با ارزش‌های مادی (درآمد، قیمت، سود) سنجیده می‌شود، اما پدیده‌ها و آثار و خدمات فرهنگی و هنری با ارزش زیبایی‌شناختی، معنوی، اجتماعی، تاریخی، نمادین و اصالت سنجیده می‌شوند که ارزیابی مالی آن‌ها بسیار دشوار است.

۴) مخاطب (مصرف‌کننده)

رکن نهایی چرخه، پدیدآوری و خلق آثار هنری و خدمات هنری و فرهنگی مخاطب یا همان مصرف‌کننده است. در این بخش هم فقدان آمار و داده‌های اطلاعاتی مبنا موجب می‌شود که ما یک ارزیابی تجربی غیرعلمی و فنی از وضعیت موجود داشته باشیم و بر اساس برداشت شخصی از فضای عمومی رسانه‌ها و گفتگوهای فعالان عرصه هنر و فرهنگ به این نتیجه برسیم که در بسیاری از زمینه‌های هنری و فرهنگی ما با بحران مخاطب و مصرف‌کننده مواجه هستیم؛ مثلاً بیان می‌شود که سرانه مطالعه در کشور ما بسیار پائین‌تر از شاخص‌های کشورهای توسعه‌یافته است یا آنکه مخاطبان تئاتر، سینما و اجراهای موسیقی سنتی و خریداران آثار تجسمی بسیار اندک هستند. تحلیل اینکه بازار پدیده‌ها و آثار هنری و خدمات هنری و فرهنگی با بحران مواجه است در این یادداشت امکان‌پذیر نیست، اما می‌توان گفت دانش دست‌اندرکاران این حوزه تخصصی به‌روز نیست و چه نهادهای بخش خصوصی و چه نهادهای حاکمیتی در شرایط موجود به دلایل مختلف توان ساماندهی و مدیریت این حوزه را ندارند. از سوی دیگر نیز عدم انطباق آرمان‌های ذهنی هنرمندان با شرایط واقعی حاکم بر نظام تعاملات اقتصادی جامعه موجب می‌گردد که در عمل نظام

در کشورهای

توسعه یافته

منابع مالی لازم

برای آغاز چرخه

اقتصاد هنر توسط

بخش خصوصی

فراهم می‌گردد

و دولت‌ها تنها

حامی و پشتیبان

هستند، اما در

هنر کرمان در

عمل بنگاه و افراد

سرمایه‌گذار در

بخش اقتصاد

هنر وجود ندارند

و آثار هنری و

فعالیت‌های

هنری عموماً با

سرمایه شخصی

هنرمندان تولید

می‌شوند و

بخش اندکی

از فعالیت‌های

هنری نیز با

منابع دولتی یا

بنگاه‌های صنعتی

صاحب تمکن

مالی انجام

می‌گیرد که هر یک

از این فرایندهای

مالی مصداق

سرمایه‌گذاری

نیست.

تولید و نظام مصرف آثار هنری و فرهنگی با هم همخوانی نداشته باشد و از سویی سوداگری در برخی از زمینه‌های هنری چون موسیقی موجب شده است که سرمایه‌های فرهنگی و تاریخی موسیقی سنتی ما در معرض تحدید قرار گیرند. در اقتصاد جهانی، گردش مالی بخش هنر و فرهنگ که اقتصاد رسانه‌ها و بازی‌های رایانه‌ای را نیز در برمی‌گیرد در رتبه‌بندی اول تا پنجم قرار دارد. این حجم از مبادلات کلان اقتصادی مبتنی بر هزینه‌ای است که مصرف‌کنندگان می‌پردازند. امروزه دانش مدیریت و بازاریابی در نظام اقتصاد سرمایه‌داری تا آنجا پیش رفته که نیاز غیر واقعی برای افراد جامعه ایجاد می‌کند. توانایی نظام‌های بازاریابی و فروش جایگاه‌هایی چون کمپانی‌های فیلم‌سازی و تولید آلبوم‌های موسیقی و حراجی‌های آثار هنری، بنگاه‌های رسانه‌ای چنان شکل گرفته که در بیشتر موارد شاخص‌های اقتصادی مورد نظر خود را به‌خوبی مدیریت کرده و رو به رشد نگاه می‌دارند. امروزه قدرت این مدیریت بازار در تعیین تمایل و گرایش نوجوانان و جوانان کشور ما نیز کاملاً مؤثر عمل می‌کند؛ چنانکه در سینما و سریال، آلبوم‌های موسیقی غیر ایرانی و کتاب می‌توان تأثیرات این مدیریت را به‌خوبی مشاهده و ارزیابی کرد.

ما به نظریه‌های مصرف هنری ورود نکردیم، اما باید اشاره کنیم که برجسته‌ترین متفکران حوزه علوم انسانی در این زمینه دیدگاه دارند؛ چرا که این نظام مصرف با توسعه‌یافتگی

جوامع ارتباط مستقیم دارد. امروز این تفکر که زیربنای توسعه اقتصاد است تغییر یافته و این مبحث مطرح است که زیربنای توسعه فرهنگ است. توجه به توسعه فرهنگی به‌عنوان زیربنای توسعه، شکلی از پیشرفت جوامعی را پیشنهاد می‌دهند که توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی و توسعه سیاسی نیز به‌صورت متوازن شکل خواهد گرفت و کارآفرینی و کمک به تولید و اقتصاد ملی اتفاق خواهد افتاد. در پایان مجدداً متذکر می‌شوم که نظام اقتصاد هنر استان کرمان حرفه‌ای نیست. چرا که ساختارهای لازم برای شکل‌گیری تعاملات حرفه‌ای در زمینه تولیدات هنری ایجاد نشده است، اما فعالیت‌های هنری در ماهیت خود مزیت‌هایی دارند که با برنامه‌ریزی و مدیریت می‌تواند برای عبور از بن‌بست‌های توسعه‌یافتگی به کمک آن‌ها اقدامات مؤثری انجام داد. با بررسی تطبیقی راهبردهای موفق چند نظام برنامه‌ریزی در زمینه اقتصاد هنر می‌توان به روشی دست یافت که ضمن حفظ اصول و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی به رشد و توسعه استان کمک کنند. برای تحقق این آرمان در سه محور اساسی باید اقدامات مشخص انجام گیرد: ۱- قوانین و مقررات لازم تصویب گردد، ۲- برنامه راهبردی تدوین شود، ۳- آموزش مستمر و متوالی برای نیروی انسانی این بخش برنامه‌ریزی و اجرا گردد. ♦♦

منابع

- پیکاک، آلن ۱۳۷۶، اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی، ترجمه علی محمد بیگی. تهران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- تراسبی، دیوید ۱۳۸۷، اقتصاد فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی. تهران نشری نی.
- گینزرگ، ویکتور و دیوید تراسبی ۱۳۹۲، اقتصاد هنر، ترجمه محمدرضا مریدی، مریم لاری، معصومه تقی زادگان، زهرا تقی زادگان. تهران انتشارات بدخشان و حوزه هنری
- واریان. هال ۱۳۹۳، تحلیل اقتصاد خرد. ترجمه رضا حسینی. تهران نشری نی
- مارکس، کارل ۱۳۵۲، سرمایه، ترجمه ایرج اسکندری. تهران نشر نور
- مک کوایل، دنیس ۱۳۸۵، مخاطب شناسی ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
- ایبینگ، هانس ۱۳۹۱، چرا هنرمندان فقیرند؟ ترجمه حمیدرضا شش جوانی و لیلا میرصفیان. اصفهان. انتشارات دانشگاه اصفهان
- احمدی. بابک ۱۳۸۳، حقیقت و زیبایی. تهران نشر مرکز

