



بررسی تأثیرات اقتصاد هنر بر نقاشی های دهه ۸۰ و ۹۰ ایران

ندا ادیبی^۱، حسین قاسم خانی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

۲- استادیار، عضو هیئت علمی، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

چکیده

تأثیرپذیری هنرمند از رخدادهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به واسطه تجربه زیستی او در جامعه، اجتناب ناپذیر است مشاهده و تحلیل آثار هنرمندان در حوزه های گوناگون مهر تأییدی بر این ادعا است. در واقع آثار هنری هنرمندان بازتابی از گرایش های جامعه شناسی و نتایج احوال درونی و بیرونی آنها هستند. این نظریه که جلوه ای از نظریه ی کلان بازنمایی است، هنر را به مثابه ی یک آینه در نظر می گیرد که جامعه و دگرگونی های آن را بازنمایی می کند اما آنچه مشخص است عوامل دیگری از جمله اقتصاد هنر نیز می تواند بر این تاثیرگذاری، مهم جلوه کند. پرسش این پژوهش نیز حول محور همین نظریه کلان دربرگیرنده این موضوع است که آیا تأثیرات اقتصاد هنر بر نقاشی دهه هشتاد و نود ایران نیز سایه افکننده است. پژوهش حاضر به روش توصیفی-تحلیلی و استناد به مطالعات کتابخانه ای جهت جمع-آوری مطالب به بررسی اقتصاد هنر در ایران و راهکارهای پیشرفت آن و همچنین بررسی میزان تاثیرگذاری آن بر آثار هنرمندان نقاش دهه هشتاد و نود پرداخته است. نتایج بررسی ها نشان می دهد که پیشرفت اقتصاد هنر در جامعه هنری ایران را می توان به عنوان عاملی تاثیرگذار در تغییر سبک، موضوع و ... در آثار هنرمندان نقاش برشمرد. **کلمات کلیدی:** اقتصاد هنر، بازنمایی، فرم، محتوا، نقاشی، اکسپو



مقدمه

هنر پدیده‌ای است که از دیرباز و با خلقت بشر پا به عرصه وجود نهاده. از نقاشی‌های غارهای لاسکو و آلتامیرا تا به امروز، هنر جز لاینفک انسان و جامعه‌ی او بوده به شکلی که نوع بشر در تمامی عرصه‌های زندگی اعم از صنعت و فناوری و زندگی روزمره از هنر بهره می‌جوید و هنر هرگز از زندگی آدمی جدا نبوده است. هنر پدیده‌ای است که نیاز به حمایت و پشتیبانی جامعه هنردوست و دولت هنرپرور دارد تا به‌عنوان کالایی عمومی مورد استفاده عموم مردم، مورخان و دست‌اندرکاران قرار گیرد. نکته مهم دیگر معیشت هنرمندان است که باید برای جامعه و دولت واجد اهمیت و مورد عنایت سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان باشد. امروزه برنامه‌ریزی هدفمند اقتصادی نقش غیرقابل‌انکاری در پیشرفت کشورها دارد و اقتصاد هنریکی از مصادیق اقتصاد امروز به شمار می‌رود و از عمده مسائل مؤثر در اقتصاد و سرمایه‌گذاری اقتصادی در راستای تولید بازار آثار هنری می‌باشد. اقتصاد هنر در ایران از قدمت زیادی برخوردار نیست بلاخص در زمینه هنر نقاشی که طی دو دهه گذشته به ایران راه یافته است. در دنیای امروز هیچ چیز نیست که از دایره‌ی تأثیرات اقتصادی و سرمایه بیرون باشد. همین، دلیل شکل‌گیری مطالعات اقتصادی کاربردی در حوزه‌های مختلف عملی و نظری است. اوضاع هنر در شرایط رکود اقتصادی یا رونق اقتصادی تحت تأثیر قرار می‌گیرد و این، بررسی شرایط اقتصادی هنر را با اهمیت نشان می‌دهد. همان اندازه که اقتصاد برای هنر مهم است، هنر نیز برای اقتصاد مهم است. امروزه بخش زیادی از مردم در بخش‌هایی که هنر تجسمی یا بصری محسوب می‌شوند، اشتغال دارند که می‌توانند تأثیر بسزایی در رشد اقتصادی هر کشوری داشته باشند. با توجه به اهمیت فرم و محتوای نقاشی و اهمیت تأثیری که فرم و محتوای نقاشی بر بینندگان دارد و لزوم بررسی این موضوع که آیا اقتصاد هنر در درجه اول بر فرم و محتوای نقاشی تأثیرگذار بوده است یا خیر و اینکه در صورت وجود، این تأثیر به چه صورت بوده است انجام این تحقیق دارای اهمیت و ضرورت می‌باشد. توجه به جوانب اقتصادی، از مهم‌ترین گزینه‌های سازمان‌دهی هر فعالیت شغلی است، اما این فرم دادن منطبق با اقتصاد در حوزه‌ی هنر بسیار حساس‌تر است. همواره صحبت در مورد اقتصاد به‌خصوص اقتصاد هنر در ایران بسیار سخت و پیچیده بوده و هست (هاشم‌پور، ۱۳۹۵). در باب این موضوع رضا مریدی و معصومه تقی‌زادگان (۱۳۸۸) تحقیقی با عنوان "عوامل اجتماعی مؤثر بر قیمت تابلوهای نقاشی باهدف بررسی عوامل مؤثر بر بازار عرضه و فروش نقاشی در ایران" انجام دادند، نتایج نشان داد که عوامل به چهار دسته تقسیم شده‌اند که عبارت‌اند از: ۱) ویژگی‌های فردی و اجتماعی هنرمند ۲) ویژگی‌های بصری و زیباشناختی تابلوهای نقاشی ۳) نقش نگارخانه‌ها و واسطه‌ها ۴) قیمت‌گذاری و سازوکار بازار و همچنین نتایج نشان داد که رابطه پایدار و معناداری میان عوامل زیباشناسان (سبک، تکنیک، شگردهای بصری و...) و عوامل غیر زیباشناسان (سن و جنسیت نقاش) و ویژگی‌های کالبدی اثر مانند اندازه و ... بر قیمت آثار هنری وجود دارد. کشف رابطه میان این متغیرها، نشان‌دهنده قواعد پایدار و مشترکی میان ارزیابی‌های هنری و ارزش‌گذاری‌های اقتصادی است. حسینی و سلیمی (۱۳۹۰) پایان‌نامه‌ای با عنوان "بررسی اقتصاد هنر نقاشی پس از انقلاب ایران و تأثیر تحولات اجتماعی بر آن" (با تأکید بر دهه ۸۰) انجام دادند، در این پژوهش تأثیر تحولات اجتماعی پس از انقلاب بر اقتصاد هنر نقاشی ایران مورد بررسی قرار گرفته است و در آن، با توجه به تحولات سیاسی و اجتماعی پیش‌آمده در اواخر دهه ۷۰ ه.ش و



همچنین رشد فزاینده‌ی بنگاه‌های خصوصی هنر گالری‌ها، جشنواره‌ها، اکسپوهای هنری، مجموعه‌داران هنری، دلالان هنری و غیره) ضمن مروری اجمالی بر تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و هنری پس از انقلاب، با تأکید بر دهه‌ی ۸۰ ه.ش، به بررسی عوامل مؤثر بر بازار هنر نقاشی در این دهه پرداخته شده است.

علم اقتصاد

علم اقتصاد را علم مطالعه‌ی تخصیص کامیاب برای خاسته‌های نامحدود بشر نامیده‌اند. (رحمانی، ۱۳۸۹) و در تعریفی دیگر علم اقتصاد، علم اصول و روابط مالی افراد و جوامع، کسب درآمدهای گوناگون و احتساب سود و زیان آن‌ها و اصول درست هزینه کردن درآمدهاست.

اقتصاد هنر

بر اساس آنچه تعریف اقتصاد است؛ هر شیء که قابل عرضه و برایش تقاضایی وجود داشته باشد، کالایی اقتصادی محسوب می‌شود؛ بنابراین، اثر هنری نیز، به‌عنوان کالایی فرهنگی تا زمانی که در عرصه مبادلات عرضه و تقاضا قرار گیرد، به‌عنوان کالایی اقتصادی در سازوکار علم اقتصاد اعم از کسب درآمد، سود و زیان و هزینه کردن برای آن را شامل می‌شود. تفاوت علم اقتصاد با اقتصاد هنر در نحوه تولید کالا و عرضه‌ی آن برای مصرف‌کننده است. کارشناسان اقتصادی، برای گروهی از تولیدکنندگان هنری نمی‌توانند پیش‌بینی‌ها و تئوری‌های اقتصادی را در نظر بگیرند، چون به نظر می‌رسد، برخی از هنرمندان از تولید خود هیچ‌گونه انگیزه مادی نداشته باشند و هدف مهم‌تر دیگری دارند و آن کسب سرمایه‌ی معنوی در جامعه هنری است که برداشتی تقدس‌گرایانه از هنر دارند. (مردوخی، ۱۳۸۶)

کالای هنری: بازار آزاد در یک فراگیر نظام‌یافته تولید، تبلیغ و فروش عملی است. تولید توسط تولیدکنندگان صورت می‌گیرد، رسانه‌ها مسئولیت تبلیغ را بر عهده دارند و سرانجام بازار کار فروشندگی را بر عهده می‌گیرد. در این نظام هر چیزی توسط انسان تولید می‌شود کالا و قابل فروش است. حتی تولیدات مبتنی بر خلاقیت از جمله آثار هنری نیز خارج از سلطه بازار قرار نمی‌گیرند. (مردوخی، ۱۳۸۶) از این نظر و بر اساس نظام سرمایه‌داری، اثر هنری از زمانی که تولید می‌شود تا زمانی که در نظام پولی قرار گیرد، به‌عنوان یک کالا شناخته می‌شود. اثر هنری به دلیل آنچه سرمایه معنوی نهفته‌اش و منحصر به فرد بودنش است، کالایی سرمایه‌ای محسوب می‌شود. بازار هنری: سازوکار بازار آثار هنری در هر کشوری متفاوت است ولی آنچه در هر بازار هنری با آن مواجهیم؛ شرایط تولیدکنندگان هنر، درآمدزایی بنگاه‌های کوچک هنری، فرایند قیمت‌گذاری آثار هنری، قدرت خرید مخاطب، سبب مصرف فرهنگی مخاطب و همچنین مواردی چون واسطه‌های فروش، حراجی‌ها، مجموعه‌داران، بیمه تأمین اجتماعی هنرمندان و... می‌باشد. (مریدی و تقی زادگان، ۱۳۸۷)

همان‌گونه که اقتصاد در دو نظام خرد و کلان مورد بررسی قرار می‌گیرد، اقتصاد هنر نیز، در دو سطح خرد و کلان قابل بررسی است. اقتصاد هنر در سطح کلان، با مواردی چون؛ بالا و پایین رفتن نرخ بهره یا درآمد ناخالص ملی بر آن



مؤثر است. همچنین، در سطح کلان، مواردی چون بودجه‌های دولتی، یارانه‌ها، سیاست‌های وام برای تزریق سرمایه به بازار هنر و سیاست‌های مالیاتی بایستی مورد مطالعه قرار گیرد. ولی اقتصاد هنر در سطح خرد که از منظری جامعه‌شناسانه بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ با مسائلی چون شرایط تولیدکنندگان هنر، سبد مصرف فرهنگی مخاطب و همچنین مسائلی چون واسطه‌های فروش (گالری داران، حراجی‌ها و...)، مجموعه‌داران، بیمه تأمین اجتماعی هنرمندان و... رودرروست. (مریدی و تقی زادگان، ۱۳۸۷) بایستی یادآور شد که از ویژگی خیلی مهم اقتصاد هنر، بازار هنری است که تابع شرایط خاص خود می‌باشد. یک بازار هنری، مختص آثار هنری است و کیفیت اثر هنری در گروه محتوای ایدئولوژیکی، ذائقه هنری و میزان علاقه به آن است. گرچه ظاهر اثر هنری هم حائز اهمیت است ولی در مقایسه با محتوای آن در درجه دوم اهمیت قرار دارد. قصد خرید آثار هنری و شرکت در فعالیت‌های هنری کسب درآمد یا تولید کالا نیست بلکه هدف، برآورده ساختن نیازهای معنوی مانند کسب دانش و زیبایی‌شناسی است. این ویژگی، خاص بازار هنر است. (مریدی و تقی زادگان، ۱۳۸۷)

اقتصاد هنر ایران از آغاز تا دهه نود

هنر از دیرباز تاکنون به مثابه عملی برگرفته از ذوق هنری هنرمند و ذهن خلاقه‌ی وی و باهدف غیرمادی جهت ارتقای بینش و منش مخاطب خود معرفی شده است. هزاران سال پیش و در دوره غارنشینی که هنر با جنبه‌های جادویی، خود را رازآلود و در اعماق غار به نمایش می‌گذاشت و تا به امروز که در سرسراها، کاخ‌ها، تالارها، موزه‌ها و گالری‌ها به نمایش درمی‌آید، بر رازآلود بودن و منحصربه‌فرد بودن خود تکیه می‌ورزد و تمام تلاش خود را می‌نماید، جایگاه خود را در حد یک عمل صرفاً معنوی و غیرمادی حفظ کرده و از سنجش آن در حد یک کالای تجاری دور نماید. شاید در بسیاری موارد عواملی که بیش از همه در تولید عملی کار هنری اهمیت دارند، در تعیین ارزش هنری و تأثیرگذاری آن از همان اهمیت برخوردار نیستند. [همچنین] هدف‌های عملی هنرمند، یعنی هدف‌های برون‌ی - همیشه با ساختار استاتیک [زیباشناسان] درونی کار هنری مشاهده می‌شود، سازگار نیستند (خسرونیا، ۱۳۹۴). چنین نگرشی به هنر، سبب شده که تا چند دهه اخیر مباحث و پژوهش‌های جدی پیرامون اقتصاد هنر صورت نگرفته باشد. در ایران نیز، حدوداً یک دهه است که پژوهش‌هایی پیرامون آن انجام می‌شود. هنر اصیل و فاخر و یا همان هنر منحصربه‌فرد و رازآلود، از ابتدای پیدایش هنر در اختیار پادشاهان، امیران، اشراف و کاهنان و روحانیان مکان‌های مذهبی بوده است. چنین هنری به دلیل بالا بودن هزینه‌اش^۱، فقط در توان اقشار خاص اجتماعی بوده است. در مقابل، هنری که در خدمت عامه بود موازی با هنر درباری و باقیمتی نازل در بازارهای محلی عرضه می‌شد. در ایران نیز همین وضعیت حاکم بود.

^۱ مواد اولیه نقاشی در آن دوران بسیار گران بود برای اختن رنگ قرمز از سنگرف که از معادن کمیاب بدست می آمد، برای رنگ زرد از زرنیخ و برای رنگ سبز از خاک نرم مرمر سبز استفاده می گردید. جنس کاغذی که برای نقاشی استفاده می شد نیز از الیاف کتان اعلا بود. دستیابی به این مواد اغلب دشوار و پرهزینه بود.



در بررسی دوره‌های مختلف هنر در ایران درمی‌یابیم که هنر و هنرمندان همواره مورد حمایت دربار و حاکمان بوده است. بعد از اسلام با این تصویرسازی و صورت‌نگاری ممنوع شده بود باین‌حال، با حمایت حاکمان از هنرمندان، هنری اسلامی با تلفیق نقوش هندسی و انتزاع از طبیعت به وجود آمد. چنانکه، سودآور (۱۳۸۰) در تبیین این مسئله چنین شرح می‌دهد که: هنر غیر فیگوراتیو هخامنشی که بر نمونه‌های تجربیدی و طرح‌های هندسی تکراری تأکید بسیار دارد. اشیاء وارداتی که در سراسر امپراتوری به کار گرفته می‌شد را تحت‌الشعاع قرار می‌داد و بر تولید در مراکز هنری- محلی تأثیر می‌گذارد. با آمدن اسلام، نقاشی فیگوراتیو ممنوع شد و نقوش گیاهی و مجرد که دربردارنده اشکال هندسی و طرح‌های متقارن بود، جای نقش‌های سابق را گرفت. البته این وضعیت آن‌گونه نبود که بتواند قطع ارتباط با هنر پیش‌ازین دروان را نشان دهد بلکه خصوصیات دیگری را که در فرهنگ ایران بالقوه وجود داشته، بالفعل کرده است (خسرو نیا، ۱۳۸۲) حتی در بدترین دوره‌های تاریخ سیاسی، اجتماعی ایران همچون مهم‌ترین آفرینش‌های هنری در ایران به وجود آمد. (پاکباز، ۱۳۷۹). با تأسیس انجمن‌ها و خانه‌های فرهنگی در تهران ارائه برنامه‌های فرهنگی از جمله فیلم، اجرای موسیقی و شب‌شعر و برگزاری نمایشگاه‌های آثار هنری تجسمی توسط انجمن‌ها از جمله انجمن ایران و آمریکا (انستیتو گونه)، انجمن ایران و فرانسه، انجمن ایران و شوروی، هنرمندان ایرانی با آثار وزندگی پیشگامان هنر مدرن آشنا شدند، سبب شد تا جوانان ایرانی به فکر رهایی از قیود سنتی خود شوند. برخی با نفی قالب‌های هنر رسمی زمان رضاشاه، الگوهای مطلوب خود را در آثار رئالیست‌های روسی امپرسیونیست‌های فرانسوی یافتند؛ پرشورترینشان به تقلید از کارهای هنرمندانی چون سران و ونگوگ پرداختند. (پاکباز، ۱۳۷۹). اولین بینال تهران در سال ۱۳۳۷ هجری شمسی با حضور گسترده نقاشان نوگرا برپا گردید. کریم امامی در این باره می‌گوید: «روشن شده بود که اگر یک نمایشگاه بزرگ هنری در فواصل زمانی مشخص و منظم با شرکت بهترین نقاشان و مجسمه‌سازان کشور برگزار شود، هم تحرک بیشتری در جنبش هنر نو ایجاد می‌کند و هم راه را برای شرکت آثار هنرمندان ایرانی در نمایشگاه‌های بزرگ هنری جهان همچون بینال و نیز همواره خواهد کرد (پاکباز، ۱۳۷۹) و بدین ترتیب، جنبش نوگرایی به هنر رسمی و مورد حمایت دولت قرار گرفت. هنر نوگرا گسترش فزاینده‌ای را شروع کرد؛ و در حدود ۳۶ گالری^۱ در خلال چند سال تا قبل از انقلاب ۱۳۵۷ ه. ش تأسیس شد و بازار هنر به یمن حمایت‌های دولتی و بخصوص فرح پهلوی از هنر نوگرای ایران، رونق گرفت. تعداد فارغ‌التحصیلان هنر از دانشگاه‌های داخلی و خارجی رو به فزونی بود و با حمایت‌هایی که از آن‌ها توسط دولت می‌شد روزبه‌روز بر علاقه‌مندان هنر، خریداران و مجموعه‌داران هنری افزوده می‌شد. (آذرین، ۱۳۸۶) بعد از انقلاب ۱۳۵۷ ه. ش، هم‌زمان با آغاز دهه ۱۹۸۰ م که دوران شکوفایی بازار نقاشی در جهان بود اوضاع متفاوت شد. (مریدی و تقی زادگان، ۱۳۸۷) به دلیل تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به وجود آمده و وقوع جنگ تحمیلی، اقتصاد هنر در حیطه فعالیت‌های دولتی و حمایت‌هایش از بخشی از نقاشان انقلاب و جنگ که وابسته به حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی بودند تا حدودی رونق داشت و باقی هنرمندان به دلیل عدم حمایت بخش‌های دولتی و غیردولتی فعالیت‌های چندانی نداشتند. بعد از جنگ

^۱ کامران افشار مهاجر تعداد گالری‌های فعال شهر تهران در سال ۱۳۵۷ را، گالری می‌شمارد. (افشار مهاجر، ۱۳۸۴)



و باروی کار آمدن دولت سازندگی هاشمی رفسنجانی، رفته رفته با تأسیس گالری‌ها، آموزشگاه‌های هنری و دانشگاه آزاد اسلامی، اقتصاد هنر در بخش غیردولتی تا حدی به وجود آمد و از سال ۱۳۷۰ ه. ش که اولین بینال نقاشی ایران پس از انقلاب برگزار شد تا سال ۱۳۷۶ ه. ش که بینال چهارم برگزار شد، همچنان از نقاشان انقلاب و حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی حمایت می‌شد و اکثر جوایز را به خود اختصاص می‌دادند و امکانات دولتی از جمله اعزام به خارج از کشور جهت برگزاری نمایشگاه و تحصیل، در اختیار این گروه از هنرمندان قرار داشت. (افشار مهاجر، ۱۳۸۴) در این سال‌ها نقاشان نوگرا رفته رفته، فعالیت‌های هنری خود را گسترش دادند و تا حدودی وضعیت اقتصادی هنر روند رو به رشدی را طی کرد. در سال ۱۳۷۶ ه. ش تحول سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دیگری روی داد و با پیروزی محمد خاتمی در انتخابات ریاست جمهوری و روی کار آمدن اصلاح‌طلبان، با رشد آزادی نسبی رسانه‌های جمعی توجه به هنر ایران از سوی خریداران و مجموعه‌داران داخلی و خارجی بیشتر شد و حمایت‌های دولتی نیز، از بخش فرهنگ و هنر افزایش یافت. (افسران، ۱۳۹۰) بدین ترتیب، اقتصاد هنر رشد فزاینده‌ای پیدا کرد که لزوم پژوهش و نگاهی نو به این مقوله را برای پژوهشگران ایجاد نمود.

با وقوع انقلاب اسلامی (۱۳۵۷/۱۹۷۸ ش) دوره‌ی دیگری در تاریخ هنر معاصر آغاز شد. در شرایط جدید با نفی موجودیت و کارکرد هنر رسمی زمان محمدرضا شاه، بسیاری از کارگزاران و شماری از هنرمندان نیز صحنه را ترک کردند. از دیگر پیامدهای انقلاب رشد جمعیت خواستار هنر بود. به خصوص زنان در مقیاسی وسیع به کارهای هنری روی آوردند. در پاسخ به نیاز فزاینده هنر جویان چند هنرکده جدید و بی شمار کلاس خصوصی به راه افتادند دیری نگذشت که با تجدید فعالیت یکی دو نگارخانه سابق و گشایش نگارخانه‌های جدید، بازار عرضه و فروش آثار هنری دوباره رونق گرفت. موزه هنرهای معاصر تهران، پس از چند سال فعالیت بدون برنامه، اقدام به برپایی منظم نمایش‌های دوسالانه و سه سالانه از آثار طراحان گرافیک، تصویرگران، نقاشان، عکاسان، کاریکاتور سازان، نگارگران، سفالگران و مجسمه‌سازان کرد. صدها اثر ریز و درشت در هر یک از این نمایش‌ها معرفی شدند و هزاران نفر به دیدن آن‌ها رفتند (پاکباز، ۱۳۷۸) سرآمد همه آن‌ها پیدایش مکتب سقاخانه به عنوان مکتب رسمی ایران است. از دهه هشتاد به بعد، نقاشی ایران، به دلیل گستردگی نسبی ارتباطات و تبادلات جهانی و همچنین رشد رفاهی جامعه، نقاشان به لحاظ دسترسی به تصاویر سراسر دنیا و همین‌طور دسترسی بیشتر به مواد و ابزار موردنیاز نقاشی، از خلاقیت بیشتری نسبت به دوره‌های ماقبل خود برخوردار می‌شوند و همین‌طور آثار نقاشی خلق شده در این بازه‌ی زمانی در حال فاصله گرفتن از نقاشی کلاسیک می‌باشد و به سمت هنر پست مدرن و تأثیرپذیری از کشورهای دیگر در حرکت است

بررسی عوامل مؤثر در پیشرفت اقتصاد هنر ایران

سازمان‌ها و نهادهای هنری دولتی

ساختار اداری یک کشور نقش تعیین‌کننده‌ای در خصوص نحوه‌ی سازوکار سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی و هنری آن کشور دارد. اما هرگاه دولت از طریق اعطای یارانه یا وضع معافیت‌ها و امتیازات مالی هنرها را در مورد حمایت قرار



می‌دهد، کاربرد آن‌ها را تنظیم و ضابطه‌مند می‌کند در این حالت، اینکه فرهنگ و هنر چیست نتیجه تعامل بازیگران زیادی در صحنه سیاست است (پیکاک و ریزو، ۱۳۷۶). از جمله عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد هنر که در هر نظامی کارایی خاص خودش را ایفا می‌کند، سازمان‌ها و نهادهای دولتی است. حتی، در یک نظام سرمایه‌داری این نهادها نقش ویژه‌ای در سامان دادن اقتصاد هنر دارند. مراکز فرهنگی و هنری وابسته به دولت‌ها بسته به شیوه عملکردشان، بر اقتصاد هنر تأثیرگذارند. سازمان‌ها و نهادهای دولتی به لحاظ جایگاه قانونی خود، رابط بین دولت با هنرمندان و مراکز هنری غیردولتی می‌باشد. حمایت‌ها برنامه‌ریزی‌ها و تدوین قوانین حمایتی جهت تصویب در دولت و اجرای آن از طریق همین سازمان‌ها صورت می‌پذیرد. برای نمونه در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی به ایجاد صندوق‌های غیردولتی، ضمانت تولید، توزیع و صادرات آثار هنری، احصای سهم فرهنگ و هنر در اقتصاد ملی، حمایت از بخش خصوصی برای توسعه فرهنگ و هنر، سامان‌دهی نظام یارانه‌های فرهنگ و هنر، تهیه لایحه امنیت شغلی اصحاب فرهنگ و هنر، بیمه بیکاری و... تدوین گردیده است؛ که این قوانین، به صورت کلان ذکر شد وظیفه سازمان‌ها و نهادهای هنری دولتی می‌باشد که این قوانین را، اجرا نمایند. (کاظمی، ۱۳۸۶) بدین ترتیب، هم هنرمندان و سازمان‌ها و مؤسسات غیردولتی در فعالیتهای هنری و اقتصادی مشارکت کرده و هم از گزند دولتی شدن دور می‌مانند و اقتصاد هنر رونق می‌یابد.

تشکل‌ها و انجمن‌های غیردولتی

مهم‌ترین رکن جامعه هنری که ساختار نظام اقتصادی و فرهنگی - هنری جامعه را پی‌ریزی می‌کند، حضور انجمن‌ها و تشکل‌های هنری غیردولتی در یک جامعه است. کوثری (۱۳۸۴) نقش انجمن‌ها و مؤسسات غیردولتی را در عرضه سلیقه‌ها و معیارهای بخش خصوصی به هنرمندان را چنین ذکر می‌کند: جلسات نقد و معرفی آثار هنری که توسط انجمن‌های غیردولتی و در نشست‌های ادبی و هنری صورت می‌گیرد در عرضه این سلیقه‌ها و معیارها توسط بخش خصوصی نقش بسزایی دارد. از نظر پیکاک (۱۳۷۶) علم اقتصاد با سازمان‌های هنری که به مثابه موجودات جمعی برخورد نمی‌کند که حیات و رفتار خاص خود را داشته باشند بلکه آن‌ها را نتیجه اقدام افراد می‌داند بدین ترتیب، انجمن‌ها و تشکل‌های هنری که سازمان‌یافته از نمایندگان هنرمندان می‌باشند به برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های علمی و پژوهشی، همچنین برنامه‌ریزی و برگزاری نمایشگاه‌ها، بی‌ینال‌ها و اکسپوهای هنری نقش ویژه‌ای در اقتصاد هنر ایفا می‌کنند. انجمن‌ها و تشکل‌ها، به سبب سازمان‌یافتگی و انسجامی که در عملکردشان دارند با همکاری سازمان‌ها و نهادهای دولتی خواسته‌های هنرمندان و مراکز هنری غیردولتی را به دولت بازتاب داده و آنان را در تدوین قوانین حمایتی از فرهنگ و هنر یاری می‌رسانند مانند موزه‌ها، نگارخانه‌ها. (کاظمی، ۱۳۸۶)



اکسپوهای هنری

اکسپو هنری یک رخداد فوق العاده بزرگ و جذاب فرهنگی است که هر کشوری تلاش می کند شکوه تاریخی گذشته، فرهنگ و دستاوردهای علمی، فنی، نوآوری و خلاقیت های خود را در آن ارایه کند اکسپو در جهان غرب با طرح مسئله مدرنیست پا به عرصه گذاشت و از دهه پنجاه میلادی پس از پایان جنگ جهانی دوم شکلی جدی به خود گرفت. (مردوخی، ۱۳۸۶)

اکسپوهای هنری، اصولاً باید از طریق بخش دولتی انجام گیرد ولی سازمانها و نهادهای دولتی باید در برنامه ریزی و خدمات نمایشگاهی از بخش غیردولتی حمایت کنند؛ و تا زمانی که سازمانها و مؤسسات غیردولتی قادر به برگزاری اکسپوهای هنری نیستند، وظیفه نهادهای هنری دولتی است که در جهت حمایت از هنرمندان این گونه اکسپوها را برگزار نمایند. در اکسپوهایی که از سوی دولت برگزار می شود نهاد یا سازمان برگزارکننده از نهادها و مجموعه داران دولتی دعوت می کند تا اثر هنری را از بودجه ای که دولت برایشان در نظر گرفته، خریداری نمایند. به همین سبب، حجم خرید آثار هنری زیاد می شود و در این بین هنرمندانی که توان رقابت در بازار آزاد را ندارند، ممکن است آثارش در این اکسپوها به فروش رود. در اکسپوها به دلیل حجم گستردگی و حضور مراکز و گالری های دولتی و غیردولتی و مجموعه داران دولتی و غیردولتی و همچنین حجم زیاد مبادلات آثار هنری تأثیر خیلی زیادی در اقتصاد هنر دارد؛ و باید در نظر داشت که اگر منظم و با برنامه ریزی صحیح انجام نشود ممکن است نتیجه عکس نیز داشته باشد. در سالهای اخیر تعدادی اکسپو توسط بخش خصوصی با مشارکت نگارخانه ها که به طور عمده نیز غیر دولتی هستند به منظور ایجاد زمینه و فرصتی برای فروش آثار برگزار شده است. برگزاری اکسپوی هنری (بازار فروش آثار هنری) در دنیا اتفاق تازه ای نیست اما گردهمایی هنرمندان و ارایه آثار هنری آنها می تواند تأثیر زیادی بر روند خلق آثار هنری داشته باشد. اما موضوع اقتصاد هنر در ایران از سابقه چندان بالایی برخوردار نیست و به کمتر از یک دهه باز می گردد و می توان مبنای آن را به برگزاری اولین اکسپو هنری تهران توسط علیرضا سمیع آذر نسبت داد. وجود فضای مناسب برای برگزاری یک اکسپو بسیار مهم است، فضای نامناسب سبب می شود تا ارزش واقعی آثار هنری به درستی به نمایش گذاشته نشود. (خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۴)



گالری ها

گالری ها قطب های فرهنگی جامعه در سطح شهر هستند که آثار هنرمندان را ارائه می کنند. آن ها وظیفه مهم اقتصادی و هنری این عرصه را برعهده دارند اما خرید آثار هنری به وزارتخانه ها و نهادها باز می گردد چرا که اکسپو محدود است و با اطلاع رسانی درست، مدیران خرید آثار هنری نهادها، می توانند به گالری ها و وب سایت آن ها که گنجینه بسیار قوی و متنوعی هستند، مراجعه و با مشاهده آثار هنرمندان، آن ها را خریداری کنند (به نقل از: فرین نیساری، مدیر گالری هنر خاورمیانه)

حراجی های هنری

حراجی های هنری نقش ویژه ای در رونق اقتصاد هنر دارند. حراجی های هنری در بازار هنر، در بالاترین سطح قرار دارند؛ بنابراین، رقابت بین مجموعه داران و دلالان و به تبع آن هنرمندان، در این عرصه بسیار زیاد است. «در تمام فعالیت هایی که برای حراج صورت می گیرد، حراج کنندگان به طور مستقل خرید و فروش می کنند. همان طور که آن ها از حق و حقوق خود در مقام فروشنده برخوردار هستند، باید به همین ترتیب تعهدات و مسئولیت های ناشی از آن نیز بپذیرند» (دائولیو، ۱۳۸۵). با نگاهی به بازار هنری برخی از کشورهای آسیایی از جمله ژاپن، هنگ کنگ و تایوان درمی یابیم که با تأسیس حراجی های هنری در این کشورها اقتصاد هنر رشد کرده و رونق یافته است. (دائولیو، ۱۳۸۵) در منطقه خاورمیانه نیز، بعد از برپایی اولین حراج در دوبی و همچنین حضور ایران در حراجی های بین المللی همچون حراج کریستی، بونامز و ساتبی بعدها توانست ارزش هنر کشورمان را در جوامع مختلف اثبات کند و روند رشد اقتصادی هنر را هموارتر سازد در این میان نقش نمایشگاه های فروش آثار هنری که به شکل خصوصی برپا شدند در تسهیل این جریان بسیار حائز اهمیت بوده است. امروزه، با گسترش فن آوری رایانه و اینترنت، حراجی های اینترنتی رو به گسترش است. چودوری (۱۳۷۹) معتقد است: اینترنت با فراهم آوردن دسترسی آسان به اندیشه ها برای استفاده خلاق و همچنین تجاری از آن ها یک بعد به کلی جدید را وارد بازار کرده است. این دو وجه خلاق و تجاری در عین حال باهم تلفیق شده اند و در تجارت الکترونیک هنر به سرعت در حال تبدیل شدن به یک کالا است. می توان اثری هنری را از طریق اینترنت و به یاری سرانگشتان خود، در حراجی خرید، فروخت یا حتی به مزایده گذاشت. (دائولیو، ۱۳۸۵) نیز، از ظهور رو به گسترش حراج آنلاین نام^۱ می برد و می گوید: گرچه به طور کلی مجموعه داران دیدمبشتی نسبت به تجارت آثار هنری به صورت آنلاین دارند، ولی چندان خوش بین نیستند: زیرا حتی پس از اینکه اثر هنری مورد نظر را چندین بار در محل گالری یا حراجی می بینند، باز هم در مورد خرید آن تردید می کنند. از طرف دیگر لازم است تمهیداتی اندیشیده شود تا مطمئن شویم خریداری که از طریق اینترنت خرید می کند، پول اثر را پرداخت خواهد نمود؛ زیرا فاصله بین فروشنده و خریدار هزاران کیلومتر است و آن دو

^۱ On-line auction



از طریق اینترنت فقط می‌توانند ظاهر و تصویر یکدیگر را ببینند. به یقین روند تجارت الکترونیکی آثار هنری رو به افزایش است و به تدریج مورد توجه و پذیرش عمومی قرار خواهد گرفت» (دائولیو، ۱۳۸۵)

دلالتان و مجموعه‌داران هنری

تجارت در بازار هنر، به شدت در انحصار واسطه‌ها و دلالتان هنر است. رن دائولیو (۱۳۸۵) معتقد است: صنعت گالری داری هرگز نمی‌تواند بدون همکاری این دو و بدون افزایش آگاهی‌های خریداران از کیفیت هنری اثر و بدون حضور دلال‌های قاطع و جسور به رشد سالم و استاندارد برسد. افزایش کیفیت و دانش تخصصی دلال‌ها نیز امری بسیار ضروری است. امروزه موسسه هنر دانشگاه پکن برای اولین بار درسی به‌عنوان «واسطه‌های فرهنگی» ارائه می‌دهد که هدف آن دلال پروری است و به یقین تأثیر بسیار مثبتی بر رشد آرام صنعت فرهنگی چین و صنعت هنر خواهد داشت. بدین ترتیب، دلالتان هنری (شخصی، موسسه و...) نیز باید آموزش تخصصی در این خصوص ببینند. دلالتان هنری، با خرید و فروش آثار هنری و تشویق مجموعه‌داران به خرید آثار هنری، بازار هنر و قیمت‌ها را کنترل می‌کنند. مجموعه‌داران هنری در دو بخش دولتی و غیردولتی (شخصی، موسسه، بانک خصوصی و...) آثار هنری را علاوه بر علاقه شخصی، باهدف سرمایه‌گذاری جمع‌آوری می‌نمایند؛ بنابراین، اصلی‌ترین حامیان هنر در بازار آزاد محسوب می‌شوند؛ و تمام سازوکار بازار هنر با فعالیت آن‌ها به سامان می‌رسد.

سایر زمینه‌های اقتصاد هنر

در جهان امروز که ریشه بسیاری از مشکلات مردم اقتصادی است این تصور که هنرمند به عنوان یک هنرمند تنها اصل فعالیت خود را تفکر در حوزه هنر می‌داند، بیهوده است. بنابراین باید اقتصاد و هنر دو دوشادوش یکدیگر حرکت کنند، موضوعی که هم اکنون در بسیاری از کشورهای پیشرفته مد نظر هنرمندان است، در غرب با هنرمندانی مواجه می‌شویم که در مواردی خود به عنوان یک بنگاه عمل می‌کنند، همین افراد که کم هم نیستند بخشی از اقتصاد هنر خود را به تبلیغات برای آثارشان توسط کارشناسان زبده اختصاص می‌دهند (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۳۹۴)

قوانین حمایتی

ویژگی اصلی اقتصاد بازار، نظام تجاری مستقل آن است... برای اینکه اقتصاد بازار بتواند در استفاده از منابع اجتماعی نقشی داشته باشد باید بتواند نسبت به هرگونه تغییر در عرضه و تقاضا، رقابت و نیز تغییر در قیمت بازار به‌طور مستقل واکنش نشان دهد و باید به‌عنوان یک اصل عملکرد، تحولات و محدودیت‌های خاص خود را داشته باشد. برای اینکه بازار هنری بتواند عملکرد منظمی داشته باشد باید نظام حقوقی کاملی بر آن حاکم باشد تا بخش‌های کلان بازار بتوانند مطابق قانون با یکدیگر رقابت عادلانه‌ای داشته باشند. دولت نیز با اتکا به قانون، برای حفظ نظم اقتصادی نظارت عالی و کلان بر آن اعمال نماید. وظیفه اصلی نظام حقوقی در بازار اقتصادی این است که استقلال نظام تجاری و روابط اقتصادی



را حفظ کند، تجارت عادلانه را تضمین نماید و زمینه را برای رقابت سالم بین تولیدکنندگان کالا و گردانندگان بازار فراهم سازد. (دائولیو، ۱۳۸۵).

اقتصاد، فرهنگ و هنر

ارتباط میان اقتصاد و فرهنگ و هنر موضوعی است که مخالفان و موافقان خاص خود را دارد. فرهنگ را می توان نظام عقاید، ارزشها، آداب و رسوم و مانند آن دانست که در میان یک گروه مشترک است، در این صورت تعاملهای فرهنگی میان اعضای این گروه یا میان آنها و اعضای دیگر گروهها را می توان به عنوان معامله ها یا مبادلات کالاهای نمادین یا مادی در چارچوبی اقتصادی شونده مدلسازی کرد. مسایلی را که هنر و هنرمند در زمینه ی اقتصادی با آنها روبه روست شامل: حامیان هنر، بودجه بخش فرهنگ و هنر، مشارکت مردم در اقتصاد فرهنگ، سلیقه و پسند هنری و عمومی و آموزش آکادمیک هنرمندان است. هنر و کالای هنری به عنوان محصولی بر اساس نیاز جامعه مصرفی، در عین این که دارای جذابیت برای مخاطب است، می تواند ذائقه و سلیقه ی جامعه را به سمت تعالی و رشد پیش ببرد. (مبینی، ۱۳۹۴) آنچه مشخص است باید یک رابطه پویا و دیالکتیک میان تولید محصولات فرهنگی با خواست و تقاضای جامعه ایجاد کرد و برای نیل به این هدف، هنر و هنرمند نیاز به حمایت مالی و روانی برای تولید دارد که سرمایه گذاران به ویژه دولت می توانند در این مورد سهم به سزایی داشته باشند.

نتیجه گیری

در تاریخ هنر، هنرمندان نقاش همواره با نیم نگاهی به تجارب اساتید پیش از خود به آفرینش هنری اقدام کرده اند. که معمولاً در هر اثر هنری، چه در شکل و چه در محتوا قابل مشاهده است. هنرمند بر اساس اعتقاداتش و تأثیری که از جهان پیرامون می گیرد، آثاری خلق می کند که به نوبه ی خود الگویی برای آیندگان خواهد شد. در تاریخ هنر، این روند همواره استمرار داشته و البته با بررسی آثار هنرمندان، مشخص می شود که هنرمند هم از اجتماع و هم از آثار دیگر هنرمندان تأثیر می پذیرد؛ اما این تأثیرپذیری از گذشتگان در نقاشی های دهه ۸۰ و ۹۰ متأثر از دید هنرمند نسبت به قضیه اقتصاد هنر در این دوران نیز بوده است. نتایج حاصل از بررسی مطالب نشان داد که علاوه بر اینکه متغیرهای درونی هنر، همچون ویژگی های بصری و عوامل زیباشناسان (اندازه، تکنیک، سبک و...) بر عرضه و فروش تابلوهای نقاشی تأثیر گذار است، عوامل بیرونی هنر همچون ویژگی های فردی و اجتماعی هنرمند، واسطه های فروش مانند گالری ها، اکسپوها، حراجی ها، دلالان و مجموعه داران، رسانه ها و منتقدین هنری تأثیر بسزایی بر بازار هنر نقاشی ایران در دهه هشتاد و نود داشته اند. این عوامل خود تحت تأثیر تحولات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه جهانی بوده و در نهایت اثر خود را بر اقتصاد هنر ایران نیز به همراه داشته است. بایستی توجه داشت که با وجود قوانین حمایتی از این بازار همچون، معافیت های مالیاتی از خرید، فروش و نگهداری آثار هنری، قانون حمایت از حقوق معنوی پدید آورندگان آثار هنری و تعیین نظام حقوقی عرضه و فروش آثار هنری در اکسپوها و حراجی ها اعتماد و تضمینی برای سرمایه گذاران



فعالیت اقتصادی در زمینه هنر و سرمایه گذاری در این بخش ایجاد نمایند و از طرفی بین هنرمندان و دلالان و واسطه‌های هنری در مراودات و معادلات آثار هنری اعتماد به وجود آورد که به رونق اقتصاد هنر به‌ویژه هنر نقاشی که همانند سایر فعالیت‌های اقتصادی تحت تأثیر عوامل اجتماعی است انجامیده و باعث شود از تحولات پیش آمده آسیب کمتری ببیند. البته ذکر این نکته نیز لازم است که در آثار نقاشی، متغیرهای مربوط به هنرمند (ویژگی‌های اثر یعنی سبک، مواد و مصالح، اندازه اثر) و همچنین سازمان‌های دولتی، غیر دولتی، اکسپوها و گالری در قیمت اثر تأثیر معناداری دارند. با توجه به آنچه گفته شد باید ادغان کرد که حمایت گسترده می‌تواند اقتصاد هنر را پرورش دهد و باعث رشد و کنترل آن شود و ظرفیت‌های هنری را تا جایی که ممکن است پیش ببرد و بدون شک پرورش اقتصاد هنر می‌تواند تأثیر بسزایی بر آثار هنرمندان و به خصوص نقاشان ایران به جای بگذارد.

منابع

- آذرین، فرهاد، ۱۳۸۶، بررسی وضعیت نگارخانه‌های تهران به لحاظ نوع آثار، مخاطب و تأثیرات فرهنگی، با نگاهی به گالری‌های لندن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر.
- افسریان، ایمان، ۱۳۹۰، پاییز، جوانان سعادت‌مند، فصلنامه حرفه: هنرمند، ۳۹.
- افشار، مهاجر، کامران، ۱۳۸۴، هنرمند ایرانی و مدرنیسم، چاپ اول، تهران، نشر دانشگاه هنر.
- پاکباز، روئین، ۱۳۷۹، دایرةالمعارف هنر، فرهنگ معاصر، تهران.
- پیکاک، ۱۳۷۶، اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی، ترجمه علی محمد بیگی، وزارت فرهنگ و ارشاد، تهران.
- خسرو نیا، نازنین، ۱۳۹۴، بررسی اقتصاد هنر در ایران و تأثیر آن با تأکید بر هنر نقاشی معاصر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری .
- دائولیو، رندا، ۱۳۸۵، اقتصاد و بازار هنر، ترجمه المرضا تجویدی، در فصلنامه هنر، شماره، ۶۷، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد.
- رحمانی، تیمور، ۱۳۸۹، اقتصاد کالن تهران، انتشارات برادران.
- کاظمی، مرتضی، ۱۳۸۶، درآمدی بر اقتصاد هنر ایرانی از منظر برخی مبانی نظری و رهیافت‌های تجربی، ماهنامه پژوهشی خبری آینده خیال.
- کوثری، مسعود، ۱۳۸۴، پاسخ‌های دکتر مسعود کوثری به پرسش‌های جامعه‌شناسی هنر، دو ماهنامه فرهنگی و هنری بیناب.
- مبینی، مهتاب، یزدی فخر، لیلا، ۱۳۹۴، تاثیر ارتباط اقتصاد، فرهنگ و هنر بر نقاشی معاصر ایران، مجله پژوهش هنر.
- مردوخی، بایزید، ۱۳۸۶، اقتصاد هنر در ایران، نشریه هنر و معماری، آینده خیال، شماره ۳.
- مریدی، محمدرضا، تقی زادگان، معصومه، ۱۳۸۸، عرضه و فروش تابلوهای نقاشی در نگارخانه‌های تهران، نشریه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره اول، شماره ۲.



- هاشم پور، الناز، ۱۳۹۵، جایگاه اقتصاد در هنرهای کاربردی و تجسمی ایران در سه دهه اخیر (با تأکید بر - هنرهای عکاسی، سینما، طراحی پارچه و لباس)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور (وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری) استان تهران، دانشکده هنر و معماری