

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

محمد محسن حائری زاده^۱

چکیده

در نگاه اول به نظر می‌رسد که اقتصاد و هنر دو مقوله مجزا از همدیگر هستند، اما در سال‌های اخیر مقوله «اقتصاد هنر» در مطالعات اقتصادی و فرهنگی از جایگاه ویژه‌ای یافته است و محققان این حوزه معتقدند که اقتصاد و هنر می‌توانند در تعامل با یکدیگر باشند و اقتصاد هنر، هنر را با نتایج اقتصادی می‌نگرد. این مقاله نیز با هدف بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر، با تأکید بر هنر تئاتر، با روش توصیفی تحلیلی و کیفی انجام گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که در دنیای پرقاب‌ت فرهنگی امروز، هنرهایی می‌توانند بقای خود را حفظ کنند و توسعه دهند که بتوانند از منظر اقتصادی نیز آثار مثبتی داشته و سودآور باشند؛ اگرچه در این راه چالش‌های بسیاری پیش روی هنر است. مهم‌ترین چالش‌های پیش روی اقتصاد هنر عبارت است از: ۱. دیدگاه آرمان‌گرایانه متعصب به هنر و هنرمند در فرهنگ و جامعه و ممانعت از دخالت اقتصاد در عرصه هنر ۲. مداخله دولت‌ها در اقتصاد هنر ۳. نگرانی از نگاه ابزارگرایانه به هنر ۴. ارزش‌گذاری مادی بر آثار هنری. همچنین در خصوص عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر، به‌خصوص در تئاتر یافته‌ها نشان داد که این عوامل بر اقتصاد هنر تأثیرگذار است: ۱. توجه ویژه به تولیدات هنری (ماده اولیه) ۲. توجه به هزینه‌های تولید ۳. توجه به توزیع و نوع مخاطب ۴. جلب سرمایه‌گذار خصوصی ۵. توجه به حضور دولت، که در این مقاله به این موارد پرداخته شد. بدیهی است تهیه‌کنندگان هنرهای نمایشی باید با دیدی همه‌جانبه‌نگر همه‌زوایای اقتصادی هنرهای نمایشی را در نظر بگیرند و برای آن برنامه‌ریزی کنند.

واژگان کلیدی: اقتصاد هنر، تئاتر، تولیدات هنری، مصرف هنر.



مقدمه

در نگاه اول به نظر می‌رسد اقتصاد^۱، ترکیبی از تولید، توزیع و مصرف و هنر^۲، یعنی توانایی و مهارت آفریدن زیبایی و ترکیبی از آثار هنری، عاطفی و هنرمند، دو مقوله مجزاً و منفک از همدیگر هستند، اما با نگاهی دقیق‌تر می‌توان دید که هنر را می‌توان به‌مانند یک رشته صنعتی و کاربردی در نظر گرفت که می‌تواند رابطه تنگاتنگی با اقتصاد داشته باشد و در نهایت اقتصاد هنر^۳ که یکی از مفاهیم نوپایی است که در چند سال اخیر به آن توجه شده است، می‌تواند عرصه‌ای باشد که تلاقی این دو را مورد بررسی قرار دهد و با توسعه مفاهیم اقتصادی در دل هنر، به رشد و اعتلای هنر کمک کند. اقتصاد هنر می‌تواند به درآمدزایی هنر منجر شود و در نهایت رشد و توسعه هنر را رقم بزند؛ بنابراین در این مقاله سعی می‌شود که به این موضوع پرداخته شود و برخی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر با تأکید بر هنرهای نمایشی مورد بررسی قرار گیرد. هنر در دنیای مدرن برای پایدار ماندن و رشد و توسعه خود نیازمند فرایندهای اقتصادی است و باید بتواند برای هنرمند درآمد و آورده به همراه داشته باشد تا بتواند ماندگار شود؛ بنابراین هنر می‌تواند در قالب یک رشته اقتصادی و به‌عبارت‌بهرتر اقتصاد هنر مورد بحث و تحلیل قرار داد.

هنرهای نمایشی که در این مقاله به‌طور مشخص منظور هنر تئاتر است، در ایران نیز پیشینه‌ای طولانی دارند. این نوع از هنر، هنری است که در آن هنرمند با استفاده از بدن و فیزیک خود در وهله نخست و سپس با بهره‌گیری از امکانات دیگر به خلق هنر خود می‌پردازد. از هنرمندان این نمایش‌ها با عنوان‌هایی چون هنرپیشه، کمدین، شعبده‌باز، نوازنده و خواننده نام برده می‌شود. به باور جیمز روز - اونز^۴ در کتاب *تئاتر تجربی*، تئاتر امروزه از منظر ساختار و شکل، ارائه گستردگی فراوانی یافته و شکل‌های گاه بدیعی چون تئاتر خیابانی، تئاتر محیطی، تئاتر مواجهه، تئاتر پوچی و ... که برخی از آنها در شکل اجرا و



1. Economy
2. Art
3. Economy of Art
4. James Roose-Evans

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

تعدادی نیز در ساختار نمایشنامه دست به نوآوری زده‌اند، نمایش داده می‌شود. در این مقاله به بررسی اقتصاد هنر در تئاتر پرداخته می‌شود.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات کیفی بوده و با رویکرد توصیفی تحلیلی انجام گرفته است. روش گردآوری داده‌ها با استفاده از روش کتابخانه‌ای انجام شده است؛ به این صورت که به بررسی متون و مقاله‌های مرتبط با اقتصاد هنر تئاتر پرداخته شده است تا از این رهگذر بتوان به شناسایی «عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر، با تأکید بر هنر تئاتر» پرداخت. روش تحلیل داده‌ها نیز از نوع تحلیل محتوا بود. تحلیل محتوا به محقق کمک می‌کند تا لایه‌های پنهان و زیرین پدیده‌های مرتبط با موضوع پژوهش را به دست آورد و به اهدافی که پژوهش در راستای آن انجام می‌گیرد، نزدیک شود.

اعتبار و روایی پژوهش: در مطالعات کیفی، اعتبار به این موضوع می‌پردازد که آیا موضوعی که ادعا می‌شود، به‌طور واقعی بررسی شده است؟ نکته افتراق این است که در تحقیقات کمی، ایده‌های اعتبار بر شیوه‌هایی نظیر اعتبار مقیاس‌های رتبه‌بندی مورد استفاده در یک مصاحبه ساختارمند متمرکز می‌شود، اما در تحقیقات کیفی توجه به اعتبار تفاسیر است. روش‌هایی برای سنجش روایی و پایایی تحقیق کیفی پیشنهاد شده است. گوبا و لینکن^۱ قابلیت اعتماد را به‌عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح ساخته‌اند که از چهار مفهوم جزئی‌تر تشکیل شده است: قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری. قابلیت اعتبار این تحقیق با درجه واقعی بودن یافته‌ها از طریق بررسی‌های مکرر تأمین شده است، قابلیت انتقال از طریق قابلیت تعمیم‌یافته‌ها به نمونه‌های مشابه تأمین می‌شود، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری نیز از طریق پرهیز از سوگیری در پژوهش و تلاش برای تحقق شاخص عینیت در پژوهش تأمین شده است و محقق تلاش کرد تا با بررسی انواع مطالعات در حوزه پژوهش و تکرار در بررسی، روایی و اعتبار پژوهش را تأمین نماید.



پیشینه و مبانی نظری

تاکنون در خصوص ارتباط اقتصاد با هنر، مطالعاتی انجام شده است که در ذیل به برخی از آنها و نتایج آن، به طور مختصر، اشاره می‌شود و در ابتدای بحث، مباحث نظری نیز آورده خواهد شد.

صاحب‌نظران در این حوزه معتقدند تنها راه نزدیک شدن این دو مفهوم به ظاهر متناقض، یعنی اقتصاد و هنر به یکدیگر، آشتی میان آن دو است، نه تحمیل یکی بر دیگری. لازمه این اتفاق، تنظیم و اداره آن بخش از فرهنگ و هنر است که با زندگی هنرمند ارتباط دارد. چون برای تنظیم و اداره امور اقتصادی مربوط به یک بخش فرهنگی و هنری، به مدیریت نیازمندیم، تأسیس رشته مدیریت فرهنگی به آشتی میان این دو مفهوم کمک شایانی کرده است، به خصوص از نظر توسعه اقتصادی با ایجاد، تنظیم و مدیریت بازار و نیز روزی‌جستن در عرصه فرهنگ و هنر. تنها زمانی می‌توان مشوق کارآفرینی در عرصه فرهنگ و هنر باشیم و از آن حمایت کنیم که بپذیریم انگیزه‌های مالی و اقتصادی لازم و ملزوم با انگیزه‌های هنری است. هنگامی که ما صحبت از اقتصاد می‌کنیم؛ در واقع عوامل و عناصری را در بخش فرهنگ و هنر می‌آوریم که به طرز تفکری منضبط‌تر، کمی‌تر و سامان‌مند مربوط است؛ برخلاف آنچه در هنر با آن روبه‌رو هستیم. برای اداره کردن اقتصاد در این حوزه ما با بحث اندازه‌گیری روبه‌رو می‌شویم و از زمان تولید ایده تا وقتی که به محصول تبدیل می‌شود، اعم از اینکه دیداری، شنیداری یا نوشتاری باشد، با فرایندی روبه‌رو هستیم که باید به نظام‌مندی پولی برسد تا هنرمند بداند که در این نظام‌مندی پولی، جامعه و مخاطب، حقیقتش را ادا کرده است. منظورمان از ارزش در حوزه فعل فرهنگ و هنر «قیمت» است. در این حوزه ارزش از نگاه هنرمند معنای خاص خود را دارد که بخش عمده آن معنوی، خلّاقانه و زیباشناختی است و همین ارزش از دیدگاه خریدار معنای دیگری دارد. همچنین از دیدگاه گذر زمان نیز قابل توجه است، چون با گذشت زمان ارزش برخی آثار هنری افزوده و از ارزش برخی دیگر کاسته می‌شود. به گفته اسکار وایلد^۱: همه چیز را راجع به قیمت‌ها می‌دانیم و هیچ چیز را راجع به ارزش‌ها نمی‌دانیم. به دنبال صحبت از ارزش، بحث ارزیابی،



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

فن، ارزشیابی و ارزش گذاری مطرح می‌شود. عناصر مورد نیاز برای ارزش گذاری کالاهای تجاری و صنعتی به‌غیر از کالاوارهای موجود هستند، اما در مورد کالاوارهایی که به محصولات حوزه فرهنگ و هنر گفته می‌شود، این‌گونه نیست و تا زمانی که این چرخه، در عرصه فرهنگ و هنر تنظیم نشود، نمی‌توان به اقتصاد فرهنگ و هنر به‌عنوان ساختاری مجموع و مرتب نگریست (حیبی و آبیاریان، ۱۳۹۰).

بنابراین موضوع تنها ارزش گذاری یک کالاوار یا یک اثر هنری نیست؛ در واقع جامعه و نظام این مهم را باید بپذیرد که بهای تفکر را باید پرداخت؛ بنابراین متوجه می‌شویم که وجود اقتصاد فرهنگ و هنر، حضوری الزام‌آور است؛ نه تنها برای جامعه اهل اندیشه، بلکه برای مصرف‌کنندگان اندیشه و نیز دارندگان اصلی این دارایی‌ها که همان ملت، مملکت و نظام هستند.

در همین خصوص، یافته‌های پژوهش حاج‌آقابرگی (۱۴۰۰) در این راستا نشان داده است که اقتصاد فرهنگ و هنر را می‌توان زیرشاخه‌ای از علم اقتصاد تعریف کرد که به تحلیل و توصیف عرضه و تقاضای کالاهای فرهنگی و هنری می‌پردازد. این حوزه از اقتصاد می‌تواند سهم بسزایی در توسعه اقتصادی و به‌خصوص بهبود وضعیت اشتغال داشته باشد؛ چراکه رشته‌های مختلف فرهنگی و هنری می‌توانند با ایده‌های نو و سرمایه کمتر نسبت به سایر حوزه‌ها به تولید محصول و خدمات با بهره‌وری بالا بپردازند. وضعیت کنونی ایران از نظر حجم تولیدات فرهنگی در مقایسه با کشورهای پیشرو در این حوزه اصلاً مناسب نیست. برای بهبود این شرایط لازم است تا سیاست‌هایی از سوی دولت و نیز خود جامعه فرهنگ و هنر اتخاذ شود، از جمله انجام پژوهش‌های تخصصی در حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر؛ ایجاد بانک اطلاعاتی برای ثبت آمار خرید و فروش آثار هنری؛ ورود موضوع فرهنگ و هنر به بازارهای مالی؛ تکیه بر هنر سنتی ایران در کنار هنر مدرن؛ اقبال نسبت به جذب گردشگر فرهنگی با توجه به ارزش‌های اسلامی و استعدادی و شناخت مزیت‌های کشور در زمینه‌های هنری. یافته‌های پژوهش علیزاده (۱۴۰۰) نیز در این زمینه نشان داده است، رابطه فرهنگ و اقتصاد همواره مورد علاقه اندیشمندان و سیاست‌گذاران این دو حوزه بوده است. هنر پدیده‌ای است که به حمایت و پشتیبانی جامعه هنردوست و دولت هنرپرور نیاز



دارد تا به‌عنوان کالایی عمومی مورد استفادهٔ عموم مردم، مورخان و دوستان قرار گیرد. نکتهٔ مهمّ 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 هنر یکی از مصادیق اقتصاد امروز به‌شمار می‌رود و از عمده‌مسائل مؤثر در اقتصاد و سرمایه‌گذاری اقتصادی در راستای تولید بازار آثار هنری است. همچنین نتایج پژوهش دهقانی (۱۴۰۱) نیز نشان داده است که امور و صنایع بدیع هنری و فرهنگی نقش مهمّی در ثبات حوزهٔ اشتغال، رشد بهینهٔ اقتصادی، تقویت ماهیت و هویت ملی و رسیدن به توسعهٔ پایدار دارد. هنر، فرهنگ و امور مربوط به اقتصاد سه حوزهٔ مؤثر و غیرقابل‌تفکیک از یکدیگر هستند. اقدامات متقن، ایجابی، امری و دستوری، در هریک از این سه حوزه، بدون در نظر گرفتن الزامات حوزه‌های دیگر، نتایج غیرمؤثر و نامطلوبی را در سایر حوزه‌ها خواهد داشت. این تحقیق در مورد سینما انجام شده است و معتقد است رشد بهینه و مؤثر صنعت سینمای ملل به‌عنوان حوزه‌ای که از لحاظ امور اقتصادی، سیاسی و فرهنگی اهمیت دارد، به‌عنوان یک صنعت راهبردی و نظام‌مند در دستور کار دولت‌ها قرار دارد. در صنعت اقتصادی سینما، به‌صورت سالانه، مبالغ بسیار زیاد و هنگفتی برای تولید و پخش فیلم‌های سینمایی هزینه می‌شود. این صنعت درآمد درخور توجه و بالایی را به خود اختصاص می‌دهد و رونق بسیاری را در پی دارد.

همچنین روزخوش و رازقی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی «تئاتر خصوصی ایران از منظر فعالان عرصهٔ نمایش» پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش در مورد تئاتر خصوصی و اقتصاد هنر نشان داده است که در ابتدا نوعی خوش‌بینی در قبال تئاتر خصوصی وجود داشت که به‌مرور نارضایتی و بدبینی جایگزین آن شد. همچنین یافته‌های این تحقیق نشان داده که خصوصی‌سازی سال‌های اخیر، تئاتر را به سمتی سوق داده است که اکنون مخاطب اصلی آن پول است، مخاطب در شکل پول دیده می‌شود، زیرا تئاتر به زائدهٔ سلیقهٔ تماشاگر و پول او بدل شده است. فرجام این روند آن است که تودهٔ بی‌شکلی از مخاطب شکل گرفته است که تداوم حضور بازیگران تجاری را بر صحنه تداوم می‌بخشند. باید گفت از تبعات گریزناپذیر خصوصی‌سازی، نزدیک شدن آثار نمایشی به سلیقه و فرهنگ به‌اصطلاح



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

عامیانه یا به عبارتی تن سپردن به اقتضای بازار است که نقش پررنگ موسیقی، تمایل به سمت فضاهای کمیک، خنده و ... از جلوه‌های آن است. به‌طورکلی خصوصی‌سازی تئاتر از دید بسیاری از صاحب‌نظران تئاتر، تجربه موفق به‌شمار نمی‌آید.

افشار (۱۳۹۲) نیز در مقاله‌ای به بررسی «درآمدی بر اقتصاد تئاتر در ایران» پرداخته است. یافته‌های این مقاله نشان داده است که تئاتر همچون سایر کالاها تابع سه عنصر اقتصادی تولید، توزیع و مصرف است. در نگرش توسعه‌ای، تئاتر یک «کالای درخور» محسوب می‌شود و دولت مایل است که مردم بیش از آنچه در جامعه دیده می‌شود، مصرف‌کننده آن باشند، ولی علی‌رغم این تمایل، وجود عوامل بازدارنده سبب شده است تئاتر از بودجه‌های فرهنگی سهمی اندک داشته باشد. این مقاله روشن می‌سازد که با توجه به سیاست‌های فرهنگی و نظام تولید تئاتر در ایران، وضعیت کنونی تئاتر و جایگاه این تولید هنری در عرصه فرهنگ و هنر، از نظر کمی و کیفی، مطلوب نبوده و سهم تئاتر در سبد مصرف خانواده ایرانی و در برنامه‌های توسعه و اقتصاد ملی رو به کاهش است.

یافته‌های پژوهش

۱. مفهوم اقتصاد هنر

با بررسی متون مختصری که در این زمینه وجود دارد، می‌توان دریافت که اقتصاد هنر زیرمجموعه‌ای از اقتصاد فرهنگ^۱ است که نخستین مرتبه در ۱۶۹۶۰ توسط جان کنث گالبرایت^۲ مطرح شده است. در دوران معاصر، ویلیام بامول^۳ و ویلیام بوون^۴ با تألیف و انتشار کتاب هنرهای نمایش - تنگنای اقتصادی به اقتصاد هنر و جهت علمی-تری بخشیدند و می‌توان این کتاب را مبدأ شکل‌گیری اقتصاد هنر در نظر گرفت.

اقتصاد فرهنگی شاخه‌ای از اقتصاد است که رابطه فرهنگ را با نتایج اقتصادی بررسی می‌کند. اقتصاد فرهنگی اغلب با مطالعه نتایج اقتصادی نهادهای فرهنگی، به تصمیم‌گیری‌ها، مدیریت و ارزیابی دارایی‌های این نهادها، کمک می‌کند. اقتصاد فرهنگی به‌عنوان یک رشته



1. Cultural economics
2. John Kenneth Galbraith
3. William Baumol
4. William Brown

روبه رشد در اقتصاد رفتاری، نقش فرهنگ در رفتارهای اقتصادی را بررسی می‌کند. به باور گنجی و حیدریان (۱۳۹۳: ۷۸) «اقتصاد فرهنگ ناظر بر شناخت مناسبات و تعاملات بین حوزه‌های تولید و آفرینش، مصرف و بازار بوده و با کشف روابط بین اقتصاد و فرهنگ راه را برای رونق و شکوفایی فرهنگی و هنری هموار می‌سازد و بیش از آنکه درصدد ارزیابی و قضاوت هنجاری از اقدامات و فعالیت‌های فرهنگی و هنری باشد، به دنبال تحلیل آثار اقتصادی این فعالیت‌ها و شناسایی عوامل مؤثر بر اقدامات، سیاست‌ها، فعالیت‌ها، برنامه‌ها و مطلوبیت‌های حاکم بر عرضه و تقاضای کالاهای فرهنگی و هنری است.» ناظمی اردکانی و صیادی (۱۳۹۳: ۱۹۲) نیز معتقدند «منظور از اقتصاد فرهنگ، تجزیه و تحلیل بخش فرهنگ در چارچوب تئوری‌ها و مفاهیم دانش اقتصاد است. حیطه موضوعی اقتصاد فرهنگ را می‌توان کاربرد اصول، مفاهیم و نظریه‌های علم اقتصاد در جهت تبیین و تحلیل مسائل اقتصادی بخش فرهنگ و در نهایت ارائه خط‌مشی‌های سیاسی در جهت بهبود مدیریت اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی دانست».

در همین راستا، به‌طور مشخص، اقتصاد هنر به بررسی رابطه بین هنر، به‌طور خاص هنرهای نمایشی در این مقاله، و اقتصاد می‌پردازد و تحلیل آثار اقتصادی هنر و عوامل مؤثر بر آن را دربرمی‌گیرد. در اقتصاد هنر، بحث بر سر این موضوع است که چه اقدام اقتصادی را برای پیشبرد هنر می‌توان به کار گرفت، با چه فرایندهای اقتصادی می‌توان هنرهای نمایشی را ارتقا بخشید و چگونه می‌توان از هنر درآمدزایی کرد و آن را به‌مانند یک رشته اقتصادی در جامعه مدرن در نظر گرفت که بتوان به آن اتکا کرد. در این راستا نگرش اقتصادی به هنر، به دنبال تحلیل اقتصادی مناسبات حاکم بر تولید، توزیع و مصرف تولیدات فرهنگی و هنری است.

۲. اقتصاد هنر و چالش‌های پیش رو

بحث بر سر این است که زمانی که بخواهیم هنر را با نگاه اقتصادی، درآمدزا، رویکردهای مدیریتی و فنی اقتصادی تحلیل و بررسی نماییم و به‌عنوان مثال هنرهای نمایشی مانند تئاتر را به‌سوی یک رشته اقتصادی و درآمدزا سوق دهیم، با چالش‌هایی در این زمینه مواجه هستیم که می‌تواند اقتصاد هنر را با مانع، وقفه و رکود مواجه سازد، برخی



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

از مهم‌ترین این چالش‌ها عبارت‌اند از:

۲- ۱. دیدگاه آرمان‌گرایانه متعصب به هنر و هنرمند در فرهنگ و جامعه

(عسگری، ۱۴۰۰: ۲۶۲)

این دیدگاه با نگاهی متعصبانه به هنر معتقد است که هنر باید به رسالت هنری، عاطفی و زیبایی‌شناختی خود پردازد و نباید وارد مباحث اقتصادی و مادی‌گرایانه شود. این دیدگاه در برخی از هنرمندان، مدیران تولیدات هنری و ... می‌تواند مانعی در برابر توسعه اقتصاد هنر باشد.

۲- ۲. مداخله دولت‌ها در اقتصاد هنر

از دیگر چالش‌های پیوند هنر و اقتصاد، مداخله دولت‌ها در اقتصاد هنر است (عسگری،

۱۴۰۰: ۲۶۲ و ابوترابی و بهرامی، ۱۳۹۴: ۲۰).

برخی از نگرانی‌ها و چالش‌ها مربوط به این حوزه است که با پیوند خوردن هنر به اقتصاد، شاهد مداخله دولت و نهادهای دولتی در هنر هستیم و این موضوع می‌تواند هنر را از رسالت ماهوی خویش دور سازد. وارد شدن دولت در هنر می‌تواند در موضوع‌ها، هدف‌ها و نگرش‌های هنری تأثیر گذارد و گاهی هنر باید در خدمت دولت و اقتصاد باشد.

۲- ۳. نگرانی از نگاه ابزارگرایانه به هنر

۱. اقتصاد فرهنگ و هنر در سطح خرد به معنای تخصیص منابع مالی به مقادورات و

فعالیت‌های پژوهشی، آموزشی و تبلیغی است که در جامعه صورت می‌گیرند.

۲. اقتصاد فرهنگ و هنر در سطح کلان به‌عنوان یک وسیله ارتباطی در نظر گرفته

می‌شود و فقط به پول و هزینه کردن آن محدود نمی‌شود، بلکه تمام ابزارهای رسانه‌ای

جامعه امروز ما را دربرمی‌گیرد؛ ابزارهایی مانند تلفن، نامبر یا وسایل ارتباط جمعی مانند

رادیو، مطبوعات سینما، تلویزیون و کتاب.

۳. اقتصاد فرهنگ و هنر در سطح محوری، عمیق‌تر از دو سطح قبل است؛ به‌گونه‌ای که

شامل شرایط محیطی، به‌منزله شرایط مادی تکامل فرهنگ می‌شود. درمجموع براساس این

طبقه‌بندی، اقتصاد فرهنگ و هنر مجموعه امکاناتی است که برای جریان پیدا کردن

جهت‌گیری‌های فرهنگی به کار گرفته می‌شود. این امکانات، نیروی انسانی، ابزار و

مقدوراتی هستند که باید در خدمت حوزه فرهنگ قرار گیرند (رضایی، ۱۳۸۲: ۱۳-۱۱۲)، و



نگرانی متولیان امر فرهنگ این است که در پیوند اقتصاد و هنری مانند هنرهای نمایشی، هنر ابزاری شود در دست اقتصاد و هنر را از اهداف معنوی و والای خویش و رسالت‌های عاطفی‌احساسی و زیبایی‌شناختی خویش دور سازد و هنر بشود ابزاری در دست اهداف اقتصادی و دولتی.

۲-۴. ارزش‌گذاری مادی بر آثار هنری

از دیگر نگرانی‌های متولیان امور هنر این است که در پیوند اقتصاد و هنر و داشتن نگاه اقتصادگرایانه به هنر، آثار هنری درگیر ارزش‌گذاری‌های مادی می‌شوند. این موضوع ارزش آثار هنری را به ارزش مادی تقلیل می‌دهد که با روح هنر سازگار نیست.

۳. عوامل مؤثر بر اقتصاد هنرهای نمایشی (تئاتر)

با وجود چالش‌هایی که برای اقتصاد هنر برشمردیم، هنرهای نمایشی در جامعه امروز برای بقا و ماندگاری خود ناگزیر به پیوند با اقتصاد و بهره‌گیری از اصول اقتصاد هنر هستند. دنیای مدرن امروزی دنیای محاسبات، اقتصاد و درآمد است و هنر اگر نتواند برای هنرمند درآمد به همراه داشته باشد، از کارآمدی‌اش کاسته شده و خواه‌ناخواه نمی‌تواند در صحنه رقابت بازار هنری باقی بماند. هنرهای نمایشی و به‌خصوص تئاتر نیز ناگزیر به استفاده از فرایندهای اقتصاد هنر هستند و هنرمندان باید بتوانند هم‌زمان با حفظ رسالت و اهداف مقدس هنر تئاتر، اصول اقتصادی را نیز اجرا کنند و از نتایج اقتصادی هنر خود نیز بهره‌مند شوند.

برای تبیین هرچه بهتر موضع ابتدا به بررسی ارکان اقتصاد تئاتر می‌پردازیم: ملاک‌هایی که با کمک آنها می‌توان تولید تئاتر را مورد اندازه‌گیری قرارداد، عبارت‌اند از: تعداد اجراها، با کمک تعداد اجرای یک نمایشنامه که مواد اولیه تولید به حساب می‌آید، می‌توان اجرای تئاتر را از نظر میزان هزینه‌های تولید آن مورد ارزیابی و اندازه‌گیری قرار داد؛ گنجایش تالار نمایش؛ تعداد صندلی؛ تعیین قیمت بلیت؛ تعداد بلیت و میزان بلیت فروخته شده. با کمک چنین ملاک‌هایی می‌توان کالای فرهنگی را در اقتصاد تئاتر مورد ارزیابی کمی قرار داد (هیلبرن و گری، ۲۰۱۱: ۱۰۹).



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

ارکان اقتصاد تئاتر عبارت‌اند از:

- ماده اولیه: نمایشنامه که یکی از مهم‌ترین عوامل اقتصادی در فروش یک تئاتر است.
- نیروی انسانی: هنرمندانی که از مهم‌ترین عوامل اجرای یک تئاتر و عوامل موفقیت آن هستند.

• هزینه‌های تولید: هزینه‌های ثابت و معین.

• توزیع: عرضه کالای تولید شده، در اینجا هنر نمایشی تئاتر، به مشتری و مصرف‌کننده است. توزیع هنر تئاتر نیاز به کانال‌های مخصوص خود دارد که مشخص شود از چه طریقی قرار است هنر برای مردم نمایش داده شود؛ تئاتر صحنه‌ای، تئاتر تلویزیونی، رادیویی یا ...

• بازار تئاتر: عرصه رقابت با دیگر گروه‌های هنرهای نمایشی

• مصرف: میزان استقبال مخاطبان از هنر نمایشی و تقاضا برای بازار تئاتر (برگرفته از افشار، ۱۳۹۲: ۱۵ - ۱۶).

در همین خصوص در مورد توسعه اقتصاد هنر در تئاتر، می‌توان به این عوامل اشاره کرد:

۳- ۱. توجه ویژه به تولیدات هنری (ماده اولیه)

در توسعه اقتصادی اولین مسئله‌ای که مهم است، تولید و ماده اولیه و توجه به این نکته است که «چه چیزی تولید می‌شود»؟

تولیدات نمایشی امروز ایران را می‌توان در چهار دسته تقسیم‌بندی کرد: تئاتر تجاری مردمی؛ تئاتر دانشجویی؛ تئاتر هنری حرفه‌ای و تئاتر جشنواره‌ای (صادقی، ۱۳۷۶: ۵۴).

در تقسیم‌بندی‌های دیگر، انواع سبک‌های نمایشی در تئاتر عبارت‌اند از: ۱. اکسپرسیونیسم (درون آزمایی)؛ تئاتر پوچی (تئاتر ابزورد یا نمایش بی‌معنی)؛ دادائیسیم (سرگرمی و مسخرگی)؛ رمانتیسیم (شاعرانه)؛ رئالیسم (واقع‌گرایی)؛ سمبولیسیم (نمادگرایی)؛ سورئالیسم (آن‌سوی حقیقت یا ورای حقیقت)؛ امپرسیونیسم (احساس و تأثر)؛ فرمالیسیم (شکل‌گرایی)؛ تئاتر اپیک (نمایش روایتی، ارسطویی)؛ ناتورالیسم (طبیعت‌گرایی)؛ مدرنیسم (امروزی)؛ کمدی کلاسیک (طنز کهن)؛ کمدی رمانتیک (کمدی عاشقانه).



بنابراین هنرمند برای توسعه اقتصاد هنر تئاتر، باید بداند که «چه چیزی، برای چه مخاطبانی و با چه هدفی تولید می‌کند؟» او باید مقتضیات زمانه خود را به خوبی بشناسد و سعی کند تولیداتی را ارائه کند که با نیاز و سلیقه مخاطبان متناسب باشد، یعنی علاوه بر تأمین رسالت هنری، مخاطب‌محور باشد، بتواند مخاطبان بسیاری را به سالن‌های اجرا بکشاند و از نظر اقتصادی برای هنرمند درآمدزا باشد.

۳-۲. توجه به هزینه‌های تولید

پس از تأمین ماده اولیه، مهم است که دست‌اندرکاران تئاتر بدانند که قرار است چگونه محتوای مورد نظر را تهیه کنند، با چه ابزار و امکاناتی، با کدام نیروی انسانی، در چه مکانی و با چه هزینه‌هایی. به دیگر سخن، تهیه آثار هنری مستلزم توجه تهیه‌کنندگان به سه رکن است: مواد اولیه؛ نیروی کار و ابزار تولید.

تهیه‌کنندگان آثار هنری تئاتر باید به خوبی هزینه‌ها را برآورد کنند تا بتوانند بهترین اثر را با کمترین هزینه و بیشترین سودآوری ارائه بدهند و در نهایت همراه با توجه به رسالت آثار هنری، از منظر اقتصادی نیز منشأ اثر باشند.

۳-۳. توجه به توزیع و نوع مخاطب

زمانی که یک اثر هنری تولید می‌شود، مادامی می‌تواند موفق باشد که پیش از تولید و در همه مراحل تولید، به نوع مخاطب، ویژگی‌های او، سلیقه و نیازهای او توجه کند. اگر هنری ویژگی‌های مخاطبان و نیازهای جامعه خود را درک نکند، هنرش با استقبال عام مواجه نمی‌شود و از منظر اقتصادی و سودآوری با محدودیت مواجه می‌شود.

همچنین چگونگی توزیع آثار هنری نیز اهمیت دارد و باید به آن اندیشید و توجه کرد. باید هنرمند و تولیدکنندگان بدانند که قرار است چگونه هنر تولید شده را به مخاطبان عرضه کنند مثلاً از طریق تالارهای نمایش، صداوسیما یا ...

۳-۴. جلب سرمایه‌گذار خصوصی

با یک نگاه اجمالی به ایده‌های کلاسیک می‌توان گفت که انباشت سرمایه عامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی در همه عرصه‌هاست و در اقتصاد هنر نیز تأمین سرمایه و جلب سرمایه‌گذار خصوصی می‌تواند به تأمین اهداف هنر و توسعه اقتصاد هنر کمک کند. برای



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

رونق هرچه بیشتر تئاتر، باید ابعاد اقتصادی این هنر به درستی بررسی شود. جذب و انباشت سرمایه، جذب سرمایه‌های خصوصی و هدایت منابع مالی مناسب از مهم‌ترین اقدام در این حوزه است.

با توجه به اینکه خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی، فرایند جدید و پیچیده‌ای است، تجربیات به دست آمده نشان می‌دهند که تلاش‌های خصوصی‌سازی، اغلب با دو مانع مواجه بوده‌اند؛ موانع اقتصادی و سیاسی و مسائل و مشکلات اجرایی اداری. برآیند این دو مانع، موجب کند شدن روند خصوصی‌سازی شده و اثرات این سیاست را بر کارایی اقتصادی نیز کاهش داده است (صادقی و صبح‌خیز زنوزی، ۱۳۹۴: ۱۵۴). افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی در هنرهای نمایشی و تئاتر نیز با این موانع مواجه است که با برنامه‌ریزی صحیح و مناسب باید از آن گذر کنند.

۳-۵. حضور دولت

اقتصاددانان فرهنگ در سراسر جهان به‌منظور توجیه مداخله‌های دولت در بازار هنر، از نظریه‌های اقتصاد رفاه و مالی عمومی که سال‌ها در سایر حوزه‌های سیاست‌گذاری عمومی به کار رفته است، استفاده کرده‌اند. آنها مداخله دولت در هنر را این‌گونه توجیه می‌کنند که فعالیت‌های هنری، فعالیت‌های استثنایی، دارای پیامدهای مثبت بیرونی، مورد نیاز برای نسل‌های آینده، دارای ارزش‌های غیر بازاری، بی‌ثبات در تقاضا، نیازمند آموزش تقاضاکنندگان و دارای بی‌ثباتی عایدی‌های مالی هستند؛ به‌همین دلیل دولت‌ها را موظف به مداخله در بازار، به نفع هنر می‌دانند (خوشبوئی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰)؛ اگرچه انتقادهایی به این رویکرد وارد است و نگرانی‌هایی از انحصارطلبی دولت در بازار هنر به چشم می‌خورد.

دولت‌ها در دنیای مدرن، به یکی از عناصر تعیین‌کننده در زندگی اقتصادی گروه‌های مختلف بدل شده‌اند. در برخی از جوامع هنرهای نمایشی در خدمت دولت‌ها هستند؛ هنر اهداف دولتی را تأمین و دولت هزینه‌های اقتصادی هنر را تأمین می‌کند؛ بنابراین دولت و هنر می‌توانند یک ارتباط دوسویه داشته باشند. آنچه مهم است کنترل دخالت و نظارت این دو بر یکدیگر است، چون هنر در حالت مطلوب می‌تواند در کنار حفظ اهداف و رسالت ماهوی خود، در تعامل با دولت نیز قرار گیرد و دولت نیز به رشد و توسعه هنر کمک کند؛



هرچند باید مراقب بود که هنر و هنرمند به ابزاری در دست دولت‌ها و اهداف سیاسی تبدیل نشوند.

نتیجه‌گیری

همواره این‌گونه تصور می‌شد که اقتصاد (بازار) و هنر دو مقوله مجزا هستند و نمی‌توان این دو را با یکدیگر جمع بست؛ چراکه ناگزیر باید یکی از این دو به نفع دیگری از رسالت و اهداف خود دست بکشد، اما در چند سال اخیر مقوله «اقتصاد هنر» در مطالعات اقتصادی و فرهنگی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است و محققان این حوزه معتقدند که اقتصاد و هنر می‌توانند در تعامل با یکدیگر باشند. هنر در دوره معاصر ناگزیر است که از فرایندها و فعالیت‌های اقتصادی بهره جوید تا بتواند ماندگار شود و بر غنای خود بیفزاید. در دنیای پررقابت فرهنگ و هنر، هنرهایی می‌توانند خود را حفظ کنند و توسعه دهند که بتوانند از منظر اقتصادی نیز آثار مثبتی داشته و سودآور باشند تا هنرمندان، تهیه‌کننده‌ها، کارگردان‌ها و ... بتوانند کماکان به رسالت خود در عرصه هنر ادامه دهند؛ اگرچه در این راه چالش‌های بسیاری پیش روی هنر است که در این مقاله نیز به آنها اشاره شد.

یافته‌های حاصل از این پژوهش با نتایج پژوهش‌های دهقانی (۱۴۰۱)، حاج آقابرگی (۱۴۰۰)، علیزاده (۱۴۰۰)، عسکری (۱۴۰۰)، افشار (۱۳۹۲) و حبیبی و آبیاران (۱۳۹۰) همسو و هماهنگ است.

براساس یافته‌های پژوهش حاضر، مهم‌ترین چالش‌های پیش روی اقتصاد هنر عبارت است از:

۱. دیدگاه آرمان‌گرایانه متعصب به هنر و هنرمند در فرهنگ و جامعه و ممانعت از دخالت اقتصاد در عرصه هنر.
 ۲. مداخله دولت‌ها در اقتصاد هنر
 ۳. نگرانی از نگاه ابزارگرایانه به هنر
 ۴. ارزش‌گذاری مادی بر آثار هنری
- همچنین یافته‌های پژوهش حاضر در خصوص عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر، به‌خصوص در هنرهای نمایشی و تئاتر نشان داد که این عوامل بر اقتصاد هنر تأثیرگذار

است:



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

۱. توجه ویژه به تولیدات هنری (ماده اولیه)

۲. توجه به هزینه‌های تولید

۳. توجه به توزیع و نوع مخاطب

۴. جلب سرمایه‌گذار خصوصی

۵. حضور دولت

بنابراین اقتصاد هنر ناظر بر شناخت مناسبات و تعامل بین حوزه‌های آفرینش (تولید) و مصرف و تجارت کالاهای هنری است. بحث ارتباط میان اقتصاد و هنر تنها به جنبه‌های اقتصادی مانند تولید، ستانده، اشتغال و عایدی کالاهای فرهنگی مربوط نیست، بلکه جنبه‌های اجتماعی مانند تقاضای فرهنگی، دسترسی، انتخاب‌های ذوقی و ترجیح مصرف‌کننده و توجه به ویژگی‌ها و نیازهای مخاطبان را نیز دربر می‌گیرد؛ از این رو تهیه‌کنندگان آثار نمایشی و تئاتر باید بیش‌ازپیش با نگاهی همه‌جانبه همه‌زوایای موضوع را مورد توجه قرار دهند.



منابع و مأخذ

- ابوترابی، محمدعلی، و بهرامی، لیلا (۱۳۹۴). نقش دولت در توسعه اقتصاد هنر. پژوهش هنر، ۹: ۱۹ - ۲۶.
- افشار، حمیدرضا (۱۳۹۲). درآمدی بر اقتصاد تئاتر در ایران. نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی، ۱۸ (۲): ۱۳ - ۲۰.
- حاج آقابزرگی، مهدی (۱۴۰۰). «اقتصاد فرهنگ و هنر و نقش آن در اقتصاد ایران»، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات روان‌شناسی، تهران.
- حبیبی، بابک، و آبیاران، نسرين (۱۳۹۰). کلیاتی بر درآمد اقتصاد هنر. فصلنامه تخصصی مدیریت فرهنگی هنری، س ۱ (۴): ۱ - ۱۰.
- خوشبویی، زهرا، حسینی، محمد، و ابوترابی، محمدعلی (۱۳۹۶). مداخله‌های دولت در بازار هنرهای نمایشی ایران: تجربیات و دلالت‌های سیاستی. سیاست‌گذاری عمومی، ۳ (۳): ۹ - ۳۳.
- دهقانی، نوید (۱۴۰۱). «بررسی نقش مقوله اقتصاد در چرخه صنعت سینمایی کشور (تحلیل هزینه و درآمدهای مرتبط با ساخت، تولید، پخش و اکران فیلم‌های سینمایی)»، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم.
- رضایی، عبدالعلی (۱۳۸۲). فرهنگ اقتصاد. نشریه بیناب، ۳ و ۴: ۱۱۰ - ۱۱۹.
- روزخوش، محمد، و رازقی، فرشته (۱۳۹۸). تئاتر خصوصی ایران از منظر فعالان عرصه نمایش. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۰ (۴۵): ۵۷ - ۸۳.
- صادقی، قطب‌الدین (۱۳۷۶). اقتصاد تئاتر ایران. هنر، ۳۴: ۵۳ - ۸۳.
- صادقی، کمال، و صبح‌خیز زنوزی، شلاله (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر مشارکت بخش خصوصی به‌عنوان رهیافتی در تأمین منابع مالی پروژه‌های شهرداری. فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۱: ۱۵۳ - ۱۷۱.
- عسکری، دلارام (۱۴۰۰). جستاری در باب اقتصاد در فرهنگ و هنر. مطالعات هنرهای زیبا، ۲ (۴): ۲۶۰ - ۲۶۴.



بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد هنر (با تأکید بر هنر تئاتر)

- علیزاده، شمیم (۱۴۰۰). بررسی اقتصاد هنر در ایران و تأثیر آن با تأکید بر هنر نقاشی معاصر. فصلنامه پژوهش در علوم، مهندسی و فناوری، ۷ (۲): ۱ - ۷.
- گنجی، محمد، و حیدریان، امین (۱۳۹۳). سرمایه فرهنگی و اقتصاد فرهنگ (با تأکید بر نظریه‌های پی‌یر بوردیو و دیوید تراسبی)، فصلنامه راهبرد، س ۲۳ (۷۲): ۷۷ - ۹۷.
- ناظمی اردکانی، مهدی، و صیادی، محمد (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران؛ مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور. راهبرد اجتماعی فرهنگی، س ۴ (۱۳): ۱۹۱ - ۲۲۵.
- Heilbrun, James; Charles M. Gray (2011), *The Economics of Art and Culture*, Cambridge University Press, UK.



Investigating Factors Affecting the Development of Art Economy with emphasis on performing arts

Mohammad Mohsen Haerizadeh

Abstract

In recent economic years, the category of "art economy" has a special and cultural place in studies that hold that economy and art can coexist and that art economy considers art with economic results. This research aimed to study the development of art economics (with an emphasis on performing arts) through a descriptive-analytical and library method. The findings show that, in today's highly competitive cultural world, arts can maintain and develop their survival, and have positive effects and are profitable, though they face many challenges. The most important challenges facing the economy of art were identified to be (a) fanatical idealistic view of art and artist in culture and society and architect from managing the economy in the field of art, (b) government intervention in the economy of art, (c) concern about the instrumentalist view of art, and (d) material valuation of works of art. Moreover, concerning the specific factors that affect the development of the economy of art, especially in the theater, the findings show that these factors have an effect on the economy of art including: Special attention to artistic products (primary material), attention to production costs, attention to the distribution and type of audience, attracting private investment, and attention to the presence of the government.

Key words: clothing, foreign brand, consumption, attitude, women.

