نگاهی به چالش‌های اقتصاد هنر در ایران؛ چرا سرمایه‌گذاران اثر هنری نمی‌خرند؟

تاریخ انتشار :
۱۰:۳۵ ۲۳/۱۰/۱۴۰۳
۴۱۴۳۵۱۱
گروه: تحلیل

دنیای اقتصاد: مریم اسفندیاری، پژوهشگر فرهنگ و هنر، به چالش‌ها و موانعی که فعالیت کارآفرینان هنری را دچار وقفه و رکود کرده، پرداخته است.
نگاهی به چالش‌های اقتصاد هنر در ایران؛ چرا سرمایه‌گذاران اثر هنری نمی‌خرند؟
به گزارش گروه آنلاین روزنامه دنیای اقتصاد؛ کارآفرین هنری مسائلی از قبیل درآمد و فقر هنرمندان، امنیت شغلی، آموزش هنری، قوانین و حقوق مالکیت معنوی، مشارکت سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر و سازوکارهای نوین مالی و فناورانه در دنیای هنر را بررسی می‌کند.

سالانه ۴۵۰۰ نفر در رشته‌های مختلف هنری فارغ التحصیل می‌شوند که یکی از دلایل اقتصادی مناسب برای پاسخ به این انگیزه است و بدیهی است که هرقدر نرخ فعالیت کارآفرینانه در هنر بالاتر باشد، میزان تولید و کیفیت زندگی اجتماعی هنرمندان بالاتر است.

از نیمه قرن بیستم تاکنون، بسیاری از دولت‌ها به دلیل اتخاذ تدابیر مدیریتی در حوزه هنر موفق به کسب درآمدهایی چشمگیر از فروش خدمات شاخه‌های مختلف هنری شده‌اند، اما در ایران اقتصاد هنر همچنان تا رسیدن به سطح قابل قبول و جهانی فاصله دارد.
کارآفرینان هنری این تصور را که هنر حوزه‌ای ذاتاً خودشکوفا و خودکفاست، نمی‌پذیرند. آنها تنها با محتواآفرینی اقناع نمی شوند، بلکه می‌خواهند در فرآیند بازاریابی و بهره‌برداری از محتوایی که هنرمندان ایجاد می‌کنند، سهیم باشند.
در حوزه فرهنگی، اقدام کارآفرینانه فرهنگی به معنای فرآیند ایده‌پردازی، فرصت‌شناسی و ایجاد کسب‌وکارها و تاسیس مراکز و بنگاه‌های تولید و عرضه کالاها و خدمات فرهنگی است.

یکی از اقداماتی که در ارتباط با کارآفرینی هنری در حوزه هنرهای تجسمی مشاهده می‌شود، برگزاری حراجی است که از یک سو به ارتقا و شناخته‌تر شدن هرچه بیشتر آثار هنری و هنرمندان کشورمان منجر می‌شود و از سوی دیگر، تجارت را در فرهنگ و هنر ترغیب می‌کند.

طی سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری روی آثار هنری تجسمی، نمایشی و موسیقی ایران به بازاری پرسود تبدیل شده و به اعتقاد کارشناسان و با توجه به پایین بودن ریسک سرمایه‌گذاری در این بخش، وقت آن رسیده است که علاوه بر علاقه مندان به آثار هنری، تجار، بازرگانان و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز -البته با راهنمایی کارشناسان آثار هنری- قدم در این راه بگذارند و هرسال با شناسایی و خرید چند اثر هنری، علاوه بر رونق‌بخشی به این بازار، سود خود را هم به‌دست آورند.
مطالعاتی که سال گذشته برخی متخصصان انجام دادند، نشان می‌دهد این بازار حتی در وضعیت کنونی اقتصادی ایران نیز توانایی رقابت با بازارهای موازی را دارد.
بااین‌حال، توسعه اقتصادی هنر امری فراگیر است و نمی‌تواند تنها در یک بخش از هنر اتفاق بیفتد، توسعه اقتصادی هنر دو هدف اصلی دارد: اول، افزایش ثروت و رفاه هنرمندان و دوم، ایجاد اشتغال از طریق هنر، که هر دو این اهداف در راستای عدالت اجتماعی است.
در جهان بزرگ‌ترین سهم صادرات صنایع خلاق- فرهنگی در اختیار ژاپن، چین، ایالات‌متحده، آلمان و بریتانیاست.
جامعه هنری ایران در تولید و عرضه آثار هنری از مخاطرات و ناکارآمدی‌هایی رنج می‌برد که هریک، حاصل عوامل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی متعدد است.
هنوز سیاست‌گذاری‌های فرهنگی شفافی در اسناد بالادستی، همسو با اقتصاد و کارآفرینی فرهنگی وجود ندارد، همچنان که تعریف و تجربه نزدیکی از توانمندی‌های اقتصادی هنر و تاثیرات آن بر اقتصاد ملی وجود ندارد و نهادهای ذی‌ربط در نقش امنیتی خود بیش از مسوولیت کارآفرینی، رونق بازارهای هنری و حتی نظارتی دیده می‌شوند.
به رغم پیشینه طولانی فرهنگ ایرانی-اسلامی، در صادرات فرهنگی و خلق ارزش و ثروت، همچنان تولیدات محدود صنایع دستی به جای هنری شناخته می‌شود که آن هم با فاصله جدی از رویکردهای نوین طراحی کسب‌وکار و بازاریابی، در محاسبات اقتصادی لحاظ می‌شود و اغلب ناامیدکننده است.
از مهم‌ترین موانع رشد و رونق کارآفرینی فرهنگی، خلأهای موجود قانونی و بلاتکلیفی‌های موجود در استاد بالادستی و مرجع برای تعریف هویت، مالکیت معنوی، آیین‌نامه‌های اجرایی، نهاد اعتبارسنجی، ابزارها و صندوق‌های مالی است.
از دیگرسو کمبود چشمگیر مشارکت و تقویت دیپلماسی فرهنگی برای حضور دوجانبه در رویدادهای بین‌المللی، رشد در مقیاس‌های جهانی را دشوار کرده است.

در درون جامعه هنری نیز رویکرد هنری صرف جریان دارد که ناآشنایی با اصول اقتصاد و بازار، عدم رقابت‌پذیری، عدم هم افزایی توانمندی‌ها در راستای طرح‌های کلان هنری در عرضه محصولات فرهنگی هنری و موانع صدور باعث ناکارآمدی ظرفیت‌های اقتصادی تولید هنری شده است.