هنر و فرهنگ، بستری برای ایده‌های کارآفرینی

مریم اسفندیاری
پژوهشگر فرهنگ و هنر

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 دوی این اهداف در راستای عدالت اجتماعی است لازم بذکر است، نگاه به توسعه اقتصادی هنر در کشورهای توسعه یافته و کشورهای توسعه نیافته متفاوت است چنانچه تعریف عدالت اجتماعی.

کارآفرینی هنر فرآیندی پویا، گسترده و غیرقابل پیش‌بینی است که در طی ان، افراد و گروه‌هایی فعال هستند تا از دارایی‌های اجتماعی هنر که بدون استفاده یا کمتر شناخته شده مانده است ارزش‌آفرینی کنند. کارآفرینان هنری، موضوعات مبتلابه هنر را از ریشه، بازنگری و تعریف می‌کنند تا بتوانند راه‌حل‌هایی به‌طور سیستماتیک و فراگیر، طراحی و عرضه نمایند. کارافرین هنری مسایلی از قبیل درآمد و فقر هنرمندان، امنیت شغلی، آموزش هنری، قوانین و حقوق مالکیت معنوی، مشارکت سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر، سازوکارهای نوین مالی و فن‌آورانه در دنیای هنر را بررسی می‌کند. در پی کشف مسائل بنیادین، مهم، ریشه‌ای و اصلی اقتصاد هنر است تا راه‌حلی برای آنها ارایه دهد و اجتماع و نهادهای هنری و فرهنگی را توانمندتر سازد. بصورت عام افراد فکر می‌کنند کارآفرین تنها در اندیشه‌ی کسب سود است، اما می‌توان گفت کارآفرینان هنری، می‌خواهند دنیای معنادارتری بسازند و با «ارزش‌آفرینی» علاوه بر رشد و پیشرفت اقتصادی، در ارتقای شرایط زندگی شغلی و فردی هنرمندان و در نهایت جامعه کلان‌تر، نقش بازی می‌کنند.

به عنوان نمونه یکی از اقداماتی که در ایران به کارآفرینی هنری در حوزه‌ی هنرهای تجسمی قابل ملاحظه است، برگزاری حراجی‌های هنری است که نقشی های جدی ایفا می‌کند؛ از یک‌سو به ارتقاء و شناخته‌تر شدن هرچه بیشتر آثار هنری و هنرمندان کشورمان منجر می‌شود و از سوی دیگر، تجارت را در فرهنگ و هنر ترغیب می‌کند که در صورت برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌تواند منجر به توسعه فرهنگی کشور شود. در سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری روی آثار هنری تجسمی، نمایشی و موسیقی ایران به بازاری پرسود تبدیل‌شده است و به اعتقاد کارشناسان و با توجه به پایین بودن ریسک سرمایه‌گذاری در این بخش، وقت آن رسیده است که علاوه بر علاقه‌مندان 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 در سال گذشته توسط شرکت مشاوره ایلیا توسط تیمی متخصص انجام پذیرفت که نشان می‌دهد این بازار حتی در شرایط کنونی اقتصادی ایران نیز توانایی رقابت با بازارهای موازی را دارد.

شومپیتر[۱] (۱۹۳۴) حامی بزرگ کارآفرینی و اقتصاددان آلمانی نظریه مهمی در مورد توسعه اقتصادی داده بود که به روند تخریب خلاق شهرت داشت. وی اعتقاد داشت که رشد و توسعه اقتصادی در یک جامعه زمانی امکانپذیر است که افرادی از جامعه با پذیرش خطرها اقدام به خلاقیت و نوآوری کرده باشند، با این کار روش‌ها و راهکارهای جدید جایگزین راه‌حل‌های ناکارآمد و قدیمی خواهد شد و وی این افراد را کارآفرین می‌نامید. دراین تعریف «تخریب خلاقانه» عبارت قابل توجهی است که شومپیتر برای تبیین آن در حوزه‌هایی به غیراز اقتصاد، یعنی **هنر** به سبک بی‌بدیل در نقاشی مسیح مصلوب اثر ماندره آنتگنا[۲] اشاره می‌کند که هنرمند چگونه برای غلبه محدودیت‌ها و موانع دست به ترکیبی جدید و ایده‌ای نو می‌زند و آن را بی‌بدیلی[۳] می‌نامد. از دیگر سو، پنج ویژگی؛ تحمل ابهام

---

۱ Schumpeter
۲ Andrea Mantegna
۳ Novelty

و پیچیدگی‌ها، نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی و تمایل به پذیرش ریسک و خطر و خلاقیت و نوآوری جز ویژگی‌های اصلی کارآفرینان محسوب می‌شود (Joseph & Matthias, ۲۰۲۱).

تفاوت عمده کارآفرینی در هنر از کارآفرینی در بخش‌های دیگر، تفاوت در انگیزه ومنابع آنها است. انگیزه‌های موجود در زمینه‌ی کارآفرینی در هنر ممکن است شامل تمایل به بهره‌مندی از استعداد یا مهارت، حفظ کنترل خلاقانه بر روند هنری، رفع نقایص قابل درک در بافت فرهنگی یک جامعه یا مشارکت اعضای جامعه درروند خلاقیت باشد. کارآفرینی هنری، مدیریت مجموعه‌ای مداوم از انتخاب‌ها و خطرات نوآورانه است که به‌منظور نوسازی منابع و فرصتهای جدید برای تولید ارزش هنری، اقتصادی و اجتماعی در نظر گرفته شده است.

در جهان بزرگترین سهم صادرات صنایع خلاق- فرهنگی در اختیار ژاپن، چین، ایالات متحده، آلمان و بریتانیاست. صنایع خلاق با انتشار کتاب صنایع خلاق ریچارد کیوز[۴] باب شد و در سال ۲۰۰۸ مجمع تجارت و توسعه سازمان ملل ویژگی‌های آنرا اینگونه بیان کرد: ۱-مجموعه‌ای از ایده‌ها، تولیدات و توزیع کالاها و خدماتی است که مواد اولیه‌اشان خلاقیت و سرمایه فکری است. ۲-فعالیت هایی دانش بنیان با تاکید بر هنر هستند که محدود به فروش صرف نیست و حقوق مالکیت فکری سودآوری می‌کند.۳-کالاهای عینی، خدمات فکری یا فکری یا هنری را در بر می‌گیرد که محتوای خلاق، ارزش اقتصادی و اهداف بازاری دارند مانند موسسات فرهنگی، خدمات علمی و برنامه ریزان و مشاوران. (صنایع خلاق را می‌توان به انواع فعالیت‌های مرکزی مانند: ادبیات، موسیقی، هنرهای تجسمی و نمایشی اطلاق کرد که صنایع فرهنگی گسترده‌تری نیز در آن تعریف می‌گردد مانند: طراحی، معماری، تبلیغات، بازی در فضاهایی مانند موزه، گالری، کتابخانه، موسسات فرهنگی و هنری و دانشگاه‌ها و حتی شهرها).

---

[۴] Richard Earl Caves