

۱۵۱۳۱۸۱

# بازار گالری‌های هنری در ایران

---

تألیف:

دکتر میثم موسائی

(استاد دانشگاه تهران)

سیما طاهرخانی

(پژوهشگر اقتصاد هنر)

موسایی میثم، ۱۳۴۶.

سرشناسه

بازار گالری‌های هنری در ایران/نویسنده: دکتر میثم موسایی، سیما طاهرخانی.

عنوان و پدیدآور

تهران: نور علم.

مشخصات نشر

۲۰۹ص. نمودار، مصور.

مشخصات ظاهری

۴-۲۴۴-۱۶۹-۶۰۰-۹۷۸

شابک

وضعیت فهرست‌نویسی: براساس اطلاعات فیپا (فهرست‌نویسی پیش از انتشار).

اقتصاد- فرهنگ.

موضوع

بازار گالری.

موضوع

موسایی میثم، ۱۳۴۶، مولف.

شناسه افزوده

طاهرخانی، سیما، ۱۳۶۱، مولف.

شناسه افزوده

۱۳۹۶ پ ۲ م / ۱۳۹۶ HD

رده بندی کنگره

۳۳۸/۰۵:

رده بندی دبویی

نشر نور علم: تهران - خ انقلاب - خ ۱۲ فروردین - نبش نظری - پ ۹۸ - - تلفن: ۶۶۴۰۵۸۹۴ و ۶۶۴۰۵۸۸۰

نورهلم@ya.oo.com ۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ فروشگاه در تهران: دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

نام کتاب: بازار گالری‌های هنری در ایران

تألیف: دکتر میثم موسایی - سیما طاهرخانی

ناشر: نور علم

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۴-۲۴۴-۱۶۹-۶۰۰-۹۷۸

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶.

چاپ و صحافی: الغدير

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

فروشگاه در تهران: دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران پایگاه اینترنتی: [www.nooreln.com](http://www.nooreln.com)

موبایل کار: در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با شماره زیر  
۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

# فهرست مطالب

| صفحه | عنوان    |
|------|----------|
| ۱    | پیشگفتار |
| ۵    | مقدمه    |

## فصل اول: ارزش افزوده هنرهای تجسمی

|    |           |
|----|-----------|
| ۱۱ | پیش درآمد |
| ۱۸ | مفاهیم    |

## فصل دوم: تحلیل تاریخی حوزه هنرهای تجسمی ایران

|    |                    |
|----|--------------------|
| ۲۹ | پیش درآمد          |
| ۲۹ | بازار هنرهای تجسمی |
| ۴۳ | گالری‌های هنری     |

## فصل سوم: زمینه

|    |                                        |
|----|----------------------------------------|
| ۵۵ | پیش درآمد                              |
| ۵۵ | رویکردهای نظری                         |
| ۶۱ | رویکردهای کاربردی                      |
| ۶۱ | مطالعات انجام شده در خارج از ایران     |
| ۶۱ | آثار اقتصادی صنایع خلاق و هنرهای تجسمی |
| ۶۹ | ارزش افزوده بازار هنر                  |
| ۷۷ | تحلیل راهبردی بازار هنر                |
| ۸۹ | مطالعات انجام شده در ایران             |

## فصل چهارم: سهم گالری‌های هنری در بازار

|    |                                           |
|----|-------------------------------------------|
| ۹۷ | پیش درآمد                                 |
| ۹۸ | درآمد و هزینه گالری‌ها                    |
| ۹۹ | هزینه - فایده چند نمونه از گالری‌های فعال |

## فصل پنجم: تحلیل راهبردی گالری‌های هنری

|     |                                    |
|-----|------------------------------------|
| ۱۱۵ | پیش‌درآمد                          |
| ۱۱۶ | نقاط قوت                           |
| ۱۲۱ | نقاط ضعف                           |
| ۱۴۵ | فرصت‌ها                            |
| ۱۴۹ | تهدیدها                            |
| ۱۵۸ | اولویت‌ها در تحلیل راهبردی         |
| ۱۶۳ | راهکارها: توسعه بازار هنرهای تجسمی |
| ۱۶۳ | راهبردهای قوت-فرصت                 |
| ۱۶۵ | راهبردهای قوت-تهدید                |
| ۱۶۶ | راهبردهای فرصت-ضعف                 |
| ۱۶۷ | راهبردهای ضعف-تهدید                |

## فصل ششم: بحث پایانی و نتیجه

|     |               |
|-----|---------------|
| ۱۷۱ | پیش‌درآمد     |
| ۱۷۲ | پرسش‌های اصلی |
| ۱۷۵ | تحلیل راهبردی |
| ۱۷۸ | راهکارها      |
| ۱۸۳ | منابع و مأخذ  |

## نمایه‌ها

|     |                              |
|-----|------------------------------|
| ۱۹۱ | نمایه نام‌ها                 |
| ۱۹۶ | نمایه شهرها و کشورها         |
| ۱۹۹ | نمایه گالری‌ها و نگارخانه‌ها |
| ۲۰۱ | نمایه مراکز و نهادهای فرهنگی |
| ۲۰۴ | نمایه موضوعی                 |

## پیشگفتار

حدود نیم قرن است که در بسیاری از دانشگاه‌های دنیا رشته‌ای تحت عنوان اقتصاد هنر و یا اقتصاد فرهنگ و یا تحت عنوان اقتصاد فرهنگ و هنر و بعضاً اقتصاد خلاق، به تربیت کارشناس و محقق و مدرس در این حوزه می‌پردازند. در همین راستا باید گفت که، مطالعات اقتصادی فرهنگ و زیربخش‌های آن از جمله در کشورهای توسعه‌یافته مورد توجه جدی سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ و هنر قرار گرفته است. سابقه این بحث در ایران به دهه هفتاد می‌رسد. در دهه هفتاد تعداد معدودی از کتاب‌های مربوط به اقتصاد فرهنگ و هنر به فارسی ترجمه شد اما تا آن موقع، هیچگونه تحقیق مستقل درباره اقتصاد فرهنگ ایران صورت نگرفته بود و کتب ترجمه‌ای نیز مشحون بود از انواع و اقسام مثال‌های کاربردی مربوط به سایر کشورها (عمدتاً آمریکا و انگلیس) که با واقعیت جامعه ما فاصله زیادی داشتند. نخستین تلاش جدی در زمینه اقتصاد فرهنگ در ایران با انتشار کتاب «اقتصاد فرهنگ»<sup>۱</sup> آغاز شد که از انتشار آن کمتر از دو دهه می‌گذرد. پس از آن تلاش‌های جسته و گریخته‌ای در این زمینه صورت گرفت ولی هرگز به انجام یک کار عملی قابل توجه در حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر منجر نشد.

دلیل اصلی این کم‌توجهی، از یک طرف عدم آگاهی دست‌اندرکاران بخش فرهنگ و هنر نسبت به اهمیت اقتصادی این بخش، و از طرف دیگر نداشتن جایگاه علمی در میان رشته‌های دانشگاهی در داخل کشور بود. اولین گام عملی مهم در این زمینه با تأسیس رشته اقتصاد هنر در سال ۱۳۸۷ در مقطع کارشناسی‌ارشد برداشته شد. در سال‌های بعد پژوهشگاه مطالعات اجتماعی و فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تدوین رشته‌ای تحت عنوان «اقتصاد و تجارت هنر» را به فرهنگستان هنر سفارش داد. فرهنگستان هنر نیز مسؤولیت طراحی و تدوین برنامه و سرفصل‌های رشته مذکور را به یکی از اساتید دانشگاه تهران (میشم موسائی) واگذار کرد که در عرض شش ماه پس از مطالعه تجربیات سایر کشورها در مورد سابقه این رشته، و نیز با توجه به ظرفیت بالای این بخش در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده در ایران، برنامه‌نمایی این رشته متناسب با شرایط داخلی ایران تدوین شد. پس از آن برنامه برای تصویب نهایی، به فرهنگستان هنر و پژوهشگاه مطالعات اجتماعی و فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ارسال شد. این برنامه پس از انجام اصلاحاتی جزئی از جمله تغییر عنوان رشته به «اقتصاد هنر»، برای اجرا به دو دانشگاه کشور، دانشگاه هنر اصفهان و دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا (ع) مشهد واگذار شد. با درخواست دانشگاه هنر اصفهان و دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا (ع)، مجوز پذیرش دانشجو در این رشته برای

<sup>۱</sup> موسائی، میثم (۱۳۷۹). اقتصاد فرهنگ: بررسی اقتصادی بخش‌های مختلف فرهنگی. تهران: نشر آن.

سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۴ از طرف وزارت علوم صادر شد و تا به امروز که این مقدمه نوشته می‌شود، خوشبختانه دو گروه از این دانشجویان در دانشگاه هنر اصفهان و سه گروه از آن‌ها در دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا (حدود چهار نفر) فارغ‌التحصیل شده‌اند. این فارغ‌التحصیلان سرمایه‌بزرگی برای این رشته‌اند که امکان تداوم و گسترش کمی و کیفی آن را فراهم می‌سازند. برنامه درسی رشته مذکور مجدداً در سال ۱۳۹۴ توسط دانشگاه هنر اصفهان مورد بازنگری قرار گرفت و در سال ۱۳۹۵ در کارگروه اقتصاد شورای تحول علوم انسانی، مطرح و عنوان رشته به «اقتصاد فرهنگ و هنر» تغییر یافت و در نهایت با اصلاحاتی در شورای تحول شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب نهایی رسید.

امید است که با ابلاغ این برنامه توسط وزارت علوم، شاهد گسترش آن در سایر دانشگاه‌های کشور نیز باشیم و بدین طریق از یک طرف کارشناس اقتصاد فرهنگ و هنر برای بخش خصوصی و دولتی، و از طرف دیگر مدرس و استاد کافی برای اداره این رشته در سطح دانشگاه‌های کشور تربیت شوند.

یکی از اقدامات اساسی ای از تمام کارایی این رشته، تدوین متون علمی و درسی با توجه به سرفصل‌های تدوین شده و بر اساس سیرایل داخلی است چرا که، همان‌طور که گفته شد در این رابطه در ابتدای راه هستیم و ترجمه کتاب نیز اگرچه در ابتدای امر لازم بود، اما به دلیل تفاوت در شرایط ایران با دیگر کشورها، مفید فایده و راه نخواهد بود.

یکی از بخش‌های فرهنگ و هنر، محصولات مربوط به هنرهای تجسمی است که در سال‌های اخیر از رشد قابل ملاحظه‌ای در داخل و خارج برخوردار بوده و در مورد آن در ایران کارهای بسیار کمی صورت گرفته است. کتاب حاضر گرچه یک نگاه ابتدایی محسوب می‌شود، اما بخشی قابل توجهی از این خلأ را پر می‌کند و لازم است در این رابطه و متناسب با شرایط کشورمان مطالعات بیشتری صورت گیرد.

مطالب این کتاب در حوزه اقتصاد هنرهای تجسمی به گونه‌ای است که با جرأت می‌توان گفت به غنا بخشیدن ادبیات اقتصاد فرهنگ خصوصاً اقتصاد هنرهای تجسمی خدمت و کمک قابل توجهی کرده است. امید است نتایج علمی و عملی آن برای جامعه مفید فایده بوده و باعث توسعه کارآمدی این رشته در بخش فرهنگ و هنر شود.

گفتنی است، در تدوین فصول مختلف این کتاب سعی شده ضمن ساده‌نویسی و اختصار، حجم مطالب از تناسب لازم برای یک کتاب درسی دو واحدی به‌ویژه برای درس اقتصاد هنرهای تجسمی در مقطع لیسانس و فوق‌لیسانس رشته‌های اقتصاد فرهنگ و هنر برخوردار باشد.

استادان محترمی که این کتاب را به عنوان متن درسی به دانشجویان معرفی می کنند، در صورت تمایل می توانند از طریق ایمیل [mousaaei@ut.ac.ir](mailto:mousaaei@ut.ac.ir) و یا [simataherkhani82@yahoo.com](mailto:simataherkhani82@yahoo.com) فایل پاورپوینت آن را دریافت کنند.

لازم به ذکر است که، نوشتن این کتاب بدون همکاری فعالان حوزه هنرهای تجسمی میسر نبود زیرا دسترسی به اطلاعات ضروری بدون این همکاری میسر نبود. در این جا لازم است از مدیران گالری های هنری: گلستان، طراحان آزاد، الهه، سیحون، دی، آران، ساریان، فرامرزی، آریا، هما، ماه، مزده، آرته، نقش جهان، لاله، شمس، شیث، دریاییگی، شماره شش، و زیرزمین دستان، و کار بناسان محترم حراج تهران: علی رضا سمیع آذر، میترا هویت طلب، رضا اسماعیل نیا و مینا اسماء ی، دانشناس مرکز هنرهای تجسمی تهران مجید فروغی، رئیس انجمن هنرهای تجسمی استان فارس، رئیس انجمن هنرهای تجسمی استان اصفهان، که با گشاده رویی ما را در دسترسی به دادهایی هرچه کامل تر از بازار هنرهای تجسمی ایران یاری کردند، نهایت تشکر را داشته باشیم.

هم چنین از شهرام انتخابی، بهرنگ صمدزادگان، شهروز نظری، معصومه مظفری، غلام رضا نامی، علی فرامرزی، آرش صداقت کوش، خا رو خسروی، علی گلستانه، شهروز مهاجر، هادی روشن ضمیر، که ما را در تبیین هرچه بهتر شرایط حاکم بر بازار هنر ایران یاری رساندند، سپاس گزاریم. در نهایت، تشکر ویژه خود را بنوجه سرکار خانم لیلی گلستان می دانیم که راهنمایی های ایشان راهگشای بخش مهمی از مطالعات این کتاب بوده است. هم چنین از خانم معصومه پورحجازی که مسئولیت صفحه آرایی این کتاب را بر عهده داشته اند، سپاس گزاریم.

میشم موسانی

سیما طاهرخانی

## مقدمه

در نیمه دوم قرن نوزده میلادی، همزمان با ظهور دومین انقلاب صنعتی، تحولات عظیمی در سه حوزه علم و فلسفه، اقتصاد و سیاست به وقوع پیوست که منجر به توسعه صنعتی و اقتصادی در جوامع قدرتمندی همچون انگلیس، آلمان و آمریکا شد. این تحولات در حوزه اقتصاد با چرخش به سمت رویکردهای جدید درآمذزایی منجر به کشف راههای جدید توسعه تجاری و اقتصادی گشت. از جمله این رویکردهای جدید تغییراتی بود که در عرصه هنر با تغییر از نظام آکادمیک (نظام فرهنگستانی) به نظام دلال-منتقد بوجود آمد. این نظام جدید توانست بواسطه تغییر در جهان بینی هنرمند و تغییر در نظام عرضه و تقاضای آثار هنری، تحولات بنیادینی را به منظور ایجاد بازارهای هنری هرچند محدود و شکل دهی به ساختار و نحوه عملکرد آنها رقم بزند. هم چنین نظام دلال-منتقد توانست با ایجاد یک شبکه از ارتباط میان هنرمند، دلال هنری و منتقد، و با تکیه بر گسترش طبقه متوسط شهری و افزایش میزان خریداران جدید هنری، در هر چه بیشتر گستردن بازار هنر و جذب مخاطب بواسطه شکل دهی به اذهان عمومی نقش بسیار مهمی را بازی کند. به این ترتیب، نظام دلال-منتقد با فروش استثنائی آثار امپرسیونیست ها در دهه ۱۸۸۰ میلادی، آغازگر راه تازه ای در اقتصاد هنر شد.

امپرسیونیست ها موفقیت خود را مدیون بنگاه های هنری خصوصی بودند که با خرید آثار و ترویج آنها، تاثیر چشمگیری بر بازار گذاشتند. با تأمین منابع مالی برای این نقاشان، شرایط ادامه فعالیت آنها را فراهم آوردند. در این راستا، برداگری به نام دوراند روئل<sup>۱</sup> با سرمایه گذاری بر روی آثار نقاشانی چون مونه<sup>۲</sup> و مانه<sup>۳</sup> به سرانجام رسید. تئودور گوگ<sup>۴</sup> (دلال معروف هلندی) و آمبروزی ولار<sup>۵</sup>، برای سایر هنرمندان الهامی مشابه به عمل آوردند و پس از اندک زمانی بازار پررونقی برای هنر معاصر شکل گرفت. هنرمندان توانستند درآمدهای به دست آورند و برخی از آنها همچون اگوست رنوار<sup>۶</sup>، بدین روش ثروت سرشاری گرد آوردند. با سازماندهی منابع تأمین مالی، و بواسطه ورود ابزارهای جدید همچون قلم مو و رنگدانه های جدید، امپرسیونیست ها موفق به افزایش توانایی های

<sup>۱</sup> Paul Durand-Ruel

<sup>۲</sup> Oscar-Claude Monet

<sup>۳</sup> Edouard Manet

<sup>۴</sup> Theodorus van Gogh

<sup>۵</sup> Ambroise Vollard

<sup>۶</sup> Pierre Auguste Renoir

خلاقانه خود در ترسیم فضاهاى جدید (همچون صحنه‌هاى حرکات موزون، قایقرانى، ایستگاه‌هاى راه‌آهن و گشت‌وگذار در طبیعت) شدند، که به روند دگرگونى بازار هنر شتاب بخشید. اما پیدایش شیوه‌هاى جدید با ورود پسا-امپرسیونیست‌ها<sup>۱</sup>، پوینتیلیست‌ها<sup>۲</sup>، نی‌ها<sup>۳</sup>، فاویست‌ها<sup>۴</sup> و کویست‌ها<sup>۵</sup>، تفاوتى واقعی در بازار بوجود آورد و پاریس مرکز خلاقیت هنرى و بازار اصلى هنر شد<sup>۶</sup> (گرف، ۱۳۹۳، ص. ۲۳۳).

طى نیمه اول قرن بیستم، بواسطه خسارات ناشى از دو جنگ جهانی، زندگى بشریت دستخوش تغییرات اساسى شد و جامعه جهانی در حوزه‌هاى انسانی، اجتماعى، اقتصادى و سیاسى با آسیب‌هاى جبران‌ناپذیرى مواجه شد. با شروع جنگ جهانی دوم و با ظهور برخى شرایط ناامن سیاسى و اقتصادى که بواسطه تسلط فاشیسم آلمانى بر جامعه هنرى تحمیل مى‌شد هنرمندان بسیاری به آمریکا مهاجرت کردند و همزمانى این رخداد با دیگر عوامل، منجر به انتقال پایتخت هنرى جهان از پاریس به نیویورک شد. طى سال‌هاى پس از جنگ، بستر من نیویورک شرایط مناسبى را به‌منظور حمایت از هنرمندان و جنبش‌هاى جدید هنرى<sup>۷</sup>، اهم آورد و بازار هنر نیویورک که سعى در تثبیت خود داشت، بواسطه عملکرد منجم گالری‌داران، مجموعه‌داران، حامیان هنرى و منتقدان متنفذى (همچون کلمنت گرینبرگ<sup>۸</sup> و هارولد روزنبرگ<sup>۹</sup>)، ساختارى جدید و قدرتمند یافت.

در دهه ۱۹۴۰ اغلب هنرمندان آوانگاردى که امریکاییان را بر زبان‌هاست، یک منتقد تثبیت‌گر را به عنوان حامى خود برگزیدند تا بواسطه آن، حضور خود در عرصه هنر را به رسمیت بشناسند. از این بین مى‌توان به «کلمنت گرینبرگ» اشاره کرد که آوازه‌اش را مرهون کشف «جکسن پولاک»<sup>۹</sup> و حمایت از او بود. گرینبرگ منتقد متنفذى بود که بر

<sup>۱</sup> Post Impressionists

<sup>۲</sup> pointillists

<sup>۳</sup> Nabis

<sup>۴</sup> Fauvists

<sup>۵</sup> Cubists

<sup>۶</sup> در این راستا، نقاش معروفى همچون پیکاسو با قدردانی از بنگاه‌هاى هنرى مى‌گفت: «چه بر سرما مى‌آمد اگر کاهن ویلر (Kahn Weiler) شمش اقتصادى خوبى نمى‌داشت (گرف، ۱۳۹۳، ص. ۲۳۳).

<sup>۷</sup> Clement Greenberg

<sup>۸</sup> Harold Rosenberg

<sup>۹</sup> Jackson Pollock

«اکسپرسیونیسم انتزاعی»<sup>۱</sup> مسلط شد و برای نسل‌های بعدی منتقدان هنری، زبان جدیدی را مطرح ساخت (برت، ۱۹۴۵، به نقل از صمیم، طاهرخانی و دالایی، ۱۳۹۳). او اکسپرسیونیسم انتزاعی و پولاک را به عنوان مظهر ارزش‌های زیبایی‌شناختی معرفی کرد و بدین‌وسیله آغازگر شکل جدیدی از نقد هنری شد که به کمک آن نه تنها آینده اقتصادی هنرمند و اثرش را تضمین می‌کرد، بلکه منجر به تحول در ساختار بازار هنر شد.

در دهه ۱۹۶۰، به موجب تغییرات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی که بعد از «جنبش حقوق مدنی»<sup>۲</sup> در آمریکا و به دنبال آن در بیشتر نقاط دنیا بوجود آمد، عرصه فرهنگ و هنر نیز با تحولات اساسی همراه شد. آمیزش هنر با سیاست و زندگی اجتماعی، و رواج فرهنگ توده که به رواج جریان هنری پاپ‌آرت<sup>۳</sup> انجامید، موجب یک چرخش گفتمانی در نوع نگاه به هنرها شد. به موجب آن پایگاه قدرتمندی برای رونق هنرهای معاصر و رشد اقتصاد هنر در آمریکا فراهم آمد. نه با حمایت گسترده حامیان هنری در سراسر دنیا مواجه شد. متأثر از رخداد‌های دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، هوارد بکر<sup>۴</sup> نیز در دهه ۱۹۸۰ بر مبنای نظریه «دنیاهای هنر»<sup>۵</sup>، به چگونگی روابط میان عاملان هنری (دلالان، پدیدآورندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان) در تولید، ترویج و مصرف هنرها پرداخت و به آن ساختاری نظام‌مند بخشید. اگرچه بر مبنای این رویکرد، این عاملان در همکاری با یکدیگر بازارهای متعدد و پررونقی را برای هنرها فراهم می‌آورند، اما اقتصاددانان قواعد درون دنیاهای هنر را تابعی از عرضه و تقاضا می‌دانند که در پیوند با اقتصاد عریض‌پذیر هستند.

تراسبی<sup>۶</sup> در کتاب اقتصاد فرهنگ<sup>۷</sup> (۱۳۹۲، ص. ۱۳) بیان می‌کند که رکود اقتصاد جهانی در اواخر دهه ۱۹۸۰ موجب تغییر روند و نگرش اقتصاددانان برجسته و بانک جهانی نسبت به فرهنگ و هنر و مناسبات آن با اقتصاد شد. این تغییر روند دو نشست در سال‌های ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹ و با وضع قوانینی میان ۱۵۰ کشور حاضر در جلسه به رسمیت شناخته شد. بر این اساس، به موجب توافق استکهلم در آوریل ۱۹۹۸، فرهنگ از حاشیه

<sup>۱</sup> Abstract Expressionism

<sup>۲</sup> Civil Rights Movements

<sup>۳</sup> Pop Art

<sup>۴</sup> Howard Saul Becker

<sup>۵</sup> Art Worlds

<sup>۶</sup> C. David Throsby

<sup>۷</sup> Economics and Culture (2001)

سیاست‌گذاری‌های اقتصادی به مرکز آورده شد و اهمیت بیشتری در تدوین سیاست‌ها یافت؛ هم‌چنین در نشست فلورانس در اکتبر ۱۹۹۹، بانک جهانی بیان داشت که، فرهنگ مولفه ضروری توسعه اقتصادی است و از این پس نقش قدرتمندی در شکل دادن و مشروط کردن عملیات اقتصادی بانک جهانی بازی خواهد کرد. نتایج حاصل از این نشست‌ها، اقتصاددانان را بر آن داشت تا با قرار دادن فراگردهای فرهنگی هنری در درون یک زیست محیط اقتصادی، یکی دیگر از راه‌های کسب ثروت جوامع را از طریق تجارت آثار هنری ناب و ارزش افزوده وارد بر آنها بدانند. به این ترتیب، تحولات تاریخ هنری در کنار تحولات اقتصادی اخیر، توانستند بازار هنر را از یک بازار کوچک و بسته با تعداد کمی از کاربران، به بازاری مدرن، خاص و چند میلیارد دلاری تبدیل کنند.

طی چند دهه اخیر، رشد اقتصاد لیبرالی که در راستای جهانی‌سازی<sup>۱</sup> به یکپارچه کردن جهان در تمام ابعاد از جمله ابعاد اقتصادی می‌انداشد، و هم‌چنین بواسطه گرایش و چرخش بازارهای جهانی به مملات حوزه هنر و فرهنگ، و تثبیت نقش بی‌بدیل سرمایه‌داران و کارتل‌های ترنم اقتصادی در عرصه هنر، بازارهای بزرگ و قدرتمندی به‌ویژه در حوزه اقتصاد هنرهای تجسمی<sup>۲</sup> فراهم آمده که منجر به افزایش سهم و نقش آن در اقتصاد ملی کشورهای پیشرو در این حوزه شده است. این روند با چرخش خود به سوی جهان شرق، کشورهای آسیای شرقی و آسیای میانه را هدف قرار داده و بواسطه تأسیس بازارهای هنری متعدد و جذب سرمایه‌داران منطقه‌ای و بین‌المللی، منجر به شکوفایی اقتصادی هنرهای تجسمی در این کشورها شده است. آنان نیز بعد از معرفی هنرمندان خود به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی، به شکل جدی‌تری به حوزه اقتصاد هنرهای تجسمی وارد شد و به‌موجب فروش‌های خوب به‌ویژه در منطقه، بازار پررونقی را برای خود کسب نمود. اگرچه طی سال‌های اخیر بواسطه ایجاد روابط منسجم و نظام‌مند میان هنرمندان، گالری‌داران<sup>۳</sup>، دلالان هنری<sup>۴</sup>، کیوریتورها<sup>۵</sup> و خانه‌های حراج<sup>۶</sup> و به مدد حمایت سرمایه‌داران قدرتمند داخلی ما با رشد اقتصادی هنرهای تجسمی (به‌ویژه در

<sup>۱</sup> Globalisation

<sup>۲</sup> Gallery Owners

<sup>۳</sup> Art Dealers

<sup>۴</sup> Curators

<sup>۵</sup> Auction Houses

نقاشی) در ایران مواجه هستیم، اما توسعه اقتصادی بواسطه هنر و فرهنگ، در گرو ایجاد حرکت‌های بنیادین و ایجاد زیرساخت‌ها و زمینه‌هایی است که بدون آنها رونق اقتصاد هنر امکان‌پذیر نیست. بنابراین، برای دستیابی به بازاری تثبیت شده، پایدار و پرونوق، راه‌های بسیاری را باید پیمود.

در این کتاب که با هدف محاسبه سهم اقتصاد هنرهای تجسمی در اقتصاد ایران (تولید ناخالص داخلی) و دستیابی به راهبردهایی جهت افزایش این سهم در تولید ناخالص داخلی کل کشور شکل گرفته است، ما طی شش فصل مجزا که در ادامه به شرح آنها خواهیم پرداخت به کمک هر دو روش کیفی و کمی به بررسی وضعیت اقتصادی بازار هنرهای تجسمی در ایران و چگونگی عملکرد گالری‌ها در این بازار (با مطالعه ده گالری فعال در تهران در سال ۱۳۸۰) پرداخته‌ایم تا بدین وسیله ضمن بررسی موانع سیاسی، اقتصادی و اداری موجود در مسیر شکوفایی اقتصاد هنرهای تجسمی ایران، به تحلیلی سازنده در راستای توسعه اقتصاد هنرهای تجسمی دست یابیم. مشروح این شش فصل از این قراراند:

در فصل اول، تلاش شده تا ضمن بیان کلیات، این مطالعه (مبثی بر مسایل قابل بحث در حوزه اقتصاد هنرهای تجسمی در ایران و اهمیت و ضرورت پرداختن به آن)، تعاریفی از مفاهیم واژگان کلیدی در این حوزه ارائه شود. در فصل دوم، تحلیل تاریخی بازار هنرهای تجسمی، و تحلیل تاریخی گالری‌های هنری، مورد توجه قرار گرفته است. ما در این فصل به چگونگی شکل‌گیری مکانیزم‌های بازار هنر در ایران و روش‌نگری شکل‌گیری نخستین گالری‌ها در سال‌های قبل و بعد از انقلاب پرداخته‌ایم. فصل سوم این کتاب، ضمن بیان ادبیات شکل گرفته در حوزه اقتصاد هنرهای تجسمی، به مرور مطالعات پیشین خارجی و داخلی که مشابهت‌هایی با مطالعه حاضر دارند پرداخته است. در این فصل مشاهده می‌شود که در میان سایر مقالات خارجی و داخلی، هیچ یک از مطالعات انجام شده تحلیل‌های کمی و کیفی را به طور واحد ملاک بررسی خود قرار نداده‌اند.

سپس در فصل چهارم که در واقع تحلیل کمی گالری‌های هنری در ایران است، ما به مفاهیمی همچون هزینه-فایده، سودآوری، اشتغالزایی و تولید ناخالص داخلی پرداخته‌ایم. در این فصل ما با محور قرار دادن عملکرد گالری‌ها (ده گالری فعال در تهران) در سال

۱۳۹۲، سهم اقتصاد هنرهای تجسمی در اقتصاد ایران (تولید ناخالص داخلی) را مورد مطالعه قرار داده‌ایم. بر این اساس، سهم تولید ناخالص داخلی ایجاد شده بواسطه هنرهای تجسمی در گالری‌ها، به نسبت تولید ناخالص داخلی کل کشور میزان ناچیزی بیان شد که باتوجه به توانایی‌های موجود در این حوزه بسیار اندک است. مطالعات در این حوزه حاکی از آن هستند که اگر فعالیت‌های فرهنگی و هنری در چارچوب قانونمند اقتصادی تعریف شوند و اگر بتوان با تکیه بر صنایع فرهنگی منجر به ستانده اقتصادی شد و اشتغالزایی ایجاد کرد، در چنین شرایطی می‌توان دولت‌ها را به سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر در این حوزه تشویق نمود.

در ادامه، در فصل پنجم این کتاب که یک تحلیل کیفی است، ما به‌منظور بررسی آنچه مانع توسعه و رونق حوزه هنرهای تجسمی و افزایش سهم آن در اقتصاد ایران می‌شود، توجه خود را به منابع موجود در این حوزه معطوف کرده‌ایم. در این خصوص ما به کمک روش تحلیل را بر روی<sup>۱</sup> به بیان نقاط قوت<sup>۲</sup> و ضعف<sup>۳</sup>، فرصت‌ها<sup>۴</sup> و تهدیدهای<sup>۵</sup> موجود در این حوزه پرداخته‌ایم. تحلیل‌های کیفی در این حوزه نشان می‌دهند که با وجود نقاط قوت و فرصت‌های فراوان، روح‌الایم از نقاط ضعف و تهدیدها، جامعه هنرهای تجسمی را با چالش‌های بسیاری مواجه کرده است. در پایان این بخش، به‌منظور حل معضلات حوزه هنرهای تجسمی راهکارهایی ارائه شد است.

سرانجام در فصل پایانی (فصل ششم)، تلاش شد تا روش‌های هر دو دسته از مطالعات کمی و کیفی را به یکدیگر متصل کرده و در عین پاس‌نگری به سئوالات این مطالعه، به راهکارهایی تأکید کنیم که بی‌شک با تکیه بر آنها می‌توان ایند روشنی را برای بازار هنرهای تجسمی ایران متصور شد.

<sup>1</sup> SWOT Strategic Analysis

<sup>2</sup> Strenghth

<sup>3</sup> Weakness

<sup>4</sup> Opportunities

<sup>5</sup> Threats