



هنرهای تجسمی

پروژه علوم انسانی و هنر
پرتال جامع علوم انسانی

نقش آموزش هنری در ایجاد بازاری برای سنگاپور

آنتیا چواه و تان سون ای^۱
سنگاپور

منتخبی از مقالات سمینار «هنر و بازار» که به مناسبت نمایشگاه دو سالانه هنر آسیا - زمستان ۱۳۷۸ - در بنگلادش برگزار شده است به دلیل همخوانی با ویژه‌نامه بهار به چاپ می‌رسد.
فصلنامه هنر

وارد بحث اصلی شوم اجازه دهید واژه «بازار» را به آن معنایی که در این نوشته به کار می‌رود تعریف کنم. نخست، بازاری که در اینجا از آن صحبت می‌شود صرفاً به نظام اقتصادی که توسط پویایی‌شناسی مصرف‌کننده و سایر ملاحظات تجاری تعیین می‌شود ارجاع ندارد، بلکه مقصود از آن مخاطبان بازار است که موزه از طریق برگزاری نمایشگاه و برنامه‌هایش آن را گسترش می‌دهد. نکته مهم آن است که این دو گروه تعریف‌های مشخصی پیدا کنند زیرا گسترش هر یک بی‌آمدهای متفاوتی به دنبال دارد. یکی از راه‌های عمده گسترش بازار، و در این مورد اشاره من هم به بازار تجاری است و هم به بازار مخاطبان، آموزش هنر است. مقاله حاضر به نقش موزه هنر سنگاپور در جذب مخاطبان و در حدی کمتر، ایجاد بازار برای هنر از طریق آموزش هنری خواهد پرداخت، و در ضمن نقش موزه را در ایجاد توازن میان جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی هنر و نظام‌های ارزشی به‌ظاهر رقیب بررسی خواهد کرد.

موزه هنر سنگاپور یکی از سه موزه هنر (همراه با موزه تاریخ سنگاپور^۲ و موزه تمدن‌های آسیایی^۳) است که تحت پوشش هیأت میراث ملی^۴ قرار دارد. این هیأت یک تشکیلات نیمه دولتی است و کارش نظارت بر گردآوری و مدیریت گنجینه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری کشور است. موزه هنر سنگاپور که در سال ۱۹۹۶ تأسیس شده نخستین موزه هنر معاصر و مدرن در جنوب شرقی آسیا است. در این موزه ۴۰۰۰ مجموعه با ارزش فوق‌العاده نگهداری می‌شوند که از کشورهای جنوب شرقی آسیا در دوران معاصر مانند مالزی، اندونزی، ویتنام، تایلند، میانمار، فیلیپین و غیره گردآوری شده‌اند. موزه هنر سنگاپور در همین عمر کوتاه سه ساله خود دست به برنامه‌ریزی‌های مختلفی زده است. از جمله برگزاری تعدادی نمایشگاه درباره هنر سنگاپور و منطقه مانند مجراها و نقطه‌های تلاقی:

موزه هنر سنگاپور (SAM)، از زمان افتتاح در سال ۱۹۹۶، تلاش نموده نظام‌های ارزشی مختلف را در تصویر خود به عنوان یک نهاد ایدئولوژیک و آموزشی دولتی در توازن قرار دهد، ضمن آنکه هم زمان با آن به جنبه‌های تجاری فعالیت‌های موزه مانند بازاریابی و تأمین بودجه نیز توجه داشته است. موزه پیوسته در پی ایجاد توازن میان جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی هنر است. باید از همین آغاز متذکر شد که موزه هنر سنگاپور، برخلاف برخی موزه‌های دیگر، منزوی و دور از بازار هنری نیست. ماهیت خاص بودجه‌ای که دولت سنگاپور به انواع هنرها اختصاص داده است مانع از آن می‌شود که در مقام دولت، ضمن ابراز تشویق و علاقه مستمر به انواع هنرها، رویکردی عمل‌گرایانه نسبت به موزه داشته باشد و مسائل عملی همواره باید در نظر گرفته شوند. در جهان کوچک و بسیار پر رقابت هنر سنگاپور، چیزی که اکثر صاحبان نگارخانه‌ها در سنگاپور می‌توانند بر سر آن با هم توافق داشته باشند نیاز به ایجاد بازار برای هنر محلی است. قبل از آنکه

تاریخچه‌ای از هنر سنگاپور^۵ (۱۹۹۶)، مدیریت و فراسوی آن: مضامین هنر آسیای جنوب شرقی^۶ (۱۹۹۶)، پیوندهای روحی: زمین و ساکنان آن، هنر اندونزی^۷ (۱۹۹۶)، و همچنین برگزاری نمایشگاه‌های جنجالی بین‌المللی مثل شاهکارهای موزه گونگنهایم^۸ (۱۹۹۶)، لئوناردو داوینچی: دانشمند، مخترع، هنرمند^۹ (۱۹۹۷)، و خاستگاه‌های هنر مدرن در فرانسه: ۱۹۳۹-۱۸۸۰^{۱۰} (۱۹۹۸).

نقش موزه هنر در سنگاپور از سوی سرپرست فعلی آن، کوئوک کیان چو چنین تعریف شده است، «یک موزه هنر که می‌تواند بسیاری مسائل ظریف در هنر موزه‌شناسی را مطرح و مورد مذاکره قرار دهد، بخصوص از لحاظ تعامل با نظام هنر جهانی.» و همچنین «موزه اهمیت بازار هنری را درک می‌کند اما فاصله خود را با آن حفظ می‌کند تا به این ترتیب به ایجاد توازنی پویا میان دو جنبه حفظ و تجارت آثار هنری در محیط فرهنگی محل فعالیت خود یاری رساند.»^{۱۱} این بیانات، که در همایشی درست قبل از افتتاح موزه در سال ۱۹۹۶ ایراد شده، ماهیت بسیار کلی‌گرای موزه را که در صحبت‌های آغازینم درباره نیاز موزه به یافتن توازن میان جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی متذکر شدم روشن می‌سازد. ما، طبق هدف ثبت شده‌مان، نهادی فرض می‌شویم که تلاش دارد «تاریخ‌های هنر و فعالیت‌های هنری فعلی سنگاپور و منطقه جنوب شرقی آسیا را حفظ و عرضه کند تا آموزش و مبادله هنرهای بصری، و پژوهش و توسعه در این زمینه را تسهیل نماید.»

اداره برنامه‌های عمومی و خدمات آموزشی موزه هنر سنگاپور مسؤولیت‌های موزه را، همسو با کار موزه‌شناسی و آموزشی آن، آموزش، جذب و علاقه‌مند کردن مردم به هنرهای بصری تعریف می‌کند. موزه

پول زیادی
که دولت سنگاپور برای
ساختن تئاتر،
موزه،
مراکز هنری
و پذیرایی از مهمانان
جشنواره‌های
هنری و فرهنگی
خرج کرد
و تا آن وقت
سابقه نداشت بازتابی است
از طرح جاری دولت
برای ایجاد یک
مرکز جهانی هنر.

آموزش را در مرکز خدمات عمومی خود قرار داده و از طریق آموزش است که می‌توان علاقه و توجه به هنر را برانگیخت. دانش ارزش‌گذاری را ممکن می‌کند و از طریق آموزش هنر می‌توان بازار و مخاطبانی برای هنر ایجاد کرد. بدون مخاطبانی که هنر را تحسین کنند و ارج بگذارند بازاری شکل نمی‌گیرد. باید پیوندهایی قوی میان تولید هنر، آموزش هنر و بازار هنر برقرار شود تا بازار رشد کند و این نقشی کلیدی است که به عهده موزه ما گذاشته شده است.

نخستین برنامه آموزش موزه هنر سنگاپور در بدو تأسیس به شدت روی ایجاد پیوند میان موزه و مدارس متمرکز بود. این برای هر موزه‌ای یک پیوند بسیار ضروری بوده و هست و ما همچنان مروج روابط صمیمانه با مدارس هستیم. به هر حال، مدام بیشتر در می‌یابیم که تقاضا برای آموزش موزه، کسب دانش درباره آثار هنری موجود در موزه و شناخت هنر بعد از دوران مدرسه هم وجود دارد. خیلی‌ها علاقه صادقانه

خواهد رفت، ضمن آنکه به تقویت برنامه آموزش ملی دولت نیز یاری خواهد رساند.

دولت برنامه آموزش ملی را در سال ۱۹۹۵ و با هدف باز کردن جایی برای خلاقیت و تفکر در برنامه‌های درسی مدارس عرضه نمود. اجرای برنامه مصادف با تأسیس موزه هنر سنگاپور بود. آموزش ملی متضمن پرورش روحیه مدنی عمومی و غرور ملی در سراسر کشور با هدف برانگیختن علاقه بیشتر به تاریخ سنگاپور و همچنین معضلات فعلی آن در میان نوجوانان است. موزه هنر سنگاپور با سازماندهی نمایشگاه‌ها و برنامه‌هایی که تمرکزشان روی سهم ارزنده هنرمندان پیشرو در استقلال ملی است نقشی عمده در ترویج آموزش ملی دارد. هنر سابقاً نسبت به هویت ملی عَرَضی محسوب می‌شد و پیوندی با آن نداشت، اما اینک به تدریج برای استقلال ملی ما بسیار حیاتی محسوب می‌شود. این امر همچنین به این معنا است که استعداد خلاق و هنری در بیان بصری و سایر رشته‌های هنر از طرف دولت به رسمیت شناخته شده و این برای فارغ‌التحصیلان رشته‌های هنری نوید بخش است.

در سال گذشته، موزه هنر سنگاپور در تلاش برای تنوع بخشیدن به بازار مخاطبان خود مناسباتی فعالانه با انجمن مردم^{۱۳} برقرار کرد. انجمن مردم یک سازمان محلی مردمی است که نیازهای جامعه را در زمینه آموزش و تفریحات سالم برآورده می‌کند. این سازمان در سرتاسر جزیره بیش از دویست مرکز دارد که برای بزرگسالان و کودکان کلاس‌های آموزش هنرهای بصری برگزار می‌کنند. محبوبیت فوق‌العاده کلاس‌های فوق، که برای همه مردم در هر سطحی از معلومات قابل استفاده‌اند، باعث افزایش علاقه همگان به هنرهای بصری شده است، بخصوص در بین والدینی که

خود را بیشتر آموختن درباره ارزیابی و بررسی هنر و تاریخ هنر اعلام داشته‌اند. به این ترتیب، با قبول این مسئله که آموزش فراگردی است مداوم، موزه هنر سنگاپور دامنه برنامه‌ریزی آموزشی خود را با شروع کسار دفتر برنامه‌های عمومی در سال ۱۹۹۸ گسترش داد. ما به این امید دامنه برنامه ریزی‌مان را گسترش دادیم که مخاطبان بیشتری را جذب کنیم و به این ترتیب به نیاز عمومی برای دانش بیشتر پاسخ دهیم.

برخی از برنامه‌های عمومی که در موزه اجرا شده است عبارتند از: کارگاه‌های آموزش سبک زندگی، گفتگو با هنرمندان، نمایش فیلم و ویدئو درباره هنر خانه‌آرایی. به علاوه، موزه به طور منظم کارگاه‌هایی با محتوای آموزشی بالا برای معلمان و شاگردان به قصد آموزش دادن به آنها در زمینه استفاده از موزه به صورت یک منبع آموزش برگزار می‌کند. فنون مختلف هنری، ارزیابی آثار هنری و مهارت در نقادی در این کارگاه‌ها آموزش داده می‌شود. در دسامبر سال ۱۹۹۹، ما اولین جشنواره هنرهای بصری برای کودکان را برگزار خواهیم کرد. این جشنواره که ماجراجویی‌ها در هنر^{۱۴} نام دارد اولین جشنواره هنری است که موزه به مدت یک هفته برای کودکان برگزار می‌کند. انواع کارگاه‌ها و اجراهایی که تأکیدشان بر رویکرد چند رشته‌ای در آموزش هنر است برگزار خواهد شد. به منظور ترویج آموزش خانوادگی والدین تشویق می‌شوند که در نشست‌هایی همراه با فرزندان خود شرکت جویند. در ضمن طرح‌هایی هم برای گسترش دامنه برنامه‌های آموزش موزه به بیرون از آن هست که با بردن آموزش به مدارس صورت می‌گیرد. آثار هنری کلیدی که مربوط به تاریخ اجتماعی و سیاسی سنگاپور می‌شوند همچون ابزاری در خدمت آشنا ساختن دانش‌آموزان درباره ارتباط میان آموزش هنری و ارزیابی و بررسی آن به کار

مایل‌اند نیازهای مربوط به رشد و تفریح فرزندان خود را متحول کنند و در عین حال به سرمایه فرهنگی آنها بیفزایند.^{۱۴} البته، این برداشت وقتی مطرح است که انسان نظریه قدرت نمادین سرمایه فرهنگی را قبول داشته باشد، نظریه‌ای که با توجه به موقعیت سنگاپور اهمیت خاصی می‌یابد. اهالی سنگاپور ذهن رقابت‌جویی دارند. والدین مدام فرزندان خود را به سعی بودن در مدرسه، شرکت در فعالیت‌های فوق برنامه و شاگرد اول شدن تشویق می‌کنند. بهره‌برداری از این ذهنیت در کشور، سازمان‌ها و نهادهای هنری به تأمین‌کنندگان سرمایه فرهنگی تبدیل می‌شوند، که برای مخاطبان آنها در کشور از حیث فخر فروشی جذابیت دارد.

توجه اخیر و فعالانه دولت سنگاپور به فرهنگ موزه‌ای و هنر، در دهه ۱۹۹۰، ملازم با تغییراتی در دیدگاه سیاسی سنگاپور و سیاست دولت در زمینه گسترش فعالیت‌های هنری و فرهنگی در سنگاپور بوده است. این سیاست با تلاش‌های دولت برای ترویج هنر به منظور تثبیت موقعیت سنگاپور به عنوان کشوری کاملاً توسعه یافته همسویی دارد. در نهایت، یکی از نشانه‌های بارز تمدن‌ها و ملت‌های بزرگ رشد و انتقال فرهنگ آنها است. گسترش فعالیت‌های فرهنگی و هنری در سنگاپور «مرحله دوم بلوغ اجتماعی پس از دستاوردهای عظیم اقتصادی در گام‌های آغازین ساختن کشور» تلقی شده است.^{۱۵} برخی نهادهای فرهنگی دولتی، از جمله وزارت اطلاعات و هنرها (۱۹۹۰) و شورای ملی هنر (۱۹۹۱) در طول دهه ۱۹۹۰ با هدف تبدیل سنگاپور به مرکزی جهانی برای انواع هنرها تأسیس شدند. دیدگاه فرهنگی دولت در گزارش سال ۱۹۸۸ کمیته هنرهای بصری در این چند جمله بیان و تشریح شده بود: «تبدیل سنگاپور به جامعه‌ای دلنشین، با فرهنگ و از هر لحاظ مطلع» که

«چیزهای پر ظرافت‌تر زندگی» باعث لذت و مورد تحسین او باشند.^{۱۶}

پول زیادی که دولت برای ساختن تئاتر، موزه، مراکز هنری و پذیرایی از مهمانان جشنواره‌های هنری و فرهنگی خرج کرد و تا آن وقت سابقه نداشت بازتابی است از طرح جاری دولت سنگاپور برای ایجاد یک مرکز جهانی هنر. زیربنای اقتصاد هنر با ایجاد سه موزه جدید، یک مدرسه هنری، مدرسه عالی هنرهای لاسال-سیا^{۱۷}، و توسعه آکادمی هنرهای زیبای ۶۱ ساله نانیانگ^{۱۸} اینک مهیا شده است. یک مرکز جدید هنر چند میلیون دلاری، اسپلانید^{۱۹}: تئاترهای واقع در خلیج، نیز در سال ۲۰۰۲ افتتاح می‌شوند. این مرکز پیک و طلایه‌دار نسل جدیدی از مراکز هنری در آسیا و بازتابی از برنامه دولت برای پیشگام شدن در «رسانس» نوین «آسیا» است.

نخست وزیر سنگاپور، آقای گو چوک تگ^{۲۰}، در نطق اخیرش به مناسبت تظاهرات روز ملی به طور مشروح برای شنوندگان دو گروه اجتماعی در سنگاپور را که برگزیده فرهنگ کشور سلطه دارند معرفی کرد. از یک سو گروه «جهان وطن‌ها» هستند که نگاهی جهانی به زندگی و تحصیلات عالی دارند. عموماً، کسانی که به دیدن موزه هنر می‌آیند از این دسته‌اند. لطفاً توجه داشته باشید که این گروه‌های اجتماعی مفاهیمی جدیداً ساخته شده برای توضیح دادن ذهنیت اهالی سنگاپور هستند. گروه‌بندی‌ها به هیچ وجه مطلق نیست اما ابزاری مفید برای تحلیل شکل‌بندی بازار سنگاپور فراهم می‌آورد. در کل، مجموعه‌داران جوان هنر در سنگاپور زیر همین گروه «جهان وطن‌ها» قرار می‌گیرند، به این دلیل که نسبت به بقیه تحصیلات بالاتری دارند و بیشتر سفر می‌کنند و تحسین‌گر «چیزهای» به اصطلاح «پر ظرافت‌تر زندگی» هستند.

گروه دیگر «محلی‌ها» هستند. این گروه بخش اعظم جمعیت سنگاپور را تشکیل می‌دهند و جهت‌گیری و نگاه‌شان بیشتر محدود به داخل است.^{۲۱} آنها کسانی هستند که فکر تخصیص بودجه‌ای قابل توجه برای خرید یک اثر هنری اصل را هم به خود راه نمی‌دهند، بخصوص وقتی می‌توان نسخه چاپی آن را به قیمتی به مراتب ارزان‌تر اکتساب نمود. موزه هنر سنگاپور مجدانه می‌کوشد این «محلی‌ها» را به بازدید از موزه تشویق کند زیرا بخش اعظم جمعیت خاموش را تشکیل می‌دهند که باید با فرهنگ موزه رفتن آشنا شوند و به مخاطبان علاقه‌مند به هنر تبدیل گردند، تا رشد صنایع هنری تضمین شود.

روز به روز تعداد سنگاپوری‌هایی که به دو بازار تجاری و مخاطبان ملحق می‌شوند افزایش بیشتری می‌یابد و در این زمینه یک جریان عمومی و مثبت وجود دارد. هر چند دلالتان هنری هنوز نظر مساعدی نسبت به بازار فعلی هنر در سنگاپور و منطقه جنوب شرقی آسیا ندارند تعداد دارندگان مجموعه‌های هنری در بین جوانان رو به افزایش است. چنین برآورد شده که تعداد سنگاپوری‌های خریدار آثار هنری کمتر از ده درصد کل جمعیت است. بحران اقتصادی آسیا ضربه سختی به بازارهای منطقه‌ای زد و باعث شد که مجموعه‌داران در خرید آثار هنری محتاط‌تر شوند. در عین حال علاقه‌مند کردن مردم کشور به خرید آثار هنری کاری بسیار شاق بوده است. بسیاری از مجموعه‌داران هنوز هم برای سرمایه‌گذاری خرید می‌کنند و وقتی قیمت‌ها سقوط می‌کند مأیوس می‌شوند. صاحبان نگارخانه‌ها خیلی سریع این نکته را دریافته‌اند که زیر بنای صنایع هنری باید از طریق آموزش و در درون افراد ساخته شود. آموزش جامع هنر باید هم به بخش خلاق بپردازد و هم به بخش بررسی و ارزیابی هنر، و باید دانش مخاطبان را

گسترش دهد.^{۲۲} در ضمن باید به مجموعه‌داران هم آموزش بیشتری درباره ارزش‌های پنهان هنر داد و همچنین قدرت ارزیابی کسانی را که تازه با هنر آشنا می‌شوند پرورش داد. آثار هنری را باید به چشم‌اشیایی با ارزش زیباشناختی دید که با برانگیختن واکنش‌های فکری و عاطفی نیازهای مختلف انسان را برآورده می‌کنند. نباید هنر صرفاً به خاطر ارزش اقتصادی‌اش ستایش شود.

شالوده آموزش هنری جامع و ایجاد فرهنگ موزه رفتن صرفاً همین اواخر در سنگاپور از طریق ابتکارات موزه و دولت گذاشته شده است. تأسیس سه موزه در مدتی کمتر از یک دهه مجموعه گسترده‌ای از منابع فرهنگی و آموزشی را در اختیار عموم قرار می‌دهد. حال متخصصان موزه می‌توانند، از طریق برنامه‌های مختلف و اقدامات ابتکاری آموزشی، یک خرده فرهنگ جدید به وجود آورند. موزه هنر سنگاپور به عنوان یک موزه دولتی به صورت یک دستگاه ایدئولوژیک دولتی عمل می‌کند چنان که ما، تا حدی معین، ارزش‌هایی را به نمایش می‌گذاریم که دولت به آن معتقد است. نمی‌توان انکار کرد که موزه هنر سنگاپور جزئی از ماشین‌آلات دستگاه کشور سازی است و برنامه‌های ما به قصد ترویج آموزش ملی تدوین شده‌اند. ما حتی به یک تبلیغات گسترده تهاجمی برای کشاندن «محلی‌ها» به موزه دست زده‌ایم. سیاست‌های هنری ما طوری برنامه ریزی شده‌اند که مکمل تصویری باشند که دولت از یک جامعه از لحاظ فرهنگی زنده دارد، اما باید توجه داشت که ما گیرنده‌ها و فرستنده‌های منفعل ارزش‌های دولتی نیستیم. به هر حال، ما واسطه‌های فعالی در انتقال ارزش‌ها و دانش به مخاطبان خود هستیم.

کسب اطمینان از این که برنامه‌هایی که کیفیت

خوبی داشته باشند باعث جلب مردم به موزه می‌شوند و در عین حال با ارزش‌های موزه‌شناختی ما و برنامه‌ایدئولوژیک دولت انطباق دارند صرفاً اولین قدم در کار موزه است. برای اینکه تلاش‌های اداره آموزش موفقیت‌آمیز باشد، ضروری است که در درون و بیرون موزه روابط رفاقت‌آمیزی برقرار شود. هزینه اداره یک موزه سنگین است. با افزایش نیاز به بازاریابی و مهارت برای جمع‌آوری اعانه مدام تعداد بیشتری از موزه‌ها برای پر کردن فاصله میان بودجه عمومی و نیازهای عملی، به بخش خصوصی روی آورده‌اند. سازمان‌های دولتی مثل هیأت میراث ملی و شورای هنر ملی باید در عین حال کارایی‌شان را از طریق ایجاد درآمد برای خود، که بخشی از آن به صورت حمایت‌های مالی است، اثبات کنند. این معمای لاینحل است که تمام موزه‌ها در سرتاسر جهان به دلیل تغییر سیاست‌های مالی در بخش عمومی با آن روبه‌رو هستند. وقتی همکاری میان موزه و بخش خصوصی شکل گرفت، بسیاری از شرکت‌های بزرگ حمایت مالی از موزه را در برنامه روابط عمومی و استراتژی‌های تبلیغاتی خود گنجانده‌اند. شرکت‌های بزرگ این حمایت مالی را به چشم ابزاری برای تقویت پیوندهای شرکتی و بیشتر در معرض دید قرار گرفتن می‌بینند. در این اوضاع و با توجه به وجوه سرمایه‌گذاری شده، باید مورد مناسبی برای به رسمیت شناختن و تأیید منافع حاصله پیش از آنکه آنها شایسته حمایت پنداشته شوند پیش آید. ارائه تصویر «بشر دوست نیکوکار» یک سرمایه‌گذاری است که همانقدر که برای کسب و جهت شرکت‌های بزرگ به کار می‌آید برای ایجاد تفاوت بین تولیدات هم‌مورد استفاده قرار می‌گیرد. ما به عصری پا نهاده‌ایم که آن را عصر «اعانه‌دهی به امید پاداش» نام نهاده‌اند و برای مشارکت بهتر حامیان، متخصصان موزه باید خود را به جای شرکت‌ها بگذارند.

موزه هنر
سنگاپور مجدانه می‌کوشد
این «محلی‌ها» را
به بازدید از موزه
تشویق کند
زیرا بخش اعظم جمعیت
خاموش را
تشکیل می‌دهند
که باید با فرهنگ
موزه رفتن آشنا شوند
و به مخاطبان علاقه‌مند به هنر
تبدیل گردند،
تا رشد صنایع هنری
تضمین شود.

حامیان شرکتی نه تنها حمایت مالی بلکه تخصص و مجراهای جدید توزیع را هم را با خود به همراه می‌آورند. همه این عوامل نقش مهمی در موفقیت برنامه‌های ابتکاری یک موزه ایفا می‌کنند. در حال حاضر، حمایت مالی از موزه هنر سنگاپور عمدتاً منحصر به برگزاری نمایشگاه‌ها است. ما می‌دانیم که حفظ موقعیت فعلی در بلند مدت مطلوب نیست و امیدواریم که دامنه همکاری خود با شرکت‌های بزرگ را از مسیرهای دیگری گسترش بخشیم. حمایت مالی از نمایشگاه‌ها به واسطه برخورداری از کمک شرکت‌های بزرگ منافع کوتاه مدتی به همراه دارد اما با اهداف بلند مدت و مسئولیت‌های یک موزه هنری کاملاً سازگار نیست. با تمرکز آن روی یک واقعه گذرا و تبلیغاتی که می‌شود، ارزش‌های واقعی کار اصلی ما را که آموزش هنر است، اگر نگوئیم که موقتاً پنهان می‌کند دست کم تحت الشعاع قرار می‌دهد. بنابراین، موزه هنر سنگاپور در تلاش برای ایجاد توازن یک ردیف برنامه‌های مشخص آموزشی و عمومی با فرصت‌هایی

برای حمایت مالی تهیه دیده است، به نحوی که هم نیازهای موزه برآورده شود و هم نیازهای حمایت کنندگان و دیدار کنندگان از موزه.

جشنواره آتی هنرهای بصری کودکان، در دسامبر ۱۹۹۹، مثالی است بارز از یکی از این فرصت‌ها. برای جلب حمایت شرکت‌های بزرگ در این مورد، ما به وضوح در پیشنهاد حمایت مالی موزه تأکید کردیم که هدف این جشنواره بیشتر فراهم آوردن شناخت است تا برپایی نمایشگاهی با حمایت مالی شرکت‌های بزرگ به این دلیل که اولین تجربه از این نوع در سنگاپور است، و بنابراین توجه رسانه‌ها را به شدت برخواهد انگیزخت. هم‌زمان با آن، ما در عین حال بر این نکته هم تأکید داریم که جشنواره فرصت مناسبی برای معرفی شرکت‌های حمایت‌کننده همچون شهروندانی متعهد به روند آموزش در سنگاپور به طور اخص و متعهد به رفاه جامعه در کل فراهم می‌آورد.

برنامه‌های آموزشی موزه تا حد زیادی در تحقق بخشیدن به وظیفه آموزشی و ایدئولوژیک آن موفق بوده است. برنامه‌ها از طریق جذب و درک ارزش‌های دولت و شکل دادن به یک استراتژی بر مبنای آنها، و به قصد تکمیل سیاست‌های کلیدی دولت، تهیه شده است. به هر حال، ما در عین حال مدام در فکر اهداف و نیازهای شرکت‌های حامی موزه هم هستیم و تلاش‌هایی صورت گرفته تا این اهداف و نیازها، بدون آنکه مصالحه‌ای در مورد معیارهای شخصی و اخلاقیات صورت گیرد، با برنامه موزه هماهنگ شوند.

در موزه نیز، مثل خیلی جاهای دیگر، موفقیت عمدتاً بر مبنای تعداد بازدید کنندگان ارزیابی می‌شود. با در نظر گرفتن منافع موزه هنر سنگاپور، مسئله مهم این است که اقدامات ابتکاری برای ایجاد فرهنگ دیدار از

یکی از نشانه‌های
بارز تمدن‌ها و ملت‌های
بزرگ رشد و انتقال
فرهنگ آنها است.
گسترش فعالیت‌های
فرهنگی و هنری
در سنگاپور
مرحله دوم
بلوغ اجتماعی
پس از دستاوردهای
عظیم اقتصادی
در گام‌های آغازین
ساختن کشور
تلقی شده است.

موزه در میان اهالی سنگاپور صورت گرفته است. این نکته‌ای است که نمی‌توان با توجه به موقعیت سنگاپور بر آن بیش از حد پای فشرد. خوشبختی ما در این است که در این مورد از حمایت دولت برخورداریم، چنانکه قبلاً درباره تلاش دولت در ایجاد جامعه‌ای از لحاظ فرهنگی زنده توضیح داده شد. آموزش هنر بخشی از ادبیات کشور سازی شناخته شده است و موزه هم بخشی از این دستگاه کشور سازی است. تعداد شرکت‌های بزرگی که با حمایت مالی از بسیاری از رویدادهای هنری به این فراخوانی برای ساختن کشور پاسخ داده‌اند روز به روز بیشتر شده است. مثال بارز آن ۱۱ میلیون دلار مبلغ اعطایی شرکت هواپیمایی سنگاپور به مدرسه عالی هنرهای لاسال در سال ۱۹۹۰ است. این پول در طول یک دوره ۵ ساله پرداخت شد و صرف ساختن بناهای جدیدی شد که اکنون دو بخش طراحی و درام در آن مستقر هستند. در قدردانی از کمک شرکت هواپیمایی، مدرسه عالی لاسال نام خود را به لاسال - سیا تغییر داد. این تغییر نام سرشت واقعی

حراجی‌های جدید،
بازارهای هنری
و نگارخانه‌ها
یکی بعد
از دیگری تأسیس می‌شوند
و سازمان‌های
تثبیت شده قدیمی
مانند سوتبی و کریستی
اینک که سنگاپور
خود به مرکز هنر
آسیای جنوب شرقی
در هزاره بعدی
تبدیل می‌شود حضور بیشتری
در آنجا دارند.

گذاری حامی فراگردی است طولانی که نمی‌توان در
عرض مدتی کوتاه به آن دست یافت. در موزه هنر
سنگاپور، ما همچنان از لحاظ فعالیت‌های موزه‌ای در
کل و بخصوص تأمین بودجه برنامه‌های عمومی و
آموزشی در مرحله ابتدایی هستیم. برای ما این فراگردی
بی‌پایان شامل اتخاذ و اصلاح استراتژی‌ها، سیاست‌ها و
قواعد رفتاری برای انطباق نقش‌ها و مسئولیت‌های
اجتماعی و اقتصادی است.

طبق خبری که در مجله یِژِن آرت نیوز^{۲۳} در سال
۱۹۹۶ منتشر شده، در سال فوق سنگاپور شاهد رشدی
چشمگیر در بازار هنر خود از اوایل دهه ۹۰ به بعد بوده
است. حراجی‌های جدید، بازارهای هنری و
نگارخانه‌ها یکی بعد از دیگری تأسیس می‌شوند و
سازمان‌های تثبیت شده قدیمی مانند سوتبی و
کریستی^{۲۴} اینک که سنگاپور خود به مرکز هنر آسیای
جنوب شرقی در هزاره بعدی تبدیل می‌شود حضور
بیشتری در آنجا دارند.^{۲۵} نقشی که موزه هنر سنگاپور
در صحنه این رویداد جهانی به عهده دارد در توان آن
برای ایجاد توازن میان برنامه‌های اجتماعی و اقتصادی
دو گروه حامی‌اش، و در عین حال ادامه دادن به وظایف
منفرد موزه‌شناسی و آموزشی خود، نهفته است. بازار
هنر از نگارخانه‌ها، موزه‌ها، اشخاص مجموعه دار،
شرکت‌های بزرگ و سازمان‌های دولتی تشکیل شده
است. موزه هنر سنگاپور در این شبکه پیچیده مناسبات
جایگاهی منحصر به فرد دارد و باید به حوزه‌های
اقتصادی و اجتماعی جهان هنر پاسخ دهد. حال همه،
حتی نگارخانه‌ها، که قلعه سنتی تجارت در جهان هنر
هستند، نقشی را که در مقام دلال‌های هنر دارند پشت
سر گذاشته‌اند و در صدد فراهم آوردن تسهیلات لازم
برای انتقال دانش هستند. دلیل آن این است که آنها نیاز
به رشد مخاطبان را برای تسهیل رشد بازار به خوبی
می‌فهمند.

حمایت‌های شرکتی را بازتاب می‌بخشد. حامیان
شرکتی وقتی اقدام به حمایت از رویدادی می‌کنند
انتظار بازدهی ملموس را دارند و گرایش آنها گشتن در
پی فرصت‌هایی برای حمایت است که بازدهی قابل
توجه داشته باشد. برای آنها حمایت مالی شکلی از
سرمایه‌گذاری است.

در این سال‌ها، بودجه آموزشی از طریق کمک‌های
بخش خصوصی افزایش یافته است اما این کمک‌ها به
نسبت و در مقایسه با انبوه حمایت‌های مالی که به هنر
در کل اختصاص می‌یابد، ناچیزند. پس ما، در مقام
آموزش دهندگان موزه، چطور می‌توانیم حمایت بیشتر
شرکت‌ها را از برنامه آموزشی هنری برانگیزیم؟ و موزه
چطور می‌تواند میان نیاز به همکاری با دولت و
همکاری با بازار (بازار اجتماعی و بازار اقتصادی)
توازن ایجاد کند، به طوری که هم‌زمان با آن کارکرد
موزه‌شناختی آن هم حفظ شود؟ ایجاد تجانس میان
نقش موزه همچون آموزش دهنده هنر و برنامه سرمایه

10- The Origins of Modern Art in France

11- Kwok Kian Chow, "Remarks on Art Museology in Singapore," *Space, Space and Spacing: The Substation Conference 1995*. The Substation, 1996, pp.88-89.

12- *Adventures in Art*

13- *People's Association*

۱۴ - سرمایه فرهنگی - این اصطلاح ساخته جامعه‌شناس فرانسوی پی‌یر بوردیو Pierre Bourdieu است. درست همانطور که طبقات و اقشار اجتماعی دسترسی نابرابری به پول (سرمایه) و به تبع آن به قدرت دارند، سرمایه فرهنگی و قدرت نمادین آنها نیز با هم مساوی نیست. بوردیو عمدتاً روی نظام آموزشی که به صورت مکانیزمی برای توزیع و درجه‌بندی سرمایه‌های فرهنگی متفاوت عمل کرده مناسبات طبقاتی زیربنایی را باز تولید می‌کند متمرکز شد. طبق نظر او، یک طبقه حاکم نمادها (زبان، فرهنگ، و...) در در اختیار دارد و به واسطه آن می‌تواند سلطه خود را اعمال کند. طبقات کارگر می‌توانند صلاحیت‌های لازم برای یک شغل را به دست آورند، اما کارفرما ممکن است برخی ویژگی‌های اجتماعی مبهم را که از کارکردهای دهد. ج. ج. ج. د. ن. س. را کی ضاقت می‌گنهره فیا مرس

<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/eshtml/index/html>

15- Hill, Michael and Lian Kwen Fee, *The Politics of Nation Building and Citizenship in Singapore*. Routledge, London, 1995, p.236.

16- Committee on Visual Arts, 1988, *Ibid.*, pp. 236-237.

17- LASALLE-SIA College of the Arts

18- Nanyang Academy of Fine Arts

19- Esplanade

20- Goh Chok Tong

21- Goh Chok Tong, "First-World Economy, World Class Home," Prime Minister's National Rally Speech. Singapore, 23 August 1999.

22- Susan Hamilton, "Moving Towards a Center." *Asian Art News*, May/June 1996.

23- *Asian Art News*

24- Sotheby & Christie

25- Susan Hamilton, "New Alliance for the Arts in Singapore." *Asian Art News*. May/June 1996.

26- Kwok Kian Chow, "A Broad Perspective." *Asian Art News*, September/October 1998.

موزه هنر سنگاپور نقش واسطه‌گری بسیار مهمی دارد که عبارت است از کشاندن مخاطبان به موزه و فراهم آوردن تسهیلاتی برای رشد دانش افراد از طریق برنامه‌های آموزشی.^{۲۶} هم‌زمان با آن، مادر مقام مرکزی توانمند، مسئول ایجاد تسهیلات برای آموزش‌های هنری که در مدارس داده می‌شود هستیم. تغییرات جدیدی که وزارت آموزش در برنامه هنری مدارس داده است موزه هنر سنگاپور را به دلیل تأکید آن روی هنر منطقه به صورت مرکزی قابل اتکا برای مدارس درآورده است. بالا بردن آگاهی شرکت‌های بزرگ، سازماندهی و حمایت مالی از هنر نیز یک نقش دیگر است که ما می‌توانیم از طریق مجراهای مختلف دنبال کنیم. در خاتمه، از آنجا که موزه هنر سنگاپور در آستانه ورود به پنجمین سال فعالیت خود و هزاره‌ای جدید است، ما همچنان در فکر تعادل حساسی هستیم که باید بین مأموریت اصلی مان به عنوان مؤسسه‌ای آموزشی و تقاضاهای ثانوی بازار و دولت برقرار کنیم.

پی‌نوشت‌ها:

- 1- The Role of Art Education in Building a Market for Singapore, Anthea Chuah and Tan Soon Ec.
- 2- Singapore History Museum
- 3- Asian Civilizations Museum
- 4- National Heritage Board (NHB)
- 5- Channels & confluences: A History of Singapore Art
- 6- Modernity and Beyond: Themes in Southeast Asian Art
- 7- Soul Ties: The Land and Her People, Art from Indonesia
- 8- Masterpieces from the Guggenheim Museum
- 9- Leonardo Da Vinci: Scientist, Inventor, Artist