

صنعت هنر، مشکلات مربوط به اندازه گیری

جورجو پروزیو / ترجمه دکتر پرویز اجلالی*

چکیده

در این مقاله اشاره می‌شود که گروهی از متخصصانی که در زمینه اقتصاد هنر کار می‌کنند، در مورد اهمیت اقتصادی هنرها تصوراتی اغراق آمیز دارند. این اغراق در عین حال که منافع گروه‌هایی را تأمین می‌کند، از برخی پیچیدگی‌های ذاتی ناشی می‌شود که در تعریف بخش هنر و تفکیک هنر از «غیر هنر» وجود دارد. این پیچیدگی‌ها و مشکلات که در مقاله به طور مبسوط به آن‌ها اشاره شده است، ما را به این نتیجه رهنمون می‌کند که تعیین گستره بخش هنر و مرزهای آن با سایر بخش‌ها کار مناقشه آمیزی است که چندان اهمیتی برای اقتصاد هنر ندارد و بیش‌تر منافع گروه‌های هم‌نفعی را تأمین می‌کند که قصد دارند با بزرگ جلوه دادن این بحث یارانه و بودجه کلان‌تری را به خود اختصاص دهند. مسائل اقتصادی بخش هنر نظیر حمایت از حقوق مالکیت آثار هنری، کارآیی نهادهای غیرانتفاعی بخش هنر و تأثیر یارانه‌های دولتی بر آن‌ها و... اغلب جنبه خرد دارند و اگر واقع بین باشیم باید بپذیریم بخش هنر بنا به ماهیت از نظر اقتصادی بخش کوچکی است که هزینه کل اختصاص یافته به آن در ایتالیا به یک درصد درآمد ناخالص داخلی ایتالیا نیز نمی‌رسد.

۱- مقدمه

پژوهش‌های کاربردی درباره اقتصاد هنر^۱ معمولاً گرایش به اغراق در نشان دادن اهمیت

اقتصادی هنرها دارند. علت این است که این اقتصاددانان به موضوع‌هایی مثل دستگاه ضبط ویدئو باگیرنده‌های تلویزیونی می‌پردازند که در حقیقت هیچ ربطی به هنر ندارد، همان‌طور که ساختن جاده‌های اتومبیل‌رو را نمی‌توان بخشی از صنعت اتومبیل‌سازی دانست، تولید این وسایل نیز جزئی از فعالیت هنری محسوب نمی‌شود. یک علت دیگر برای بزرگ‌شماری اهمیت اقتصادی هنرها تصور اغراق‌آمیز در مورد تأثیر آن‌ها بر سایر بخش‌های اقتصادی، همچون گردشگری است. برای مثال همه، گردشگرانی را که به رم می‌آیند جزو شیفتگان هنر به حساب می‌آورند، در حالی که بسیاری از آنان صرفاً به اشتیاق زیارت پاپ روانه این شهر می‌شوند.

بی‌تردید این شیوه عجیبی برای تأکید بر اهمیت اقتصادی هنرهاست. افزون بر این، این نوع اغراق در اهمیت اقتصادی فعالیت‌های هنری، خود ویرانگر است زیرا به هر طریق که فعالیت‌های هنری را اندازه‌گیری کنیم، نهایتاً بخش هنر، یک بخش اقتصادی کوچک است اگر مردنی نباشد.

البته پشت سر این تعریف‌های گسترده از هنر، منافع‌جویی خوابیده است. سیاستمداران، اتحادیه‌های بخش فرهنگ و انجمن‌های هنری، احتمالاً یا قطعاً علاقه‌مند به بسط دادن تعریفی هستند که از هنر ارائه می‌کنند، اما اخلاق حرفه‌ای، ما اقتصاددانان را از دست‌یازیدن به چنین شیوه‌هایی برای پُراهمیت جلوه‌دادن موضوع کار خود، برحذر می‌دارد. گاه اقتصاددانان جذب برخی از ویژگی‌های هنرها می‌شوند، بدون این‌که این موضوع‌ها دارای اهمیت کلی باشند، نظیر آثار خارجی هنرهای تولیدشده، خصوصیات بازارهای هنری... این مسائل هر قدر هم که برای تحلیل جذاب باشند، صرفاً جنبه خرد دارند و فاقد اهمیت کلی‌اند.

۲- کاوشی در اصلی‌ترین مشکلات فراراه اندازه‌گیری

همه می‌دانیم که بخش هنر به دشواری تن به اندازه‌گیری می‌دهد. دشواری‌های فراراه اندازه‌گیری فعالیت‌های هنری هم تحلیلی‌اند هم واقعی. در اندازه‌گیری فعالیت هنری، مثل اندازه‌گیری هر فعالیت دیگری، نخست با تعریف موضوع مورد بررسی روبه‌رو می‌شویم؛ یعنی تعریف آن‌چه هنر خوانده می‌شود. زیبایی‌شناسان و متخصصان رشته‌های مشابه هزاران صفحه در این مورد سیاه کرده‌اند. ما در مقام اقتصاددان در این باره دخالتی نمی‌کنیم و اجازه می‌دهیم متخصصان فن هرچه می‌خواهند در این باره بگویند، اما بعد نوبت اندازه‌گیری اقتصادی آن‌چه

تعریف می‌شود، فرا می‌رسد (البته اگر از ما اقتصاددانان چنین تقاضایی بشود). معنی این سخن این است که ما باید فهرست فعالیت‌هایی را که هنر تلقی می‌شود از متخصصان و سیاست‌گذاران این رشته دریافت کنیم بدون آن‌که درون این فهرست به تفکیک و تمایزی دست بزنیم، اما همیشه این راه‌حل واقع‌بینانه نیست، زیرا تعیین مرز میان هنر و غیر هنر همواره موضوعی مناقشه‌آمیز بوده است و هیچ خط مرزی که همگان بر آن توافق داشته باشند وجود ندارد.

گام دوم به‌سوی اندازه‌گیری این است که بپذیریم برخی ویژگی‌های فرآیند آفرینش و مصرف هنری از دید اقتصادی اهمیت دارند و به ترسیم خط مرزی میان بخش‌های هنری و غیر هنری یاری می‌رسانند. به سخن دیگر، معیارهایی وجود دارند که مانع از ارتکاب اشتباه‌هایی می‌شوند که در آغاز مقاله از آن‌ها سخن گفتیم.

نخست این‌که، آثار هنری نمونه‌های بارز «کالاهای اطلاع‌رسان» (Information goods) هستند. هنر در واقع نوعی اندیشه یا شاید آن‌طور که «آندره ژید» می‌گوید، اغراق در یک اندیشه باشد. پس هنر به حکم آن‌که کالایی اطلاع‌رسان است، نوعی پیام یا مجموعه‌ای از پیام‌هاست که برای مصرف شدن ناگزیر از انتشار است.^۲ یعنی برای یافتن وجه عینی و مادی نیازمند پشتیبان (Support) یا رسانه (Medium) است. این رسانه ممکن است کالایی مادی مثل کتاب، فیلم، پرده‌ای قاب گرفته یا تکه‌ای سنگ باشد، یا کالایی غیرمادی نظیر اجرای یک نمایش یا کنسرت سمفونیک. به دلیل آن‌که پشتیبان‌ها بسیار متنوع‌اند و در بخش‌های صنعتی گوناگون تولید می‌شوند، هنر را نمی‌توان در حساب‌های مالی و در قالب یک بخش یا مجموعه‌ای از بخش‌های متجانس قرار داد.

بدیهی است که بخش هنر دارای دو مرحله تولید است؛ بخش یکم، آفرینش (تولید) اندیشه و دوم، پخش (توزیع) آن. البته در برخی موارد (نظیر هنرهای بصری، نقاشی و پیکرتراشی) این دو مرحله با یکدیگر ترکیب می‌شوند. در مواردی دیده شده که آفرینش یک اندیشه به مرحله نخست محدود نشده، بلکه در مرحله پخش شکل معینی یافته یا حتی تغییر شکل داده است. نظیر اجراهای نمایشی یا موسیقایی که اجراکنندگان آن قطعات خود نیز هنرمند بوده‌اند. البته این امر، مشکلی در اندازه‌گیری به وجود نمی‌آورد.

به نظر برخی، هنر به معنای دقیق کلمه صرفاً دربرگیرنده مرحله آفرینش اندیشه و نیز آن مرحله از فرآیند پخش است که به تغییر اندیشه می‌انجامد یعنی اجراکنندگان آن چیزی بر آن

می‌افزایند. از این دیدگاه صنعت نشر یا نوار را باید از بخش هنر کنار گذاشت که البته اشتباه است؛ زیرا این کار مثل این خواهد بود که در صنعت خودروسازی فقط طراحی اتومبیل را جزئی از صنعت به‌شمار آوریم و تولید آن را بخشی مجزا تلقی کنیم.

مشکلات دیگری که بر سر راه مرکزکشی میان هنر و غیر هنر وجود دارد، از دو واقعیت ناشی می‌شوند؛ نخست این‌که، اگرچه بیش‌تر پشتیبانان هنرها (رسانه‌ها) وظیفه‌ای جز پخش و انتقال اندیشه ندارند، برخی از آن‌ها دارای کارکرد ویژه‌ای هستند و نیاز خاصی را برآورده می‌سازند. برای مثال می‌توان به کلیساهای کاخ‌ها، مبلمان و یا فرش‌ها اشاره کرد. وقتی می‌گوییم سنت پیتر در رم، اثری هنری است در واقع منظورمان این است که سنت پیتر فقط مکانی مقدس برای مؤمنان مسیحی نیست، بلکه کلیسایی است واجد ویژگی‌های هنری جذاب برای عموم. البته تقریباً در همه‌اشیایی که استفاده روزمره دارند، می‌توان محتوای هنری یافت (نکته‌ای که با تماشای موزه‌های هنر مدرن روشن می‌شود) و برعکس برخی پشتیبان‌های هنری، (مثل برخی تابلوهای نقاشی) صرفاً جنبه تزئینی دارند و حتی آفرینندگان آن‌ها هیچ داعیه هنری ندارند.

مسائلی از این دست کوشش‌های ما را برای اندازه‌گیری با مشکل مواجه می‌کند. مثلاً اگر کلیساهای (نظیر کلیسای کوربوزیه) را در نظر بگیریم، برخی تزئینات به کار رفته در آن را می‌توان به‌منظور اندازه‌گیری متنوع کرد، اما همه هزینه‌های ساختمانی این کلیسا را نمی‌توان جزو ارزش تولیدات هنری به‌شمار آورد. مشکل دیگری که به‌هنگام برآورد هزینه‌های بازسازی یادمان‌های هنری (نظیر کلیسای سنت پیتر) بر سر راه ما ظاهر می‌شود، این است که این‌گونه هزینه‌ها گرچه معمولاً جزو تولید یا مصرف هنری محسوب و نشانه‌ای از دل‌بستگی به هنر تلقی می‌شوند، اما در عمل فقط جزئی از این هزینه‌ها به بازسازی محتوای هنری یادمان‌ها اختصاص می‌یابد.

واقعیت دوم این است که گاه فعالیت‌های هنری در بخش‌هایی انجام می‌شود که هیچ ارتباطی به هنر ندارد، برای مثال می‌توان از طراحی صنعتی نام برد. کم‌تر کسی می‌تواند با این ادعا مخالفت کند که در اتومبیل‌فراری یا لباس‌های والتیو محتوای هنری عمیقی وجود دارد. در واقع همان‌طور که سرشماری‌های جمعیتی نشان می‌دهند تعداد زیادی از هنرمندان (یعنی آن‌ها که خود را چنین می‌نامند) در بخش‌های غیرهنری به کار مشغول‌اند. اما در عمل هیچ راهی برای محسوب کردن درآمد آن‌ها در بخش‌های هنری وجود ندارد.

راه دیگر برای بزرگ کردن اندازه بخش هنر، به حساب آوردن آموزش هنر است. بیش‌تر

مطالعات کاربردی بر این نکته اتکا می‌کنند، اما در واقع برای این کار توجه کافی وجود ندارد چون به‌هرحال آموزش همواره فعالیتی مجزاست، حتی اگر مهم تلقی شود.

حال به دشواری‌های آماری خالص می‌پردازیم؛ منظور دشواری‌هایی که منحصراً از فقدان اطلاعات ناشی می‌شوند. به سه دشواری از این نوع اشاره خواهیم کرد. نخستین مشکل را آمانور (کارورز)‌های فعالیت‌های هنری ایجاد می‌کنند. تقریباً در همه اشکال هنری، تعداد کارورزها از حرفه‌ای‌ها پیش‌تر است، (در این مورد می‌توان به شاعران، رمان‌نویسان، موسیقی‌دانان، گروه‌های موسیقی راک، خوانندگان اپرا، انجمن‌های همسریان محلی، هنرپیشگان تئاتر و از این قبیل اشاره کرد) اما به‌رغم وجود این واقعیت، راهی برای اندازه‌گیری اهمیت آن‌ها وجود ندارد. شاید بهترین روش، دست زدن به بررسی‌هایی درباره چگونگی گذران اوقات فراغت باشد. قطعاً منافع جاافتاده در بخش کارورز ضعیف‌تر از بخش حرفه‌ای است. همین موضوع بیانگر فقدان اطلاعات درباره فعالیت‌های کارورزی است. اما به‌هرحال من مطمئنم که اگر بتوانیم تخمین‌های قابل‌اعتمادی از ارزش اقتصادی این فعالیت‌ها داشته باشیم، احتمالاً به این نتیجه خواهیم رسید که اهمیت این فعالیت‌ها بیش از فعالیت‌های حرفه‌ای است. ارزش کل عبارت است از حاصل ضرب تعداد کوشندگان منفرد در ارزش زمانی که صرف می‌کنند. از آن‌جا که درآمد متوسط هنرمندان آفرینشگر حرفه‌ای و اجراکنندگان از متوسط ملی پایین‌تر است و با عنایت به این‌که کارورزها عموماً به قشرهای متوسط بالا در مقیاس درآمد تعلق دارند، درآمد تولید کل برای کارورزها باید بیش از حرفه‌ای‌ها باشد.

غفلت از این جنبه کار معمولاً مشکل‌زاست زیرا استنباط عمومی شیفتگان هنر این است که کار فردی هنری هدف بنیادی سیاست‌گذاری‌های عمومی در رشته هنر است. یارانه‌هایی که به آموزش و اجرای هنر تعلق می‌گیرد غالباً براساس تشویق مصرف و مهم‌تر از آن، افزایش تولید فردی توجه می‌شود.

دشواری دوم به مجموعه سرمایه هنری گردآمده در طول قرن‌ها برمی‌گردد. همچون بسیاری از بخش‌های اقتصادی، هنرها را نیز می‌توان به کمک متغیرهای موجودی و در گردش اندازه‌گیری کرد. مثلاً خدمات ناشی از وجود آثار هنری را باید در برآورد محصول ناخالص داخلی (GDP) به حساب آورد همان‌طور که در مورد ملک مسکونی چنین می‌کنیم. اما در کشورهای مختلف هیچ برآوردی از موجودی سرمایه هنری وجود ندارد و حتی در مورد بخش عمده آن، امکان

تخمین زدن آن نیز موجود نیست. در واقع، وقتی می‌خواهیم بر اهمیت یک اثر هنری تأکید کنیم فقط می‌توانیم بگوییم «قیمت ندارد».

سومین و آخرین مشکل، از ماهیت ترکیبی کوشش هنری برمی‌خیزد. اقتصاددانان هنری معمولاً آماری از موجودی در دست ندارند. در حساب‌های ملی اشاره‌ای صحیح به بخش هنر وجود ندارد. بخش‌هایی را که کالاهای مادی هنری تولید می‌کنند معمولاً جزو بخش دوم به حساب می‌آورند و بخش‌هایی را که به عرضه خدمات هنری می‌پردازند، متعلق به بخش سوم می‌انگارند. بعضی از این خدمات به دلیل آن‌که در بازار به فروش می‌رسند، باید براساس هزینه‌هایشان ارزش‌یابی شوند. اما در هر حال در خوش‌بینانه‌ترین صورت باید بگوییم که محاسبه خدمات هنری در درآمد ناخالص ملی با ابهامات زیادی همراه است.

۳- برخی نشانه‌ها از اهمیت هنرها در ایتالیا

دشواری‌ها و محدودیت‌هایی که نشان داده شد، نباید موجب دلسردی ما شود. در مورد بیش‌تر کشورها شاخص‌های مفید معدودی در دست است یا امکان دارد با کوشش مختصری در دسترس قرار گیرد. این شاخص‌ها اطلاعات بسیار سودمندی درباره ابعاد بخش هنر و مشکلات کلی آن در اختیار ما می‌گذارند بدون این‌که نیازی به محاسبه‌های پرهزینه با مقادیر مشکوک باشد. پرمعناترین شاخص‌ها عبارت‌اند از: هزینه‌های عمومی و خصوصی، گذران اوقات فراغت و اشتغال در صنایع هنری.

در این جا می‌کوشم با استفاده از اطلاعات به دست آمده از پژوهشی که اخیراً والتر سانتاگاتا و من^۳ با کمک گروهی دیگر از محققان در مورد بخش هنر در ایتالیا انجام داده‌ایم، فایده این شاخص‌ها را نشان دهم.

جدول ۱ اندازه و توزیع بخشی هزینه‌های خصوصی برای هنر را در دو سال متفاوت (۱۹۷۰ و ۱۹۸۸) نشان می‌دهد. برای جادادن هنرها در جدول از عقل متعارف کمک گرفته شده است. در مورد بخش‌هایی که اجرای غیرهنری نیز داشته‌اند (مثل کتاب، تلویزیون، نوارهای ویدئو و موزه) اصلاحات لازم اعمال شده است. برای تهیه جدول از اطلاعات منتشرشده و نیز تخمین‌های کلی (مثلاً در مورد هزینه نقاشی و مجسمه‌سازی) سود برده‌ایم.

کوشش‌های کارورزانه را نمی‌توان به حساب آورد و این یکی از بزرگ‌ترین محدودیت‌های

این شاخص است. با وجود این، جدول اطلاعات مفیدی در اختیار ما می‌گذارد. نخست این‌که، سهم هنر در مصرف کل بسیار ناچیز است: فقط ۰/۷ درصد از هزینه ملی برای مصرف. دوم این‌که، این سهم در طول سال کاهش یافته یعنی در ظرف کم‌تر از بیست سال به نصف رسیده است. توزیع برحسب بخش‌ها اطلاعات مفیدی در اختیار ما می‌گذارد، به‌ویژه این‌که هزینه کالاهای هنری به‌شدت از هزینه خدمات پیشی می‌گیرد. هزینه خدمات (بخش‌هایی که هسته مرکزی فعالیت‌های هنری به شمار می‌آیند و بیش‌ترین سهم هزینه عمومی برای هنر را شامل می‌شوند) بخش کوچکی از هزینه کل، یعنی کم‌تر از ۲۰ درصد در سال ۱۹۸۸ را دربرمی‌گیرد. این سهم سریع‌تر از سایر هزینه‌ها کاهش می‌یابد.

جدول ۱- ایتالیا: هزینه خصوصی برای هنر (۸۸-۱۹۷۰)
(میلیارد لیر به قیمت جاری)

$\frac{1988}{1970}$	۱۹۸۸	۱۹۷۰			
	مقدار کل درصد	مقدار کل درصد			
۱۷/۸	۳	۱۴۱	۱/۷	۷/۹	نمایش
۲۱/۳	۱/۷	۷۸/۹	۰/۸	۳/۷	اپرا و بالت
۲۸/۸	۰/۹	۴۳/۲	۰/۳	۱/۵	موسیقی
۳۷/۱	۲/۵	۱۱۵	۰/۷	۳/۱	موسیقی پاپ
۱۱/۱	۲۱/۴	۱۰۰۰	۱۹/۲	۹۰	صفحه
	۱۰/۷	۵۰۰	.	.	نوار ویدئو
۱۲/۷	۱۰/۵	۴۹۲	۸/۲	۳۸/۶	کتاب
۲/۸	۱۱/۰	۵۱۶	۳۸/۸	۱۸۲	برنامه‌های تلویزیونی
۱۳/۴	۱۱/۹	۵۵۶	۸/۹	۴۱/۶	سینما
۴۱	۰/۸	۳۶/۹	۰/۲	۰/۹	گالری‌ها و موزه‌ها
۱۲	۲۵/۶	۱۲۰۰	۲۱/۳	۱۰۰	هنرهای تجسمی
۱۰	۱۰۰	۴۶۷۹	۱۰۰	۴۶۹/۲	هزینه کل
		۰/۷٪		۱/۴٪	هزینه برای هنر به‌مثابه نسبت از هزینه مصرف

هزینه کل داخل هنر، علاوه بر هزینه خصوصی، هزینه عمومی و هزینه حمایت از فعالیت‌های هنری را نیز شامل می‌شود و اگر این دو بخش را نیز به اولی بیفزاییم و سهم برنامه‌های هنری شبکه‌های تلویزیونی خصوصی را نیز به آن اضافه کنیم (که از طریق تبلیغات تأمین می‌شوند) به هزینه کل ۹۵۰۰ میلیارد لیر برای سال آخر می‌رسیم. و این دو برابر هزینه خصوصی است، اما هنوز هم هزینه کل بخش به یک درصد محصول ناخالص داخلی ایتالیا نمی‌رسد.

اغلب ادعا می‌شود، هزینه‌ای که در ایتالیا به تعمیر و بازسازی موجودی سرمایه هنری ایتالیا اختصاص می‌یابد، بسیار کم‌تر از مقداری است که برای انتقال میراث گذشتگان به نسل‌های آینده ضروری است. برآورد ارزش کل این موجودی سرمایه از این لحاظ مفید است؛ زیرا این هزینه را باید بر مبنای متفاوتی محاسبه کرد.

حال به شاخص دوم می‌پردازیم: گذران اوقات فراغت. بررسی ملی سال ۱۹۸۸ نشان می‌دهد که به طور متوسط، ایتالیایی‌های بزرگسال یک ساعت و ۴۲ دقیقه از اوقات خود را در هر روز صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، کم‌تر از یک ساعت را به کتاب‌خوانی می‌گذرانند، و فقط ۲۴ دقیقه در روز را برای تماشای اجراهای زنده، فیلم و سایر فعالیت‌های هنری اختصاص می‌دهند. این نتایج که بسیار شبیه نتایج مطالعات انجام شده در سایر کشورهاست، ویژگی‌ها و مسائل اصلی بخش هنر را به نمایش می‌گذارد.

۴- نتیجه

واقعیت این است که دشواری‌های عظیمی، چه تحلیلی و چه صرفاً واقعی، بر سر راه اندازه‌گیری جامع بخش هنر وجود دارد و احتمالاً هر نوع تحلیل هزینه فایده به این نتیجه خواهد رسید که فایده بیش‌تر از هزینه است.

با استفاده از شاخص‌های مرتبط می‌توان اطلاعات لازم در مورد اندازه تقریبی بخش هنر و پویایی آن فراهم آورد. مسائل اقتصادی هنرها عمدتاً ماهیت خرد دارند. از نظر اقتصاد کاربردی که در این مورد دارای اهمیت است، می‌توان به تعیین و حمایت از حقوق مالکیت آثار هنری، کارآیی نهادهای غیرانتفاعی و عمومی که در بخش هنر کار می‌کنند، و تأثیر یارانه‌های عمومی بر رفتار این نهادها اشاره کرد. برآورد اندازه کل بخش هنر فقط برای گروه‌های هم‌منفعتی که خواهان

یارانه بیش تر دولتی اند، مفید است و ما نباید نگران فقدان اطلاعات در این زمینه باشیم.

پی نوشت

1- See: Busson, A. Evrard, Yves (1987) Portraits economique de la culture, Paris, La Documentation Francaise.

- Myerscough, J(1988) The Economic Importance of The Arts in Britain London, Policy Studies Institute.

- Guldberg, H.H.(1987) The Australian Music Industry, Sydney, The Australia Council.

۲- این تعبیر که هنر صرفاً یک پیام یا اندیشه است فقط از دید اقتصاد فرهنگ (با هنر) قابل قبول است. از دید هنرشناسان و حتی جامعه شناسان، هنر قطعاً بیش از یک پیام یا فکر صرف است. در واقع آنچه اندیشه را به هنر تبدیل می کند، نه خود اندیشه بلکه شیوه بیان آن است. آیا اگر «مولانا» یا «فردوسی» پیام های خود را با صراحت و بدون استفاده از تخیل و زبان هنری بیان می کردند همچنان می توانستیم آثارشان را در زمره هنر به شمار آوریم؟ قطعاً اشاره نویسنده به یک جمله از «ژید» تغییری در این واقعیت نمی دهد، ضمن آنکه برای درک صحیح همان یک جمله نیز باید آن را در متن آرای وی قرار دهیم.

3- Brosio G, Santagata, W. (1992) Rapporto Sul, economia delle arti e dello spettacolo in Italia, Torino, Edizioni della Fondazione Agnelli.



پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو مرکز
پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو مرکز