

مواجهه‌ی گفتمان هنری و اقتصادی در هنرهای تجسمی

مریم بختیاریان *

استادیار گروه فلسفه هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، تهران، ایران.
(تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱۲/۱۶، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۲/۱۷)



چکیده

گفتمان اقتصادی و هنری با مؤلفه‌های مشابهی سر و کار دارند، اما اولویت آنها در هر یک متفاوت است. نگاه هنرمند و اقتصاددان به یک چیز متفاوت است، مثل تفاوت نگاه دوشان و یک صنعت‌کار به چرخ. این تفاوت، اقتصاد هنر را استثنایی می‌کند، به ویژه در هنرهای تجسمی، که با وجود قیمت بالا، یک اثر هنری به کالای اقتصادی تبدیل نمی‌شود. هدف این پژوهش، بیان تفاوت‌ها و شباهت‌های سیستم هنر و اقتصاد و پرسش درباره قدرت و نفوذ هر یک برد دیگری است. این، یکی از راه‌های آگاهی‌یابی از اقتصاد هنر است که با آن زمینه‌ای فراهم می‌شود تا ارزش هنری بتواند سهم بیشتری در اقتصاد داشته باشد. در این پژوهش، از راه توصیف و تحلیل داده‌ها و با روش اسنادی تلاش می‌شود مواجهه‌ی دو گفتمان در هنرهای تجسمی بررسی شود. تاریخ هنرهای تجسمی با وجود تمایز تجربه زیباشناختی از تجربه خرید یک محصول هنری نشان می‌دهد کشف ظرفیت‌های پنهان کار یک نابغه با گسترش تجربه زیباشناختی، مانند کشف الگوهای فراکتالی آثار پالاک، می‌تواند ارزش اقتصادی آن را بالاتر ببرد. این موارد برآمده از قدرت نبوغ در هنرهای تجسمی نشان می‌دهد بیش از آنچه تصور می‌شود گفتمان این دو سیستم از هم دور و به هم نزدیک است.

واژه‌های کلیدی

اقتصاد هنر، گفتمان هنری، عقلانیت ابزاری، هنرهای تجسمی، ارزش اقتصادی.

مقدمه

گرافیک، عکاسی، ساختن زیورآلات و بخش تبلیغات که می‌توانند تأثیر بسزایی در رشد اقتصادی هر کشوری داشته باشند. ارزش‌های هنری و اقتصادی، گرچه متفاوتند، اما این مانع همکاری آنها نمی‌شود. در گفتمان سیستم اقتصاد، ارزش در پول تعریف می‌شود، زیرا به زبان نظریه سیستمی، رمزگان دوگانه سیستم اقتصاد، پرداختن و نپرداختن پول است. در حالی که ارزش در گفتمان سیستم هنر با زیبا یا زشت بودن یک اثر گره می‌خورد. در سیستم اقتصاد، چیزهایی که با پول قابل خریداری هستند و یا قابل خریداری نیستند، تغییر کرده است. همچنین آنچه در سیستم هنر تغییر کرده است، معیارهای زیبایی است. این پژوهش قصد دارد تا با بیان تفاوت‌ها و شباهت‌های این دو سیستم، قدرت و نفوذ هر یک را در مقابل دیگری به پرسش بگیرد. با آگاهی از اقتصاد هنر، تصمیم‌گیری برای مدیریت هنر آسان‌تر و مطمئن‌تر می‌شود، طوری که ارزش هنری در مقام یک ارزش فرهنگی می‌تواند سهم بیشتری در اقتصاد داشته باشد و از سوی دیگر، اقتصاد بتواند برای پیشبرد برنامه‌های خود، هنر را جدی‌تر بگیرد. در دنیای امروز تعامل بهینه‌ی سیستم‌ها با یکدیگر مهم‌ترین عامل در پیشبرد اصلاحات اجتماعی است. برای این که پژوهشی دقیق‌تر داشته باشیم، دامنه‌ی آن را با تمرکز بر روی بازار هنرهای تجسمی تنگ‌تر می‌سازیم تا در خلال بحث، عوامل مؤثر بر بازار هنرهای تجسمی نیز آشکارتر شود.

در دنیای امروز هیچ چیز نیست که از دایره‌ی تأثیرات اقتصادی و سرمایه بیرون باشد. همین، دلیل شکل‌گیری مطالعات اقتصادی کاربردی در حوزه‌های مختلف عملی و نظری است. چنین پژوهش‌هایی درست مثل اخلاق حرفه‌ای ضروری و کاربردی هستند. اما آنچه در بدو امر مهم می‌نماید، تشخیص مسائل و مشکلات اقتصادی یک پدیده اجتماعی است، دقیقاً در راستای تأمین چنین هدفی، اقتصاد هنر شکل گرفت. می‌توان گفت فلسفه‌ی شکل‌گیری اقتصاد هنر، شناسایی مشکلات هنر است که ارائه برنامه‌ها و راهبردهایی برای حل آن برعهده سیاست‌گذاران عرصه‌های فرهنگی و اجتماعی است. انتظارات جامعه از اقتصاددانان، پی‌ریزی طرح‌های اقتصادی برای رشد و توسعه اقتصادی جامعه، و از هنرمندان نیز آفرینش هنری ناب است. آنچه این دو صنف را به هم پیوند می‌دهد، انتظارات متقابل آنها از یکدیگر است. اما برخی بر این باورند اگر هنر، انتظار تأمین نیازهای مادی یا مالی برود آن گاه تا سطح یک کالای اقتصادی تنزل مقام می‌یابد. اما خواه ناخواه اوضاع هنر در شرایط رکود اقتصادی یا رونق اقتصادی تحت تأثیر قرار می‌گیرد و این، بررسی شرایط اقتصادی هنر را با اهمیت نشان می‌دهد. همان اندازه که اقتصاد برای هنر مهم است، هنر نیز برای اقتصاد مهم است. امروزه بخش زیادی از مردم در بخش‌هایی که هنر تجسمی یا بصری محسوب می‌شوند، اشتغال دارند: طراحی و

تلاقی هنر و اقتصاد

امروزه به مدد گسترش رسانه‌های ارتباطی، مبادله محصولات فرهنگی با تنوع و بازار بزرگ‌تری مواجه است. این امر، دلیل موجه برای توجه بیشتر اقتصاددانان و مدیران فرهنگی است. البته بوجه‌هایی که باید به جلوه‌های فرهنگی تخصیص داده شوند، متفاوت هستند، زیرا برخی از آنها جنبه تجاری بیشتری دارند. ارزش هنر هر چه معنا شود باز هم نمی‌تواند از محدودیت‌های عالم مادی یا اقتصادی برکنار باشد (Heilbrun & M. Gray, 2004, 2-5). در این میان برخی صاحب‌نظران، طریق افراط پیموده و ارزش هنری و زیباشناختی را به ارزش‌های اقتصادی فرومی‌کاهند. در صورتی که این دو فقط در لفظ ارزش مشترکند. کلامراً می‌گویید: «ارزش هنر همان چیزی است که آن را از سایر چیزها متمایز می‌کند» (Klamer, 1996, 37). البته باید توجه داشت که منبع این ارزش باید خود هنر باشد، یعنی حتی اگر هنر با یک واقعیت سیاسی یا اقتصادی نیز طرف است، آن را به زبان هنر برگرداند و به وجوه زیباشناختی آن بپردازد، پس دیگر تاریخ، ایدئولوژی، لذت، تربیت و هر چیزی غیر از هنر، منابع ارزشی هنر نیستند. در این قسمت، به نقطه‌ی تلاقی مهمی برای هنر و اقتصاد رسیدیم که آن همان ارزش است، هر چند ارزش در لفظ، ناظر به یک معناست اما در عرصه‌ی عمل با پارامترهای متفاوتی سنجیده می‌شود، گاهی به صورت کمی و گاهی به صورت کیفی. مهم این است بدانیم ارزش در هنر و اقتصاد، نوعی ارزش اجتماعی است که یک فرد

آنچه هنر و اقتصاد را کنار هم قرار می‌دهد، قرابت این دو سیستم در مقوله‌ی عام‌تر فرهنگ است که همچون حلقه‌های زنجیر، تمام واقعیت‌های اجتماعی و افراد را به هم متصل می‌کند. بسط اقتصاد و هنر از عناصر اولیه و اصلی متمدن شدن بشر است. دیوید تراستی معتقد است، گفتمان اقتصادی و عملکرد آن درون زمینه‌ی فرهنگی، و مناسبات و جریان‌های فرهنگی نیز در یک زیست-محیط اقتصادی رخ می‌دهند (تراستی، ۱۳۸۹، ۲۹). از یک سو، فرهنگ هم می‌تواند مجموعه عقاید، ارزش‌ها، آداب و رسوم باشد که الگوهای رفتاری انسان‌ها در یک گروه مشترک واقع می‌شود و هم می‌تواند در معنای برخی فعالیت‌های انسانی باشد که حاصل آن، تولید محصولاتی با وجوه دلالتی و فکری است و به نوعی محصولی خلاقانه به شمار می‌آید (همان، ۲۲). دیدگاه جامعه‌شناسان، اینجا مراد تالکوت پارسونز^۱، این است که فرهنگ در سیستم اجتماعی به صورت هنجارها و ارزش‌ها جلوه می‌کند، در عین حال که هویت اجتماعی اشخاص و پدیده‌های اجتماعی را شکل می‌دهد، به هیچ یک از آنها فروکاسته نمی‌شود (ریترز، ۱۳۸۵، ۱۳۸). این، همان مهم‌ترین کارکرد فرهنگ است که سایر هستی‌های اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. از نظر نیکلاس لومان^۲ نیز فرهنگ نوعی اجماع است. تعریف‌ها از فرهنگ، متفاوت است، اما در تمام آنها بر این امر تأکید شده است که چیزی از تأثیر فرهنگ برکنار نیست.

هنری و مخاطبان هنر هستند. کسی نمی‌گوید دریافت خریدار هنر چگونه است، بلکه صحبت از دریافت مخاطب است. کلامر، گفت‌وگوهای هنر را در چارچوب عقلانیت مفهومی می‌گنجاند که کاملاً ضد سوداگری است. او ارزش هنر را بیرون از قلمرو هنر قرار نداده است. بسیاری از چیزها به ما لذت می‌بخشند که قابل خرید و فروش نیستند مثل منظره طلوع خورشید، این یک زیبایی آزاد از مفهوم و غایت است که به قول کانت تجربه‌ی زیباشناختی نابی می‌آفریند، پس این غیر از تجربه خرید یک محصول هنری است. ارزش هنری صرفاً برای خاطر خودش ارزش پیدا داشته می‌شود که قابل فروکاستن به هیچ ارزش دیگری نیست (Ibid)، حتی اگر آن ارزش اخلاقی باشد. کانت با جدا کردن امر مطلوب، امر خیر و زیبا تکلیف لذت و ارزش زیباشناختی را مدت‌ها قبل روشن کرده است. حکمی که برای امر مطلوب صادر می‌شود علی‌رغم استتیک بودنش نمی‌تواند ذوقی باشد. البته دیدگاه‌ها در مورد ارزش زیباشناختی متفاوت است.

کلامر می‌گوید: «استنباط ویلیام گرامپ^{۱۱} اقتصاددان این است که قیمت، بهترین نشانه برای ارزش زیباشناختی است» (Ibid). اما درست همانطور که یک مدیر اقتصادی برای اداره یک نهاد فرهنگی صلاحیت بیشتری دارد، برای تعیین ارزش زیباشناختی یک اثر هنری نیز کارشناس هنری صلاحیت بیشتری دارد. لومان در مقام یک جامعه‌شناس و فیلسوف، عقیده داشت که قیمت و پول، زبان و رسانه‌ی خاص خرده سیستم اقتصاد است (Luhmann, 1986, 51). این تعریف از اقتصاد، سیستم مدرنی را توصیف می‌کند که از طریق مکانیسم پولی تفکیک می‌شود. البته مکانیسم پولی نسبت به دوره‌های پیشین تاریخی تغییراتی داشته است، برای مثال در دوره‌های میانه رستگاری را می‌فروختند چیزی که در دوره مدرن با پول نمی‌توان خرید؛ در واقع، این نوعی محدودیت با تبعات مثبت است که باعث توسعه عملکردی و کارکردی سیستم اقتصاد می‌شود. کدهای سیستم اقتصاد از داشتن / نداشتن پول به امکان پرداخت / عدم امکان پرداخت پول تغییر کرده است. پول، آنچه درون اقتصاد رخ می‌دهد را مدیریت می‌کند، پس داده‌ی محیطی و خروجی سیستم نیست. البته پرداخت یا عدم پرداخت منوط به داشتن یا نداشتن پول است. به هر حال این مهم است که هر گونه پرداخت، یک رویداد و عملکرد اقتصادی محسوب می‌شود. البته تنها اگر این پرداخت‌ها برای رفع نیاز و اصلاح وضعیتی اقتصادی باشند در سیستم اقتصاد معنا دارند، یعنی می‌توانند به بازار کمک کنند. در یک جامعه مدرن و اقتصاد کاپیتالیستی، تعیین یک قیمت منصفانه از سوی مراجع دیگر جای خود را به تحدیدات درونی سیستم اقتصاد می‌دهد. بنابراین، قیمت‌ها را تقاضای مردم تعیین می‌کند، یعنی این که برای یک کالا چه مقدار حاضرند یا می‌توانند پرداخت کنند. سیاست و اقتصاد، سیستم‌هایی مستقل هستند، پس اگر سیاست در قیمت‌گذاری‌ها دخالت کند، مشکلات اقتصادی را به مشکلات سیاسی تبدیل می‌کند (Ibid, 52-54). این دیدگاه بسیار متأثر از نظریه دست نامرئی آدام اسمیت^{۱۲} است با این تفاوت که لومان، درجه‌ی حساسیت سیستم‌ها به یکدیگر را بیشتر لحاظ می‌کند.

البته نزد لومان چنین است که تغییرات محیطی، یعنی هر چیز غیر از اقتصاد در آن بی‌اثر نیستند؛ اما سیستم اقتصاد تنها با بالا و پایین

یا یک عامل صرفاً تعیین‌کننده آن نیست. اکنون این عامل‌ها هستند که شباهت‌ها و تفاوت‌های عدیده‌ای دارند، برای مثال قیمت‌گذاری بر یک کالای مصرفی، هرگز مثل قیمت‌گذاری بر یک اثر هنری نیست. با این وصف، تأمل بیشتری بر ارزش در هنر و اقتصاد لازم می‌آید.

ارزش هنری و اقتصادی

در واقع، «انسان آن چیزی را برای خود ارزشمند می‌شمارد که مطلوب، سودمند و مهم باشد. اما این معنای سوداگرانه و ابزاری ارزش است» (Klamer, 1996, 35). «ارزش‌های اخلاقی، هنری، زیباشناختی و اقتصادی غیر از هم هستند و تنها در ماهیت اجتماعی‌شان اشتراک دارند. این دیدگاه اقتصاددانان متعارف^{۱۳} است که ارزش را در معنای ابزاری یا تجاری لحاظ می‌کنند، گفت‌وگوهای اقتصادی بر محور عقلانیت ابزاری^{۱۴} است» (Ibid). همان عقلانیتی که ماکس وبر^{۱۵} و به تبع او اندیشمندان مکتب فرانکفورت آن را نقد کردند و عامل سیاست‌های خشونت‌آمیز معاصر دانستند که خواب آسایش را از چشمان بشریت ربوده است. طبق تحلیل دیوید اینگلیس^{۱۶} از نظر وبر، «در جامعه مدرن در واقع ما با نقشه‌ای بوروکراتیک و مجموعه قواعدی که آن نقش‌ها بر ما تحمیل می‌کند، سروکار داریم» (اینگلیس، ۱۳۹۴، ۸۶). طبق این نظر، حتی یک موسیقی‌دان نیز در چارچوب روابطی بوروکراتیک، الفبای موسیقی را می‌آموزد، از این رو هیچ کنشی نیست که در بستر عقلانی جامعه خلق نشده باشد. این می‌تواند تأیید فرض‌های دیوید تراسبی و هانس اینگ^{۱۷} و بسیاری دیگر باشد که گفته‌اند انگیزه‌های فرهنگی، جمعی هستند. اما، هربرت شندلباخ^{۱۸} نیز از قول ماکس وبر بیان می‌دارد ریشه‌ی کنش عقلانی-ارزشی را در کارکرد عقلانیت در عرصه‌ی اقتصاد باید دید (شندلباخ، ۱۳۹۵، ۳۳). این بدان معناست که حتی عقلانیت برآمده از ارزش‌ها نیز در جهت سود و منفعت اقتصادی تعریف می‌شود. درست مثل محاورات و تعریف‌هایی که هنگام خرید و فروش میان فروشنده و خریدار رد و بدل می‌شود. به قول اینگلیس، این قبیل کنش‌ها از سراجبار روابط بوروکراتیک است و چندان دوستانه که به نظر می‌رسد نیست. پس می‌توان گفت که پشت ظاهر بزک کرده‌ی تمام رفتارهای انسان که خرده‌روایت‌های فرهنگی به شمار می‌آیند، انگیزه‌های اقتصادی پنهان است که ماهیت فردی دارند. اما بدون شک آنچه به این رفتار، ارزش اجتماعی می‌بخشد پذیرش جمعی است، اما چه چیز باعث این پذیرش جمعی می‌شود؟

این مهم است که انسان‌ها درون چه گفت‌وگویی کنش‌های خود را انجام می‌دهند، زیرا هدف، تحت تأثیر گفت‌وگو قرار دارد. در گفت‌وگوهای اقتصادی با محوریت عقلانیت ابزاری، تنها سودآوری بیشتر و به هر قیمت، هدف است این گفت‌وگوها با ارزش‌های اخلاقی بیگانه است. در گفت‌وگوهای اقتصادی صحبت از پول، تجارت، تکنولوژی، صنعت، تولید و مصرف است (Ibid). افراد داخل در بحث نیز سرمایه‌داران، کارگران، خریداران و مدیران هستند. این در حالی است که در گفت‌وگوهای هنری صحبت از ارزش زیباشناختی، فرهنگ، هنر، ذوق و نبوغ، خلاقیت و تحسین است (Ibid)، و افراد داخل در بحث، هنرمندان، منتقدان

کالای اقتصادی و هنری

در زیبایی‌شناسی پست مدرنیستی، اندیشمندان پست مدرن به فکر و آسازگی^{۱۳} زیبایی‌شناسی مدرن بودند. برای دریدا، این و آسازگی فقط وارونه کردن ارزش‌ها نیست، بر این اساس، کلامر نظر منتقد ادبی آمریکایی، باربارا هرنستین اسمیت^{۱۴}، را نقد می‌کند که با تأکید بر شرایط اقتصادی و اجتماعی که در تولید و ادراک هنر نقش مهمی ایفا می‌کند، صرفاً معیارهای اندیشمندان ذات‌باور^{۱۵} را وارونه جلوه داده است (Klamer, 1996, 38). این به معنای آن است که هنوز همان منطق صفر و یک کلاسیک حاکم است و فقط جای ارزش‌ها تغییر کرده است. این که بگوییم برای مثال اگر کاری بی‌غرض و غایت باشد هنر است و اگر نباشد هنر نیست، همان رمزگان دوگانه صفر و یک است که اسمیت برخلاف ذات‌باوران عقیده داشت که آنها جامعه هنر را پیش نمی‌برند بلکه جامعه آنها را با خود پیش می‌برد. به عقیده کلامر، کار بورديو^{۱۶} به و آسازگی نزدیک تر است، چرا که او با این فرض که هر کدام از دو سوی این تمایز یا رمزگان بر دیگری موثر و بیانگر دیگری است، تقابل را فروکاسته و تناظر برقرار کرده است. وقتی سرمایه فرهنگی از سرمایه اقتصادی بگوید و سرمایه اقتصادی از فرهنگی، بدین ترتیب تقابلی که در آن برتری را به یک سوی تقابل می‌دهد، باقی نمی‌ماند. اگر ذات‌باوران زیرلایه تمام تغییر و تحولات تاریخی و اجتماعی، ذات و حقیقت ثابتی برای هنر قائل بودند، ضد ذات‌باوران، که اندیشمندان پسانسپچه‌ای عموماً چنین هستند، چنین حقیقت ثابتی را برای هنر قائل نیستند و مفهوم و ارزش هنر را نیز یک برساخت اجتماعی می‌پندارند. به زعم کلامر، نظر اسمیت تأیید دگرپاره سوداگری و ابزارگرایی در هنر است. این می‌تواند نظر بودریار را به ما یادآور شود. به نظر منتقدان بودریار، او در نقد مفهوم ارزش - مصرف و نشانه و شناسایی اعمال فرهنگی معاصر، یک تقلیل‌گرایی رادیکال انجام داد، بدین وجه که ارزش - مصرف را به ارزش - مبادله فروکاست. به عقیده‌ی او، با انفجار درونی نشانه و در غیاب مدلول، این دال یا ارزش - مبادله است که حضور دارد. این که جلوه‌های فرهنگی به چیزی قابل مبادله تبدیل می‌شوند، آنها را به کالا تبدیل می‌کند. این گونه است که اگر نقاشی و نگوگ برای تبلیغات استفاده شود، معنای اصلی و ارزش - مصرفش را از دست می‌دهد و وقتی به قیمت بالایی فروش می‌رود وجه دلالتی، یعنی ارزش نمادین دیگری پیدا می‌کند. این نوستالژی ویرانی اصالت است که توسط ارزش - مبادله صورت می‌گیرد. پس از آن بودریار این گونه تحلیل کرده است که حتی اگر اثر هنری کالا هم باشد، کالایی مطلق است که تمام ارزش‌های پیشین را پشت سر نهاده و با برداشتن مرزهای میان ارزش - مصرف و مبادله، اعجاب خاص خودش را دارد که بی‌شباهت به تجربه‌ی امر والا نیست. تنها تهدیدی که می‌ماند، بالا گرفتن تب بازتاب روح بازار است. به تعبیر لیونار، این به جای بیان روح زمان، بازتاب روح بازار و سوداگری است (Klamer, 1996, 39-41). شاید این نظر بودریار از زاویه‌ای دیگر، تأیید نظر آیینگ باشد که می‌گوید اقتصاد هنر، یک اقتصاد استثنایی است، زیرا اینجا نیز بودریار معتقد است که آلاشدن هنر، از ارزش آن نمی‌کاهد، چرا که کالایی است که

بردن قیمت‌ها به محیط واکنش نشان می‌دهد. مثلاً در یک منطقه از جهان، جنگ و ناآرامی می‌شود بلافاصله قیمت نفت و دلار تغییر می‌کند و این واکنش سیستم اقتصاد است. در اقتصاد، همه چیز به زبان قیمت ترجمه می‌شود، برای مثال در ارزیابی یک سیاست‌گذاری تأثیرش بر بازار ارزیابی می‌شود. سیستم اقتصاد به اختلال‌های محیطی فقط با زبان قیمت واکنش نشان می‌دهد (Ibid, 61)، مثل آلودگی هوا و تأثیر آن بر قیمت خودرو یا مسکن. فراموش نکنیم این فقط در یک جامعه مدرن که با الگوی شبکه‌ای اداره می‌شود و در آن سلسله مراتبی نیست، ممکن است. اقتصاد زمانی کاپیتالیستی یا مدرن می‌شود که پرداخت‌ها مدام در حال سیورورت باشند و پرداخت‌های دیگری را بازتولید کنند که اینجا همان سود تلقی می‌شود. لومان چنین چیزی را در جامعه مدرن اجتناب‌ناپذیر می‌داند، چرا که ماهیت مدرن سیستم‌ها به این بازتولیدپذیری‌های کاملاً درونی و خود-کنترل وابسته است. اگر به هر دلیل و با هر نیروی بازدارنده‌ای مثل اجبارهای سیاسی، از این فرایند ممانعت به عمل آید، سرمایه‌گذاری‌ها بی‌ثمر و عقیم می‌شوند. در حالی که سیستم اقتصاد هدفی جز تداوم جریان این پرداخت‌ها ندارد، جریانی که مثل چرخه‌ای باید در حرکت باشد. اکنون تصور کنید در کنار این چرخ، چرخه‌ای دیگر در گردش است مانند هنر. هنر چگونه می‌تواند تعامل سازنده با اقتصاد داشته باشد بدون این که این رابطه تبدیل به تبعیت شود و تنها در حد یک واکنش و هم‌نوایی باقی بماند؟ در نظریه سیستمی، سیستم هنر فقط با رمزگان زیبا/ زشت می‌تواند داده‌ها را رمزگشایی کند و بخواند (See. Luhmann, 2000, 193). واکنش‌های سیستم هنر همه از جنس هنرند. برای نمونه، واکنش هنرمند به جنگ و خشونت می‌تواند خلق یک اثر با موضوع تبعات و زشتی‌های جنگ باشد، مانند تابلوی گرونیکا اثر پیکاسو. اکنون می‌توان در تعیین ارزش آن با یک رویکرد فرمالیستی به بررسی زیبایی خطوط و رنگ‌های بسنده کرد یا به ارتباط فرم و محتوای اثر نیز توجه کرد. مهم این است که متوجه باشیم ارزش را در هنر نمی‌توان با معیارهای اقتصادی سنجید. اگر به زبان قیمت و با کدهای پرداخت و عدم پرداخت صحبت کنیم، از مرزهای سیستم هنر خارج شده و به اقتصاد و به طور خاص به اقتصاد هنر وارد شده‌ایم. آنچه در بدو امر باعث مطرح شدن اثر پیکاسو شده است، جنبه‌های هنری و زیبایی‌شناختی آن بوده است و سپس در بازار هنر حرفی برای گفتن داشته است. این یعنی، شک نیست که ارزش هنری می‌تواند ارزش اقتصادی بیافریند که البته عواملی که در تعیین آن مدخلیت دارند، بسیار قابل تأمل هستند. کارشناسان اقتصادی و کارشناسان هنری هر یک معیارهای خاص خود را دارند. اما همان اندازه که اقتصاد در هنر نقش دارد، هنر نیز در اقتصاد نقش دارد. طبق آنچه در نظریه سیستمی آمده است، به نظر می‌رسد تنها اگر هر سیستم بر طبق کارکرد خاص خود عمل کند، به لحاظ اجتماعی موفق خواهد بود. با این وصف اگر هنر بخواهد به قصد یک کالای اقتصادی شدن و پرداخت بیشتر تولید شود، مشکلی اساسی پیش خواهد آمد و آن این که هرگز هنر نمی‌شود و بیشتر به یک کالای اقتصادی مبدل می‌شود. اما اگر با هدف و کارکرد هنر خلق شود، می‌تواند حتی با وجود این که پرداخت زیادی برای آن شده، یک کالای هنری باقی بماند.

ارزش آن درون آن است و هنوز هم کالایی شگفتی آفرین است. فقط باید مراقب بود که ارزش آن به ارزش بازاری فروکاسته نشود. البته بودریار از فرایبانشناسی به عنوان مقوله‌ای برخاسته از روح زمانه یاد می‌کند که به التقاط تمام فرهنگ‌ها و سبک‌ها انجامیده است طوری که در فرهنگ معاصر، کار تشخیص هنر از سایر اشکال بصری یا تصاویر دشوار شده است، به این دلیل که معیارهای تشخیص از میان برخاسته‌اند. نمونه‌ای که ذکر کرده است تصاویر بی‌هنسوس است که به دلیل محتوا و نمایش بدنه‌ای برهنه، بیشتر به پورنوگرافی شبیه و یا مبلغ مد خاصی است، شبیه تصاویری که روی جلد مجلات برای ترغیب مردم به خرید یک محصول خاص است (Toffletti, 2011, 14).

استیون کانز از قول بودریار نقل می‌کند که در شرایط کنونی، تفکیک حوزه‌های اقتصاد و تولید از ایدئولوژی و فرهنگ ممکن نیست، چرا که تولید، تصویر و جلوه‌های فرهنگی به واحدهای اقتصادی تبدیل شده‌اند (تراسپی، ۱۳۸۹، ۳۰). دیدگاه کلامر چنین است که یک اثر هنری می‌تواند به مثابه یک کالای تولید شده ویژگی‌های متنوعی داشته باشد، برای مثال می‌تواند جنبه‌ی کاربردی داشته باشد و برای تزئین استفاده شود، می‌تواند در یک نگاه بودریاری، ارزش نشانه‌ای پیدا کند و از شأن و منزلت کاربر خود بگوید. مشخص تر بخواهیم بگوییم در مورد تئاتر، مردم به ارزش سرگرم‌کنندگی آن می‌اندیشند در عین حال که در یک تلقی بودریویی، واجد ارزش اجتماعی نیز هست و نوعی سرمایه‌ی فرهنگی محسوب می‌شود. این به امکانات متعدد یک کار هنری مربوط است که هم می‌تواند نوعی کار تولیدی به شمار آید و هم می‌تواند، در برداشتی شبیه برداشت جان دیویی، به مثابه یک فعالیت یا تجربه دیده شود که توانش ایجاد تجربه‌ی زیباشناختی را در خود دارد (Klamer, 1996, 17-26). البته کلامر متذکر می‌شود

استثنایی بودن اقتصاد هنرهای تجسمی

برای تعیین ارزش آثار هنری، معیارهای مشخص از پیش تعیین شده‌ای وجود ندارد. مثل تمام بخش‌های دیگر، اینجا در هنر نیز نوسان قیمت همه چیز را پیش‌بینی ناپذیر ساخته است. اما آلسیا زورلونی^{۱۷}، یکی از مهم‌ترین معیارها را اشتها هنرمند می‌داند، که البته خود این اشتها، به حامیانی همچون منتقدان، موزه‌داران، دلالان هنری و مورخان هنر وابسته است. این اقشار می‌توانند از نام هنرمند یک برند بسازند. جریانی که بر نقاشی رامبراند گذشت را همه به خاطر داریم. سال‌ها بعد، آشکار شدن این که اثر او نیست قیمت آن را پایین آورد، البته نه چندان، چون شهرتی که لازم بود به دست آمده بود. این نشان می‌دهد نقدهای منتقدان مکمل تجربه‌ی زیباشناختی و وسعت بخش آن است که کمیت و کیفیت آنها، در مقبول واقع شدن اثر بسیار مؤثر است. این همان هویت تاریخی هنرمند می‌شود که در کنار هویت سبکی او، از عوامل مهم بالابردن ارزش اقتصادی یک اثر است. این هویت سبکی به رمزهایی سبک‌شناختی وابسته است که برای اثر خلق شده، یک مبنای مستمر اعلام می‌کنند که البته می‌تواند در حال پیشرفت و تکامل باشد (Zorloni, 2013, 89-90). بدین ترتیب، «وقتی نام هنرمند، ویژگی‌های اثرش را در تخیل جمعی تداعی می‌کند، او در حال تبدیل شدن به یک برند است» (Ibid, 90).

واقعیت این است که از نظر کاندلا و کاستلانی، گفت‌مان اقتصادی و هنری، نزدیک‌تر از چیزی هستند که تصور می‌شود و با مؤلفه‌های مشابهی مثل عقلانیت، خلاقیت، روش، شهود و صوری بودن سروکار دارند. تفاوت در اولویت‌های مختلفی است که به این مؤلفه‌ها داده می‌شود. دید هنرمند و اقتصاددان به یک چیز، متفاوت از دید دیگری به آن است. برای مثال، یک چرخ بخشی از یک دوچرخه و یک میز عسلی بخشی از میلمان است و فقط دوشان آنها را طور دیگر به عنوان هنر، عرضه کرده است (Ibid, 1). البته در این نوع هنر باید جایگاه شهود و عقلانیت را مشخص کرد.

اگر پذیرفتیم که هنر شهود است، به آن معنا نیست که از عقلانیت تهی است و در انجام آن هیچ روش عقلانی به کار نمی‌رود، دقیقاً در نظر بگیرد انتزاع هندسی بیت موندریان، پوینتیلیسم^{۱۸} ژرژ سورا^{۱۹}، و هنر اپتیکال^{۲۰} ویکتور وازاری^{۲۱}، کسی که از پژوهش‌های علمی درباره چشم و حس بینایی استفاده کرد تا برجستگی‌هایی به اشکال هنری خود ببخشد، یا حتی اشراز علم در کاربرد قابلیت

ارزش آن درون آن است و هنوز هم کالایی شگفتی آفرین است. فقط باید مراقب بود که ارزش آن به ارزش بازاری فروکاسته نشود.

البته بودریار از فرایبانشناسی به عنوان مقوله‌ای برخاسته از روح زمانه یاد می‌کند که به التقاط تمام فرهنگ‌ها و سبک‌ها انجامیده است طوری که در فرهنگ معاصر، کار تشخیص هنر از سایر اشکال بصری یا تصاویر دشوار شده است، به این دلیل که معیارهای تشخیص از میان برخاسته‌اند. نمونه‌ای که ذکر کرده است تصاویر بی‌هنسوس است که به دلیل محتوا و نمایش بدنه‌ای برهنه، بیشتر به پورنوگرافی شبیه و یا مبلغ مد خاصی است، شبیه تصاویری که روی جلد مجلات برای ترغیب مردم به خرید یک محصول خاص است (Toffletti, 2011, 14).

استیون کانز از قول بودریار نقل می‌کند که در شرایط کنونی، تفکیک حوزه‌های اقتصاد و تولید از ایدئولوژی و فرهنگ ممکن نیست، چرا که تولید، تصویر و جلوه‌های فرهنگی به واحدهای اقتصادی تبدیل شده‌اند (تراسپی، ۱۳۸۹، ۳۰). دیدگاه کلامر چنین است که یک اثر هنری می‌تواند به مثابه یک کالای تولید شده ویژگی‌های متنوعی داشته باشد، برای مثال می‌تواند جنبه‌ی کاربردی داشته باشد و برای تزئین استفاده شود، می‌تواند در یک نگاه بودریاری، ارزش نشانه‌ای پیدا کند و از شأن و منزلت کاربر خود بگوید. مشخص تر بخواهیم بگوییم در مورد تئاتر، مردم به ارزش سرگرم‌کنندگی آن می‌اندیشند در عین حال که در یک تلقی بودریویی، واجد ارزش اجتماعی نیز هست و نوعی سرمایه‌ی فرهنگی محسوب می‌شود. این به امکانات متعدد یک کار هنری مربوط است که هم می‌تواند نوعی کار تولیدی به شمار آید و هم می‌تواند، در برداشتی شبیه برداشت جان دیویی، به مثابه یک فعالیت یا تجربه دیده شود که توانش ایجاد تجربه‌ی زیباشناختی را در خود دارد (Klamer, 1996, 17-26). البته کلامر متذکر می‌شود هنر به مثابه تجربه با تجربه‌های دیگری غیر از تجربه زیباشناختی متفاوت است، مثل تجربه خرید یک تابلو. پرداخت بهای بالای بلیت یک کنسرت باعث نمی‌شود تا آن را منصفانه نقد نکنیم (Ibid, 33). ابره تجربه‌ی زیباشناختی ما نمی‌تواند هنر به مثابه کالا باشد. این به معنای آن است که ارزش‌های هنری، که خط فارق میان هنر و غیر هنر ترسیم می‌کنند، غیر از ارزش‌های دیگر از قبیل ارزش‌های اخلاقی و اقتصادی هستند. هر چند کانت با ارائه‌ی سه نقد، که هر یک به سه حوزه‌ی متفاوت شناخت، اخلاق و زیباشناسی اختصاص داشت، شعار جدایی اخلاق و هنر را سر داده بود، اما همچنان دعوی فیلسوفان بر سر رابطه اخلاق و هنر تداوم یافت. در مورد ارزش‌های اقتصادی و هنری نیز در قرن بیستم اختلاف نظرها بالا گرفت. کارشناسان فرهنگی و اقتصادی اغلب مقابل هم قرار گرفتند و فرهنگی‌ها، اقتصاددانان را به اقدام به ارزش‌زدایی از هنر متهم کردند. البته اقتصاد هنر بیشتر از جانب هنرمندان مدرن انکار می‌شود، چرا که آنان به دنبال مخاطبان خاص و گسترش مرزهای هنر هستند. در حالی که هنرمندان پست مدرن برای مرززدایی و تمایززدایی هم که شده، عقیده دارند نباید اقتصاد هنر را انکار کرد. این اختلاف منظر به گذر تاریخ هنر از مرحله‌ای به مرحله‌ی دیگر حکایت دارد که به تحولات ساختاری، اجتماعی و فکری مربوط است. این گذر از زیباشناسی فلسفی و کلاسیک، مثل گذر ابرانسان نیچه از مرحله‌ی انسان و اسپین و انسان متوسط الحال است که

شکل‌گیری و تکامل بازار هنر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Ibid, 2-3).

در این تلقی، اقتصاد هنرهای تجسمی در سه حوزه قابل ارزیابی است. نوع سوم این ارزیابی به تأثیر فرهنگ بر اقتصاد متمرکز است. این همان چیزی است که باعث می‌شود در اغلب موارد اقتصاد فرهنگ را فرهنگ اقتصاد بخوانند، بدین معنا که علت هستی‌شناختی فقر یا درآمدهای پایین برخی هنرمندان تجسمی مثل گرافیک‌ها و طراحان هم ابعاد فردی و هم اجتماعی دارد. افزون بر این که مهارت و توانایی یک هنرمند در رونق گرفتن کار او مؤثر است نگاه متقاضی نیز عامل مؤثرتر دیگری است. این که یک مشتری، طراحی را به چشم اجتماع قلم و رنگ، و کاغذ یا یک کار صرفاً دیجیتال نبیند، خود می‌تواند عامل بسیار مهمی در تعیین بهای کار باشد. هنراز مقولاتی است که به زعم کسانی مثل بامول در شمار فعالیت‌های خدماتی قرار می‌گیرد، یعنی بخشی که نمی‌تواند با حضور ماشین صرف به انجام برسد و نقش و ایده‌های انسانی جزو لازم و لاینفک آن است. با این وصف، پر واضح است که توانایی فردی شرط لازم است، اما شرط کافی نیست و برای توفیق نیاز به حمایت بازار و فرهنگ دارد. چطور یک نمایش بدون حضور بازیگر باشد یا یک کنسرت بدون حضور خواننده اجرا شود. مجموع این عوامل، میزان هزینه تولید را بالا می‌برد در نتیجه کار برای مصرف با قیمت بالاتری عرضه می‌شود و این می‌تواند به کم شدن تقاضا بینجامد و شکاف عوایدی را دامن بزند (See, Cowen, 1996, 207-214). هر چند کمک‌های دولتی و بخش خصوصی و هدایا می‌توانند اندکی این شکاف را بپر کنند. اما مشکل همچنان پابرجاست و یکبار برای همیشه حل نمی‌شود. به هر حال عملکرد سیستم اقتصاد می‌تواند بر هنر تأثیرگذار باشد و هر گونه دخالت می‌تواند عواقب مطبوع و نامطبوعی ایجاد کند. اما یک چیز مسلم است و آن این که پرداخت بهای بیشتر برای بلیت یک کنسرت، مخاطب را مجبور به تحسین نخواهد کرد. شاید بهای بلیت بر تصمیم مخاطبان به رفتن یا نرفتن به کنسرت تأثیرگذار باشد، اما نمی‌تواند تجربه‌ی زیباشناختی آنها را تحت الشعاع قرار دهد. البته شاید در هنرهای اجرایی در تمام انواع و اشکال سرگرم‌کننده‌ی آن (فاخر و نازل)، تجزیه و تحلیل داده‌های گردآمده از میزان تقاضا و تولید و اجرای نمایش‌های زنده، نیز تحلیل عملکرد شرکت‌های با سهام عام و خاص اعم از انتفاعی و غیرانتفاعی در مدیریت آنها مد نظر کارشناسان فرهنگی قرار گیرد (Zorloni, 2013, 2). اما آنچه نظر مخاطب را در وهله اول جلب می‌کند، ویژگی‌های زیباشناختی اثر است. آیا ارزش‌هایی که ماهیت سوداگرانه^{۲۴} و اقتصادی دارند، می‌توانند بر ارزش داوری تأثیر بگذارند؟ آیا اجرا در یک سالن بزرگ با هزینه‌ی بالا می‌تواند بر ارزش زیباشناختی اثر تأثیر بگذارد؟ مجلل بودن یک قاب چطور؟ البته هنرهای اجرایی به این دلیل ذکر شد که موارد حاشی‌های از موارد اصلی تفکیک شوند.

همچنین روت توژ^{۲۵} از قول آدم اسمیت نقل می‌کند که نوازندگان، خوانندگان و بازیگران، درست مثل آباء کلیسا، وکلا، بازیکنان ورزشی، سخنوران و غیره صاحبان مشاغل مولدی که کارشان بهره‌وری بالایی داشته باشد، نیستند. صدای خواننده هر چه قدر هم بلند باشد، پس از اجرا شنیده نمی‌شود. کلامر عقیده دارد این منجر به تمایز قیمت از ارزش می‌شود و اینجا اقتصاد با قیمت سرو و کار دارد و نه ارزش

محاسباتی کامپیوتر برای تولید زیبایی از طریق فراکتال‌ها استفاده کرد. حتی نزد سورئالیست‌هایی که اعلام کردند صرفاً عامل غیرعقلانی می‌تواند هنر خلق کند، عقلانیت دارد به عنصر سازنده جریان‌های معاصر از دادائیسم تا اعمال تحریک‌آمیز فکری پی‌رو مانزونی و تا جنبش هنر مفهومی که فرایندهای ذهنی را بر تولید تکنیکی برتری می‌دهد، تبدیل می‌شود (Ibid).

اقتصاد هنر هم ریشه در اندیشه اقتصادی دارد و هم ریشه در مطالعات کارشناسان هنر، یعنی یک عده سهم عملی دارند، مثل هنرمندان و عده‌ای دیگر نیز سهم نظری دارند، مثل آدم اسمیت در قرن هجدهم و جان مینارد کینز در قرن بیستم و در سال‌های اخیر کنت گالبرایت و لیونل رابینز. برخی هنرمندان مثل اندی وارهول و جف کونز به شیوه‌های اقتصادی، فروش آثارشان را مدیریت می‌کنند، اصولاً هنرمندان پست مدرن تمایلی به انکار اقتصاد در هنر ندارند. برخی اقتصاددانان هم هستند که درگیر کارهای هنری هستند، مثل هانس ایبینگ. عده‌ای دیگر نیز که در زمینه اقتصاد هنر کار کردند، مثل ویلیام بامول^{۲۶} و ویلیام باون^{۲۷} در زمینه معضلات اقتصادی از قبیل بیماری هزینه فعال هستند، و مارک بلوگ در زمینه علم اقتصاد هنرها فعال است. در دهه ۱۹۹۰ اقتصاد هنر در اقتصاد سیاسی جایگاه خاصی به دست آورد، یعنی حوزه‌ای از اقتصاد کاربردی که به جای علائق انتزاعی روی یک بخش یا ابژه خاص فکری می‌کند (Ibid, 2). اکنون برای این که مشخص شود در مورد هر نوع هنر، اقتصاد هنر چه چیز را مورد مذاقه قرار می‌دهد تعریفی از آنها و پژوهش‌های اقتصادی آنها از کتاب زورلونی ذکر می‌شود:

«هنرهای تجسمی: هر چیز که در معرض حس بینایی قرار می‌گیرد و با آن تحسین می‌شود؛ هنرهای اجرایی: تمام اشکال سرگرمی چه آنها که آسان در دسترس هستند مثل موسیقی راک و جاز و سینما، و چه برخی دیگر که برای مصرف نخبه‌هاست همچون موسیقی کلاسیک، اپرا و یا باله؛ میراث فرهنگی: به معنی میراث ملموس و غیرملموس که بیان و جلوه‌های فرهنگی مردم هستند؛

هنرهای زیبا: آن بخش از هنرهایی که نیازهای زیباشناختی بازار را تأمین می‌کنند و رضایت خاطر ایجاد می‌کنند و کارکردهای نمادین دارند، مثل اتومبیل‌های مجلل، جواهرات، فرش، ساعت و عتیقه‌جات» (Ibid, 2).

اکنون از میان این هنرها، روی سخن ما با هنرهای تجسمی است که می‌توانند از زوایای گوناگون در معرض واکاوی اقتصادی قرار گیرند. از این رو، هر گونه پژوهش با محوریت اقتصاد در خصوص هنرهای تجسمی و زیبا می‌تواند به صورت‌هایی که در ادامه ذکر می‌شود، انجام گیرد.

نخست می‌توان مطالعاتی درباره‌ی بازار خصوصی هنر با توجه خاص به تحلیل قیمت‌های آثار هنری داشت. دوم می‌توان رقم‌های شاخص بازار هنر را بررسی کرد. سوم تقاضاهای فرهنگی و پویایی آن و تکامل بازارهای فرهنگی و برنامه‌های شهری را می‌توان ملاک قرار داد. چهارم سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی با مدیریت و توسعه موزه‌ها را می‌توان مطالعه کرد. این نشان می‌دهد که در اقتصاد هنر معاصر بیشتر

گرفت تا کلیت آن را درک کرد درست مثل متنی که با کلمات درشت نوشته می‌شود و خواننده برای درک کلیت متن به زحمت می‌افتد و سعی می‌کند آن را از خود دورتر سازد تا بهتر دیده و خوانده شود. در مورد درک یک اثر هنری بزرگ نیز گاهی فاصله زمانی بهترین فرصت را برای درک و کشف ظرفیت‌های پنهان آن و بیشترین شانس را برای وسعت بخشیدن به تجربه زیباشناختی حاصل از آن فراهم می‌کند. این که چرا یک اثر هنری می‌تواند ارزش اقتصادی داشته باشد آن هم در مواردی بالاتر از هر نوع کالای دیگر که با هزینه‌ی بالاتر و در شرایط سخت‌تری تولید می‌شود به این ویژگی‌های چهارگانه هنر بازمی‌گردد؛ نخست این که اثر هنری منحصر به فرد، اصل، محصول یک کار خلاقانه و بنابراین شبیه به یک اختراع یا نوعی ابداع است؛ دوم این که فرایند تولید با یک فقر قیمتی روبروست که ظرفیت بهره‌وری آن را محدود می‌کند؛ سوم تعیین ارزش تولید نیاز به همکاری عوامل متعدد دارد؛ چهارم انگیزه‌ی نوآوری مادی نیست (Zorloni, 2013, 26). به اعتقاد ایننگ، وضعیت بازار هنر برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، عجیب و غیرقابل پیش‌بینی است و به جز موارد خاص، اکثریت هنرمندان یا دغدغه‌های مالی را کنار می‌گذارند و اقتصاد را در هنر انکار می‌کنند و یا درویش‌نمایی می‌کنند و بی‌تفاوتی پیش می‌گیرند. این نوعی واپس‌زدن اقتصاد هنر است که نگران آینده بودن را به دل هنرمند راه نمی‌دهد (استلابراس، ۱۳۸۸، ۱۰۸). به هر حال انگیزه‌های فرهنگی رافدای انگیزه‌های اقتصادی نکردن از ویژگی‌های خاص هنر، به ویژه هنر تجسمی است که به ویژگی ساختاری آن تبدیل شده است و این می‌تواند دلیل تفاوت تولید یک پای‌افزار با یک تابلوی نقاشی باشد. به باور ایننگ همین مورد اخیر، بازار هنر را مستقل و متمایز از سایر بازارها می‌سازد. البته وجود اختلاف میان دو دسته از هنرهای فراتر و فروتر عامل دوام استثنایی بودن این اقتصاد است که با جریان‌های پسامدرنیستی و تمایززدایی گسترده و تداخل مرزهای هنر و غیر هنر تهدید می‌شود (ایننگ، ۱۳۹۲، ۵۴۳). اما همانطور که بسیاری از متفکران و حتی خود ایننگ نیز بیان داشته‌اند به نظر نمی‌رسد مرزها کاملاً از بین بروند، فقط یک جابجایی رخ خواهد داد و این آسیبی به این اقتصاد استثنایی وارد نمی‌آورد.

(Klamer, 1995, 96). البته برخی از اقتصاددانان فرهنگی بر این باورند که تنها دلیل قیمت‌های بالای برخی کارهای هنری، ارزش‌گذاری در بازار است. این مقابل دیدگاه آدام اسمیت در مکتب کلاسیک علم اقتصاد مدرن است که باور داشت مکانیسم بازار خود-کنترل بوده و جلوی هرگونه افراط و تفریط را به طور خودجوش سد می‌کند. روت توز فقط تمایز ارزش و قیمت را می‌پذیرد و غیرمولد بودن و نداشتن بهره‌وری این هنرها را کنار می‌گذارد. به نظر او حذف ترجیح‌های مشتری یا مصرف‌کننده که پیامد نادیده‌گرفتن بازار، به عنوان یکی از منابع تعیین چیستی ارزش هنر است می‌تواند تبعات یکسونگرانه‌ی ناخوشایندی به همراه داشته باشد. توز نیز همچون فرای معتقد است برای اقتصاددان نیز در این مقوله باید سهمی قائل شد. منظر کلامر، دیدگاه اقتصاددانان نوکلاسیک را که با اندکی نرمش، دخالت محدود و تحت نظارت دولت را می‌پذیرند، کنار می‌گذارد، اما طبق نظر توز، حُسن این پارادایم اقتصادی در این است که قیمت بازار و ارزش هنر را معادل قرار نمی‌دهد. بی‌تردید هنرمندان، حتی طولانی‌تر از صاحبان سایر مشاغل، ساعت‌های متوالی کار می‌کنند اما در مجموع عایدی کمتری دارند و عایدی آنها با بالا رفتن متغیرهایی مثل سن، تجربه و آموزش بیشتر نمی‌شود. این نشان می‌دهد که نظریه سرمایه‌انسانی در مورد کارهای هنری مصداق پیدا نمی‌کند (Ibid, 97-98). بر این اساس شکوفایی استعداد و نبوغ هنری، در گرو داشتن مدرک دانشگاهی و گذراندن دوره‌های آموزش عالی نیست. نبوغ برای شکوفایی نیاز به همراهی ذوق دارد، زیرا اولین مخاطب یک اثر هنری، خود همان خالق اثر است که دائم سعی می‌کند اثر خود را درک کند. البته مشکلی هست و آن این که هنرمندان وقتی عایدی متغیر و پیش‌بینی ناپذیری دارند، به عنوان یک بخش از نیروی کار چگونه باید تعریف شوند یا بهتر است بگوییم چه نیرو و اهرمی کار کنند؟ این مهم است که بدانیم از حیث درآمدی به کدام یک از اقشار جامعه نزدیک‌ترند؟ البته این سؤال پاسخ روشن و واحدی ندارد، زیرا همه هنرمندان موقعیت یکسانی ندارند و عناصر متعددی در ارزش‌گذاری اثر دخیل هستند، مانند گذر زمان. معمول چنین است که برای دیدن یک نقاشی خیلی بزرگ باید از آن فاصله

نتیجه

یک نقاشی خیلی بزرگ باید از آن فاصله گرفت تا کلیت آن را درک کرد، در مورد درک یک اثر هنری بزرگ نیز گاهی فاصله زمانی بهترین فرصت و بیشترین شانس را برای وسعت بخشیدن به تجربه زیباشناختی حاصل از آن فراهم می‌کند. به همین دلیل نقاشی‌هایی که در بازار هنر گران به فروش رفته و می‌روند، در اغلب موارد بعد از زمان حیات پدیدآورشان بوده‌اند. آنچه با گذر زمان ارزشمند می‌شود، نبوغ هنرمند است که مورد به مورد کشف می‌شود، نظیر آنچه در کشف الگوهای فراکتالی آثار جکسون پالاک اتفاق افتاد.

به هر حال این که در هیچ یک از مراحل تولید نمی‌توان قیمت یک نقاشی یا مجسمه را تخمین زد، ناشی از ویژگی‌های ساختاری هنر

هنرهای تجسمی هزینه کمتری در تولید صرف می‌کنند، اما با این همه در بازار هنر رقم‌های بالا و بعضاً باور نکردنی را به خود اختصاص داده‌اند. این یکی از مواردی است که اقتصاد این نوع هنر را استثنایی‌تر از سایر ژانرهای هنری نشان می‌دهد. البته، عناصر متعددی در ارزش‌گذاری یک اثر هنری مدخلیت دارند مانند آوازه، سبک، هویت تاریخی و ملیت هنرمند. اما اگر بخواهیم در این مقوله نیز همچون نقد هنر از مؤلف صرف نظر کنیم گزینه‌های دیگر می‌توانند دلالت و مشاوران، منتقدان و گالری‌ها باشند. اما در این میان نمی‌توان از عاملیت گذر زمان غافل شد، زیرا گاهی فاصله زمانی باعث بهتر دیده شدن اثر می‌شود. درست مثل وقتی که برای دیدن

نقطه‌ی تلاقی آنها ارزش و فرهنگ است. نگاه اقتصاد به یک تولید از جنبه‌های سودگرایانه است، در حالی که نگاه هنر به دنبال کشف ظرفیت‌های پنهان برآمده از نبوغ و خلاقیت برای ایجاد یک واکنش توأم با حس خوشایندی است. دقیقاً همین سوداگری و نبوغ است که ماهیت و جوه عقلانی اقتصاد و هنر را از هم متفاوت می‌کند، اما نه آن اندازه که نتوانند تعامل داشته باشند. درست به همین دلیل گاهی نبوغ یک هنرمند ارزش‌های اقتصادی بالایی را به خود اختصاص می‌دهد. بررسی‌ها نشان می‌دهد گاهی جادوی نبوغ می‌تواند اقتصاد را شگفت‌زده کند همانطور که حذف هنرهای بصری مصادف است با بیکاری طیف بسیاری از مردم یک جامعه. اقتصاد هنر دقیقاً قصد دارد تا در مواجهه‌ی اقتصاد و هنر، توانش اقتصادی هنر را به شرط حمایت‌های لازم جدی‌تر بگیرد.

است که قصد ندارد مستقیم دست در دست اقتصاد بگذارد، گاهی به زعم کسانی همچون مارسل دوشان به مقابله با تجاری‌سازی و تکثیر هنر برمی‌خیزد تا همچنان ماهیت مستقل آن محفوظ بماند. آن چه علی‌رغم تمام تغییر و تحولات سبک‌ها در هنرهای تجسمی، ثابت به نظر می‌رسد، ماهیت ساختاری هنر است که جریان مدرن‌سازی و پسامدرن‌سازی هنر نتوانسته است آن را تغییر دهد، زیرا در نظریه سیستمی این ساختار است که کارکرد را تعیین می‌کند و ساختار هنر همواره یک انتظار دارد که همان تداوم حیات هنر است. انتظار همان کارکرد است که با حفظ جنبه‌های استثنایی اقتصاد هنر اجازه نمی‌دهد یک اثر هنری به یک کالای اقتصادی تبدیل شود و این بیش از هر چیز در اقتصاد هنرهای تجسمی روی می‌دهد. مطالب اخیر، از دوری و قرابت دو گفتمانی حکایت دارند که

پی‌نوشت‌ها

- ۲۱ Victor Vasarely، نقاش، طراح و نویسنده مجاری - فرانسوی، فعال در زمینه‌ی پاپ آرت.
 ۲۲ William Jack Baumol، اقتصاددان آمریکایی که به دلیل ارائه نظریه تأخر بهره‌وری معروف است.
 ۲۳ William Gordon Bowen، استاد اقتصاد دانشگاه پرینستون که در زمینه مشکلات اقتصادی هنرهای اجرایی فعالیت می‌کرد.
 24 Utilitarian.
 ۲۵ Roth Towse، استاد دانشگاه اکستر و محقق در زمینه اقتصاد و فرهنگ.

فهرست منابع

- استالابراس، جولیان (۱۳۸۸)، هنر معاصر، احمد رضا تقاء، ماهی، تهران.
 ایننگ، هانس (۱۳۹۲)، چرا هنرمندان فقیرند؟ اقتصاد استثنایی هنر، حمیدرضا شش‌جوانی، لیلا میرصفیان، دانشگاه هنر اصفهان، تحقیقات نظری، تهران.
 اینگلیس، دیوید (۱۳۹۴)، فرهنگ و زندگی روزمره، نازنین میرزاییگی، گمان، تهران.
 تراسبی، دیوید (۱۳۸۹)، اقتصاد و فرهنگ، کاظم فرهادی، نی، تهران.
 ریتزر، جورج (۱۳۸۵)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، علمی، تهران.
 شندلیاخ، هربرت (۱۳۹۵)، تاریخ و تبیین مفهوم خرد، رحمان افشاری، مهراندیش، تهران.
 Cowen, Tyler (1996), Why I Do Not Believe in the Cost-Disease: Comment on Baumol", *Journal of Cultural Economics*, N.20, PP. 207-214.
 Heibrun, James & M. Gray, Charles (2004), *The economics of Art and Culture*, Second Edition, Cambridge University Press, Cambridge.
 Klammer, Ario (1996), *The Value of Culture: On the Relationship Between Economics and Arts*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
 Luhmann, Niklas (2000), *Art as a Social System*, Trans. Eva M. Knodt, Stanford University Press, Stanford.
 Luhmann, Niklas (1986), *Ecological Communication*, Trans. John Bednarz, Jr. University of Chicago press, Chicago.
 Toffoletti, Kim (2011), *Interpreting Key Thinkers for the Arts: Bau-drillard Reframed*, Published by I.B Tauris, New York and London.
 Zorloni, Alessia (2013), *The Economics of contemporary Art: Markets, Strategies and Stardom*, Springer, Heidelberg.

- ۱ Throsby, David، اقتصاددان فرهنگی معاصر از استرالیا، استاد اقتصاد دانشگاه مکواری که در زمینه اقتصاد هنرهای تجسمی مطالعه می‌کند.
 ۲ Talcott Parsons، جامعه‌شناس معاصر آمریکایی در سنت کلاسیک که با نظریه کنش اجتماعی‌اش شناخته می‌شود.
 ۳ Niklas Luhmann، جامعه‌شناس معاصر آلمانی که نظریه‌ی سیستم‌های اجتماعی او شناخته شده است. او رفتار تک تک واقعیت‌های اجتماعی، از جمله اقتصاد و هنر، را در قالب یک سیستم اجتماعی مطالعه کرده است.
 ۴ Arjo Klammer، متفکر هلندی معاصر متولد ۱۹۵۳، که در زمینه اقتصاد و فرهنگ و به طور خاص اقتصاد هنر مطالعه می‌کند.
 5 Traditional Economists.
 6 Instrumental Rationality.
 ۷ Max Karl Emil Weber، جامعه‌شناس، استاد اقتصاد سیاسی، تاریخ‌دان، حقوق‌دان و سیاست‌مدار معاصر آلمانی که نظریه نقد عقلانیت ابزاری از او شناخته شده است.
 ۸ David Inglis، جامعه‌شناس معاصر، محقق در زمینه فلسفه، جامعه‌شناسی فرهنگی، نظریه اجتماعی، جامعه‌شناسی تاریخی و مطالعات جهانی‌سازی.
 ۹ Hans Abbing، هنرمند و استاد هنر دانشکده فرهنگ و هنر دانشگاه اراسموس روتردام، متولد هلند که در زمینه اقتصاد هنر مطالعه می‌کند.
 ۱۰ Herbert Schnadelbach، فیلسوف معاصر آلمانی نویسنده کتاب تاریخ و تبیین مفهوم خرد.
 ۱۱ William D. Grampp، اقتصاددان آمریکایی معاصر، علاقه‌مند به تاریخ اندیشه‌ی اقتصادی.
 ۱۲ Adam Smith، فیلسوف اخلاق‌گرای اسکاتلندی دوره‌ی روشنگری که کتاب ثروت ملل شرح اندیشه‌های اقتصادی اوست. نظریه‌های او در شکل‌گیری اندیشه‌ی مارکس مؤثر بود.
 13 Deconstruction.
 ۱۴ Barbara Hernstein Smith، منتقد و نظریه‌پرداز ادبی آمریکایی.
 15 Essentialist.
 ۱۶ Pierre Bourdieu، پی‌یر بوردیو جامعه‌شناس و فیلسوف معاصر فرانسوی که نظریه نسبیت قضاوت‌های ذوقی از او معروف است.
 ۱۷ Alessia Zorloni، مشاور هنر و محقق اقتصاد هنر در میلان.
 ۱۸ Pointillism، به معنی نقطه چینی یا نقطه نقطه یکی از سبک‌های نقاشی پسامپرسیونیستی.
 19 Georges Seurat.
 ۲۰ Op art، هنرهای چشمی.