

بررسی موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران

فرزانه چاوش باشی*

مرتضی شاکری**

چکیده

در این مقاله به مقوله نگارخانه‌ها و موانع سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی پرداخته شده است. در این راستا نخست به تعریف نگارخانه‌ها پرداخته شده و سپس چگونگی فعالیت اقتصادی در حوزه فرهنگ و هنر توصیف گردیده و در ادامه موضوعاتی از قبیل سرمایه گذاری و مشارکت اقتصادی، خصوصی سازی، مشارکت فرهنگی و هنری تشریح و در نهایت هنرهای تجسمی و ابعاد اقتصادی آن تبیین گردیده است. در ادامه ضمن ارائه چارچوب تحقیق، فرضیات، سوالات و اهداف پژوهش به نتایج حاصله از تجزیه و تحلیل اطلاعات اشاره شده است.

کلید واژه‌ها

نگارخانه، اقتصاد فرهنگ، اقتصاد هنر، مشارکت فرهنگی و هنری، خصوصی سازی

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب

** کارشناس ارشد مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی

مقدمه

یکی از زمینه‌های مهمی که کسب اطلاعات و شناخت گرایش‌ها و دیدگاه‌ها در آن زمینه اهمیت فوق العاده‌ای دارد، بحث سرمایه گذاری و مشارکت بخشی خصوصی در حوزه‌های فرهنگی - هنری می‌باشد. مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی در عرصه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی از جمله موضوعاتی است که در جامعه‌ی ما اخیراً به طور جدی مطرح شده است و به خصوص بعد از تدوین برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موقعیت ویژه‌ای یافته است.

البته باید توجه داشت که مشارکت در عرصه‌های گوناگون، شاخص‌های متفاوتی می‌یابد. در عرصه سیاست، بارزترین شاخص، دخالت توده‌ها در تعیین سرنوشت خویش و شرکت در انتخابات، مهم‌ترین نماد چنین مشارکتی است. در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی، حضور مردم در اجرای طرح‌های عمرانی در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی مورد نظر است که سرمایه گذاری‌های مالی و انسانی بخش خصوصی، شاخص آن است.

مشارکت در عرصه فرهنگی نیز اگرچه بیشتر صبغه‌ی اقتصادی می‌یابد و سرمایه گذاری بخش خصوصی در امور فرهنگی را مطرح می‌سازد اما نباید مشارکت در این حوزه را با ملاحظات اقتصادی صرف، تبیین نمود. ماهیت موضوعات فرهنگی در بسیاری از موارد، انجام مشارکت‌هایی را با انگیزه‌های غیرمالی ممکن می‌سازد. باید خاطر نشان ساخت که در مشارکت‌های فرهنگی، انگیزه‌های مالی و اقتصادی برای مشارکت جویان، قوت کم‌تری نسبت به فعالیت‌های اقتصادی محض می‌یابد.

متأسفانه مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی در حوزه‌های فرهنگی - هنری در جامعه‌ی ما با مسائل و مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌باشد. بنا به دلایل ساختاری، بخش خصوصی در ایران کارکرد

در حوزه امیدها، انتظارات و دیدگاه‌ها که بخشی از انگیزه‌های رفتاری انسان را تشکیل می‌دهد، علاوه بر پژوهشگران، کارشناسان، برنامه‌ریزان و تصمیم گیران همواره در زمره کسانی قرار گرفته‌اند که می‌خواهند بدانند مردم درباره موضوعات مختلف چگونه می‌اندیشند؟ به عبارت دیگر برای مدیریت بهتر یک جامعه یا مؤسسه و یا شرکت در زمینه‌های گوناگون بالاخص زمینه‌ی فرهنگی اهمیت دارد که بدانیم مردم در باره سیاست‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌ها چگونه می‌اندیشند؟ آیا برنامه‌ها یا فعالیت‌های خاصی را تأیید می‌کنند؟ چه ویژگی‌هایی از نظر آنها مطلوب و کدام یک نامطلوب است و چه عواملی را تسهیل کننده فعالیت‌ها و یا مانع آن می‌دانند؟

به این ترتیب این نوع از شناخت به ما امکان می‌دهد که نقطه حرکت خویش را تعیین کنیم و نتایج عوامل اثرگذار (اعم از اقدامات برنامه‌ریزی شده و یا اتفاقات خارج از کنترل) را ارزیابی کنیم. این شناخت هم پیش شرط هر اقدام است و هم ابزاری ضروری برای هر سنجش و ارزشیابی. به همین دلیل همه کسانی که به ویژه در حیطه‌ی مسائل فرهنگی و هنری و مدیریت آن فعالیت می‌کنند باید بدانند که مخاطبین آنها چه کسانی هستند؟ چگونه می‌توان بر آنها تأثیر گذاشت و به چه مواردی اهمیت بیشتری می‌دهند؟ چه مسائلی مانع فعالیت مطلوب آنها در زمینه‌های فرهنگی هنری می‌باشد؟ و چه عواملی می‌تواند مساعد کننده زمینه‌ی فعالیت آنها شوند؟

به دلایل فوق، در طول دهه‌ی اخیر در جهان تا حد بسیار زیادی به بررسی آگاهی‌ها، گرایش‌ها، و رفتارها به ویژه در حوزه‌های فرهنگی و هنری پرداخته شده است به گونه‌ای که عده‌ای آن را یک روش نامیده‌اند و از آن در ادبیات علمی با نام اختصاری KAP یاد می‌کنند.

مطلوبی آنچنان که در جوامع اروپایی از آن انتظار می‌رود ندارد.

در حال حاضر با توجه به اینکه سیاستگذاران فرهنگی در جامعه ما به تبع سیاست‌های کلان، با تأکید بر توجیحات اقتصادی، فعالیت بخش خصوصی را موجه تشخیص داده‌اند، به ناگزیر باید شرایط و امکانات لازم برای فعالیت‌های بخش خصوصی را نیز فراهم کنند و برای بهره‌گیری از سرمایه‌ها و ذخایر تخصصی موجود در این بخش، به تعهداتی در مقابل آنان گردن نهند. ایجاد ضمانت‌های حقوقی و قاعده مند ساختن رفتار بخش دولتی با بخش خصوصی از آن جمله است. چراکه بی‌قاعدگی و سلیقه‌ای رفتار کردن با سرمایه‌گذاران خصوصی، اعتماد و اطمینان را از آنان سلب نموده و این بخش را به فرصت طلبی و سودجویی هرچه بیشتر می‌کشاند.

در نوشتار حاضر، به یکی از حوزه‌های مهم فعالیت‌های فرهنگی یعنی نگارخانه‌ها و موانع سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در آنها پرداخته‌ایم. نگارخانه‌ها از جمله مراکز فرهنگی - هنری می‌باشند که با ارائه و به نمایش گذاشتن محصولات فرهنگی می‌توانند نقش به‌سزائی در ارتقاء و توسعه فرهنگی ایفاء نمایند.

نگارخانه‌ها از ابزارهای مهم فرهنگی می‌باشند که می‌توان جهت توسعه و ارتقاء عناصر فرهنگ خودی به نحو مطلوبی از آنها بهره گرفت. این مراکز گذشته از محلی جهت گذراندن اوقات فراغت، می‌توانند مکان مناسبی جهت انتقال ارزش‌های مثبت فرهنگ ایرانی - اسلامی بوده و سهم بسزایی در مقابله با تهاجم فرهنگی ایفاء نمایند. این امر مستلزم سیاستگذاری دقیق در این زمینه و تقویت و هدایت نگارخانه‌ها در این جهت می‌باشد.

از جمله مشکلات مهمی که نگارخانه‌های شهر تهران در حال حاضر با آن مواجه می‌باشند عدم تمایل

بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش می‌باشد.

بدون شک عناصر و عوامل گوناگونی در این امر دخیل بوده و به عنوان موانع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این زمینه عمل می‌نمایند. از جمله این عوامل می‌توان به عدم حمایت‌های مالی دولت، عدم گرایش مردم به استفاده از نگارخانه‌ها، بالا بودن هزینه نگارخانه‌ها در مقابل درآمد آنها، عدم وجود امکانات کافی و ارزان، موانع قانونی فعالیت نگارخانه‌ها، برخورد‌های سلیقه‌ای و کنترل شدید دولت بر نگارخانه‌ها، عدم وجود محصول کافی جهت ارائه در نگارخانه‌ها، ضعف‌های فرهنگی ساختاری و سود دهی پایین اشاره کرد. البته کلیه موارد مذکور جهت تبیین دقیق نیازمند انجام تحقیق همبستگی می‌باشند تا رابطه‌ی آنها با عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها دقیقاً مشخص شود.

آنچه که نوشتار حاضر در پی آن می‌باشد، بررسی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با موانع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های مذکور می‌باشد و از این طریق سعی خواهد شد تا اطلاعات ثانویه جهت انجام تحقیقات بعدی در این زمینه فراهم گردد.

فعالیت اقتصادی در حوزه ی فرهنگ و هنر:

با نگرش جدیدی که از دهه دوم انقلاب در رابطه با الگوی توسعه‌ی اقتصادی ایران از طریق آزاد سازی اقتصاد و خصوصی کردن اقتصاد پدید آمده است ایجاد می‌کند عوامل موثر بر رشد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه فرهنگ شناخته شود. لذا هنگام بررسی وضعیت بخش‌های مختلف اقتصاد هر کشور، یکی از موضوعاتی که معمولاً توجه اقتصاددانان را به خود جلب می‌نماید نقش بخش خصوصی در آن حیطه می‌باشد. چند پرسش مهم در این چهار چوب مطرح می‌شود که عبارتند از:

- چه ضرورتی برای دخالت بخش خصوصی در آن حوزه وجود دارد؟

- این دخالت، عملاً چه نتایجی در بردارد؟

- ابزار اقتصادی مناسب برای این دخالت چیست؟

با اینکه در بررسی‌های انجام شده، دخالت بخش خصوصی در حوزه‌هایی چون صنعت و کشاورزی کشورها، ادبیات نظری و تجربی نسبتاً گسترده‌ای برای پاسخگویی به این پرسش‌ها وجود دارد لیکن بخش فرهنگ و هنر فاقد چنین ادبیاتی است، لذا گسترش فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی در بخش فرهنگ و هنر ایران و در نتیجه افزایش اندازه نسبی آن در اقتصاد ملی در مقایسه با فعالیت‌های صنعتی و کشاورزی پدیده‌ای است متأخر که از عوامل اقتصادی و اجتماعی به ویژه، رشد روزافزون جمعیت شهرنشین کشور در سه دهه اخیر و در پی آن افزایش تقاضا برای محصولات فرهنگی و هنری مورد نیاز برای پرکردن اوقات فراغت این جمعیت ناشی شده و به این ترتیب، در عمل دخالت بخش خصوصی در فرهنگ و هنر را در پی داشته است.

فعالیت بخش خصوصی در حوزه تولید و مصرف محصولات صنعتی و کشاورزی اساساً جنبه مادی دارد که آن را به موضوع مناسبی برای تحلیل اقتصادی تبدیل می‌نماید؛ و از گذشته‌های دور، فعالیت همین واحدها در بخش تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی هنری در هاله‌ای از معنویت فرو رفته و به عبارت دیگر، انتظار داشتن هدف‌های مادی از این فعالیت‌ها و تصمیمات و چون و چرای اقتصادی در باره آن را امری ناروا جلوه داده است.

بنابراین نظریه پردازان اقتصادی نیز وجود مقاصد غیرمادی در فعالیت‌های تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری را تشخیص داده و به مثابه یک وجه تمایز مهم از سایر فعالیت‌ها تبیین کرده‌اند،

اما این باعث نشده که مناسبات تولیدی و مصرف در بخش فرهنگ و هنر را از حیطه‌ی تحلیل‌های اقتصادی خرد و کلان خارج کنند. به همین دلیل در چند دهه اخیر در کشورهای غربی، ادبیات نسبتاً گسترده‌ای در حوزه تحلیل اقتصادی تحولات این بخش شکل گرفته است.

سرمایه گذاری و مشارکت اقتصادی

اگر مشارکت را به معنای شرکت داوطلبانه، ارادی و آگاهانه‌ی افراد، گروه‌ها و سازمان‌های تشکیل دهنده یک جامعه در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آن برای رسیدن به توسعه پایدار و متوازن و همه جانبه زندگی در نظر بگیریم، می‌توان گفت که مشارکت به این معنا پدیده و مفهومی است که طرح آن دست کم به چند دهه پیش باز می‌گردد. از این رو شکل‌گیری ابعاد گوناگون مشارکت شامل: مشارکت اجتماعی - مشارکت سیاسی - مشارکت فرهنگی و مشارکت اقتصادی می‌باشد. (کوثری، ۱۳۷۹: ۱۹)

مشارکت در قلمرو صنعت و بازرگانی بدین منظور پرورده گردید تا مردم را از دیدگاه روانی و عاطفی نه تنها در کارگردانی صنعت که در مالکیت آن شریک سازد و از این راه علاوه بر ستیز با حالت روانی، سرخوردگی و از خودبیگانگی ناشی از پیچیدگی‌های کار، پایه‌های پایداری و پایایی صنعت و بازرگانی را نیرومند سازد و موجب افزایش میزان بهره‌وری در تولید، پرتوان کردن سازمان‌های بازرگانی و صنعتی، نیرومند کردن نیروی کار، فراهم آوردن مالکیت گسترده مردمان و سرانجام پدید آوردن یگانگی و وحدت میان شهروندان نیز گردد. (طوسی، ۱۳۷۲، ۲)

انتخاب از میان شکل‌های مختلف سرمایه گذاری، هم برای دولت‌ها و هم برای افراد تا حد زیادی به ارزیابی هزینه‌ها و منافع این سرمایه

خصوصی سازی، رهیافتی جهت جلب مشارکت اقتصادی

فرآیند خصوصی سازی از نیمه دوم دهه ۱۹۸۰، به سرعت افزایش یافته است.

خصوصی سازی در کشورهای در حال توسعه، اغلب در چارچوب سیاست‌های تثبیت، تعدیل و برنامه کاهش بدهی‌ها صورت گرفته است در حالی که در کشورهای در حال گذار تحولات نظام مند، موج‌های مختلف خصوصی سازی را در بر می‌گیرد.

خصوصی سازی برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. در اینجا، سه نوع فعالیت متمایز را مشخص می‌کنیم که می‌توان اصطلاح خصوصی سازی را در باره آنها به کار برد. دسته اول، فعالیت‌هایی است که بنگاه‌های عمومی، در یک بازار رقابتی انجام می‌دهند. (برای مثال کارخانه‌های تولید کننده کالای مصرفی یا سرمایه ای). دسته دوم، فعالیت‌هایی است که بنگاه‌های عمومی در شرایط انحصاری انجام می‌دهند و می‌توان آنها را به انحصارهای طبیعی (گاز، برق و آب) و انحصاری‌های مصنوعی - ناشی از محدودیت بنگاه‌های دیگر (اعم از داخلی و خارجی) در ورود به بازار تقسیم کرد (کارخانه‌های اتومبیل سازی از این نوع‌اند) و دسته سوم شامل عقد قراردادهایی در مورد خدمات بخش عمومی از جمله گردآوری زباله‌ها و خدمات مربوط به زندانیان است.

به منظور ارزیابی درست سیاست خصوصی سازی باید دلایل ایجاد بنگاه‌های عمومی را به اختصار بیان کنیم. یکی از دلایل استقرار این بنگاه‌ها، تأمین امنیت ملی بوده است.

صنایع دفاعی و بنگاه‌های حمل و نقل عمومی اغلب بدین منظور ایجاد شده‌اند. دلیل دیگر این کار تشخیص روندهای افزایش درآمدها است. خرید محصولات و بازاریابی آنها اغلب در خدمت این هدف بوده است. به ویژه در مواردی که جمع‌آوری مالیات

گذاری‌ها بستگی دارد. بدیهی است که هریک از انواع سرمایه‌گذاری‌ها، با توجه به میزان هزینه‌های لازم، منافع مورد انتظار مقیاس زمانی هزینه‌ها، منافع و بالاخره خطرات احتمالی آنها با هم تفاوت دارند.

یک سرمایه‌گذاری از نظر فرد و جامعه زمانی سودآور است که منافع مورد انتظار آن از هزینه‌های مورد انتظارش بیشتر باشد. بنابراین در انتخاب میان انواع سرمایه‌گذاری‌ها، افراد یا دولت‌ها سعی بر ارزیابی هزینه‌ها، منافع و تعیین نوع سرمایه‌گذاری دارند، که با توجه به هزینه ثابت و مشخص، بیشترین سود ممکن را دارا باشد.

سرمایه‌گذاری بخش خصوصی نباید صرفاً در صنایع غیرضروری باشد. در ضمن به ظاهر هم که شده ارزش سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگی کمتر از سرمایه‌گذاری در بخش صنعت یا تکنولوژی جلوه می‌نماید و این ممکن است به دلیل باشد که توجه عمومی متوجه سود و منافع است که از این سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ و تعلیم و تربیت توسط دولت‌ها از بودجه عمومی انجام پذیرفته و فرصتی برای بخش خصوصی داده نشده است.

حال این سوال مطرح می‌شود که آیا می‌توان این مقیاس‌ها را برای هر نوع سرمایه‌گذاری، خصوصاً سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی و آموزشی به کار گرفت؟ (پولوس، ۱۳۷۲: ۵۲)

بدون شک، یکی از مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری و تشکیل سرمایه است که این امر زمینه را برای رشد و توسعه اقتصادی جامعه مهیا می‌سازد.

ماهیت تشکیل سرمایه، عبارت از تلاش جامعه برای تولید کالاهای سرمایه‌ای به منظور امکان رشد و توسعه فعالیت‌های تولیدی.

دشوار یا غیرممکن بوده است. خودکفائی و امنیت اقتصادی از دیگر انگیزه‌های مهم ایجاد بنگاه‌های بخش عمومی است. دلیل دیگر، حمایت از صنایع نوپاست و این حمایت گاهی اوقات شامل مالکیت آنها نیز شده است. نبود انگیزه برای بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در حوزه‌های اقتصاد کلان-مقیاس، انگیزه نیرومندی برای ایجاد بنگاه‌های عمومی به ویژه در کشورهای در حال توسعه فقیر بوده است. این واقعیت که خصوصی سازی اغلب همراه با اصلاحات اقتصادی دیگر صورت می‌گیرد ارزیابی جداگانه آثار آن را دشوار می‌کند. موفقیت یا شکست خصوصی سازی ارتباط تنگاتنگی با موفقیت یا شکست کل فرایند اصلاحات اقتصادی دارد.

مشارکت فرهنگی و ابعاد گوناگون آن

از فرهنگ، مفاهیم و معانی مختلفی استنباط شده است که ذکر آنها در رسیدن به یک تعریف کلی می‌تواند رهنمون باشد. فرهنگ بر مبنای تعریف مورد قبول کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی (مکزیکوسیتی، ۱۹۸۲)، «فرهنگ عبارتست از مجموعه ویژگی‌های مادی و معنوی، فکری و احساس متمایزی که مختص یک جامعه یا گروه اجتماعی باشد». این تعریف جنبه‌های مختلف زندگی، سنت‌ها، باورها و هنر و ادبیات را در بر می‌گیرد و در عین حال حقوق اساسی انسان را در نظام ارزش‌های خود در نظر دارد. فرهنگ یک کشور به فرهنگ تحصیل‌کردگان و دانش‌آموختگان آن کشور محدود نمی‌شود بلکه فرهنگ، مرام و میراث فرهنگی را هم شامل می‌شود و نیز از طریق هوش و خلاقیت نسل‌ها غنی گشته و توسعه می‌یابد. فرهنگ زنده نمی‌تواند درون نگر صرف باشد. مبادلات با فرهنگ‌های دیگر است که آنرا بارور می‌سازد. سرانجام باید توجه داشت که فرهنگ علمی نقشی با اهمیت

روزافزون در فرهنگ بشری دارد و به آن جایگاه جهانی می‌بخشد. (همدیانی، ۱۳۷۲، ۱۰۶)

تعریف مشارکت فرهنگی از حیث ملاحظات نظری و روش شناختی، از تعریف عمومی مشارکت که در ابتدای بحث گفته شده، جدا نیست. بنابر این با توجه به آن، مشارکت فرهنگی عبارت است از: بهره‌گیری عموم مردم از منابع فرهنگی جامعه منظور از منابع فرهنگی، در معنای وسیع کلمه مجموع کالاها و اشیاء در دسترس است که انجام فعالیت‌های فرهنگی را ممکن یا تسهیل می‌کند. فعالیت‌های فرهنگی، فعالیت‌هایی هستند که اعضای یک جامعه از طریق آن خودشان را محقق می‌سازند، استعدادهای خود را توسعه و شخصیت خود را گسترش می‌دهند»

اما در بحث مشارکت فرهنگی باید توجه کامل به متغیرهای اقتصادی-اجتماعی داشت. (کوثری، ۱۳۷۹: ۲۲)

در چند دهه اخیر علم اقتصاد نیز همچون سایر علوم اجتماعی شاخه‌های متعددی پیدا کرده است. امروزه اقتصاد فرهنگ و هنر در کنار شاخه‌هایی چون اقتصاد بهداشت، اقتصاد جمعیت، اقتصاد کار و... یکی از شاخه‌های علم اقتصاد است. در دنیای حاضر در مطالعه هرگونه فعالیت با یک بعد اقتصادی مواجه می‌شویم که این از اهمیت بالایی نیز برخوردار است، چرا که در بسیاری از موارد در صورت عدم توجه اقتصادی فعالیت، اصولاً آن فعالیت آغاز نمی‌شود، در مواردی هم که فعالیت توجه اقتصادی ندارد، دولت با پرداخت یارانه آن را برای بخش خصوصی اقتصادی نموده است.

«علم اقتصاد» و «فرهنگ و هنر» را می‌توان به دو شیوه کاملاً متفاوت با یکدیگر تلفیق نمود.

این دو شیوه عبارتند از:

الف- به شکل تحلیل جنبه‌های اقتصادی یا مادی فعالیت‌های فرهنگی و هنری و در نهایت به شکل تحلیل مبادلات پولی در امور فرهنگی و هنری.

ب- استفاده از روش شناسی «اقتصادی» یا «انتخاب عقلایی» برای امور فرهنگی هنری.

رشد فرهنگ و هنر به پایه اقتصادی نیاز دارد. برای مثال، می‌توان به نقش تعیین کننده یارانه‌ها در هنرهای اجرایی و موزه‌ها در کشورها یا قیمت‌ها و سودآوری کارهای نقاشی، اشیاء عتیقه و سایر آثار هنری و... اشاره کرد. همچنین فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌توانند اقتصاد جامعه را نیز تا حدی تحت تأثیر قرار دهند، برای مثال می‌توان به درآمد حاصل از استقبال فراوان تماشاچیان و دیدارکنندگان، برای شرکت در جشنواره‌ها اشاره کرد. (موسائی، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۲)

در مجسمه سازی منع اسلام به جهت بت پرستی و مبارزه با آن است. در مسئله غنا و رقص هم اهتمام اسلام به خاطر عفت است.

از نظر بازار آثار هنری، اشیای هنری اصیل (مانند تابلوی نقاشی، پیکره و صنایع دستی)، به مثابه یک گروه کالای همگن، با مجموعه خصوصیتی مشخص می‌شود که آنها را از دیگر کالاها متمایز می‌کند. اولاً این کالاها را صرفاً پدید می‌آورند و هر واحد آن متفاوت از واحد بعدی است که این، معرف ناهمگنی کامل کالا است. عرصه آثار هنرمندان فوت شده، قابل افزایش نیست. ثانیاً اثر هنری را می‌توان تکثیر کرد نه تولید مجدد.

مشارکت در حوزه‌های هنری

هنر تقریباً به سالمندی بشر است. هنرشکلی از کار است، و کار فعالیتی است ویژه انسان. بشر با تغییر دادن شکل عناصر طبیعت آنها را به تصرف خود در می‌آورد. کار، عمل تغییر دادن شکل عناصر طبیعت است. هنر خود واقعیتهای اجتماعی است. جامعه به هنرمند، این جادوگر و الامرته، نیازمند است و حق دارد از وی بخواهد که از نقش ویژه اجتماعی خود آگاه باشد، هنر می‌تواند انسان را از حالت چندپارگی تا حالت موجودی جامع و کامل، ارتقاء دهد. هنر به بشر توان درک واقعیت را بخشیده و نه تنها در تحمل واقعیت او را یاری می‌کند، بلکه برای انسانی‌تر و شایسته کردن آن، عزمی راسخ به انسان ارزانی می‌دارد. (فیشر، ۱۳۵۴: ۶۵)

به عبارت دیگر، از یک اثر هنری تنها یک کار اصلی منحصر به فرد وجود دارد. تابلوی نقاشی و پیکره به دلیل داشتن مشخصه‌های مطلوبیت زا، به منزله کالای خصوصی بادوام منافع آشکاری را برای خریدار تأمین می‌نماید. در ضمن اثر هنری بخشی از سرمایه فرهنگی یک ملت یا جهان را تشکیل می‌دهد. بنابراین، کم و بیش خصوصیت کالای عمومی را داراست. خصوصاً اگر گالری‌ها و مجموعه‌های هنری آن را برای نمایش در نمایشگاه‌ها خریداری کرده باشند. از طرف دیگر، چون اثر هنری را می‌توان دوباره به فروش رساند و ممکن است قیمت آن به تدریج افزایش یابد خصوصیت دارایی مالی را می‌یابد و به همین دلیل، شاید بتوان آن را پشتوانه‌ای در برابر تورم، ذخیره ثروت یا منبع عواید سوداگرانه به حساب آورد. (نامه پژوهش، ۱۳۷۹: ۴۱-۴۰)

هنرهای تجسمی و ابعاد اقتصادی آن

هنرهای تجسمی به معنی عام عبارتست از ترکیب مجموعه‌ای از عناصر بصری مانند نقطه، خط، سطح، حجم، زمان، حرکت و ریتم که پس از دسته بندی با بنیادهای متفاوت به ایجاد شاخه‌های هنری پرداخته است و امکانات مختلف ارتباطات بصری در

بعضی‌ها تصور کرده‌اند که اسلام از نظر توجه به هنر بی‌عنایت است چرا که اسلام به موسیقی، رقص و مجسمه سازی با ظرافت خاصی نگریسته است و علت این نگرش‌ها به هنر مسئله زیبایی نبوده، بلکه دلیلش به طور مسلم این بوده که اسلام خواسته است از عقل انسان حراست و حفاظت کند و این قبیل مسائل نیز به همین جهت مطرح شده‌اند.

عالی ترین شکل تجلی، زبان تصویری را فراهم می‌سازد.

همان طور که قبلاً اشاره شد وجوه گوناگون فعالیت‌های نظری و عملی همواره به نحوی در مبحث توسعه اقتصادی تأثیر می‌گذارند و توسعه اقتصادی به بخش‌های گوناگونی تقسیم می‌شود که عمدتاً با محور معاملات، خرید و فروش، و گردش پول مرتبط می‌شوند و عموماً همگان مسائل اقتصادی را از این منظر می‌نگرند. اما طبیعی است که بسیاری موارد دیگر نیز بر این داد و ستد تأثیر قطعی می‌گذارند و به هیچ وجه نمی‌توان آن موارد را نادیده گرفت. از جمله: اوضاع جغرافیایی، موقعیت فرهنگی، اوضاع سیاسی، چگونگی ارتباط کشورها، ثبات داخلی کشورها، نحوه ارائه کالاها و... بسیاری موارد دیگر.

در میان تمامی موارد، وجه نظر ما اوضاع فرهنگی و فعالیت فرهنگی است که طبیعتاً اگر بخواهیم در زمینه اقتصاد به آن توجه کنیم «کالا» به صورت «آفرینش» دیده خواهد شد. زمینه‌های گوناگون فرهنگی پدید آورنده کالا گاه، آفرینش خود را به صورت «شیء» در دسترس مردم قرار می‌دهد نظیر کتاب، تابلو نقاشی، مجسمه و... و گاه این پدیده بدون وجود آفرینش‌گر مفهومی ندارد، چون تئاتر تنها با گروه نمایش وجود دارد. همچنین است موسیقی و هنرهایی نظیر آن. سیاست‌گذاران فرهنگی عموماً در کشورهایی که دارای هنرهای برجسته‌تری هستند، روند فعالیت‌ها را با نتایج اقتصادی آن می‌سنجد و برنامه ریزی‌های فرهنگی، وجه مهمی از توسعه اقتصادی را نیز در برمی‌گیرد.

سئوالات آغازین پژوهش

جهت تبیین دقیق و جلوگیری از انحراف از موضوع اصلی، قبل از هرچیز به طرح سئوالاتی خواهیم پرداخت که نوشتار حاضر درصدد یافتن پاسخی برای آن‌ها می‌باشد. در این جهت یک سؤال

اصلی و هشت سؤال فرعی به شرح زیر طرح کرده ایم:

سئوال اصلی پژوهش:

از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، چه عواملی موجب عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در نگارخانه‌های شهر تهران در بیست سال اخیر شده است؟

سئوالات فرعی پژوهش

الف) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا عدم حمایت دولت از فعالیت نگارخانه‌ها موجب عدم گرایش بخش خصوصی به سرمایه گذاری مادی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

ب) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا عدم گرایش مردم به استفاده از نگارخانه‌ها موجب عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

ج) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا عدم همخوانی درآمد و هزینه موجب عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

د) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا هزینه‌های بالای جاری و سرمایه‌ای، سود سرمایه پایین، تورم، مالیات‌ها، بهره‌های بالای وام‌ها و کوتاه‌مدت بودن بازپرداخت آنها موجب عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

ه) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا موانع قانونی فعالیت نگارخانه‌ها، برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی، ساختار ارزشی و هنجاری جامعه موجب عدم سرمایه گذاری

بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

(و) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، آیا عدم علاقه مردم به بازدید از نگارخانه‌ها، عدم علاقه هنرمندان به ارائه آثار خود به نگارخانه‌ها، عدم تولید محصول هنری جهت ارائه به نگارخانه‌ها موجب عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران شده است؟

(ح) از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، کدام یک از موانع در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی به عنوان موانع اساسی و اصلی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشند؟

فرضیات پژوهش:

باتوجه به سئوالات پژوهش، فرضیات در دو بعد فرضیه اصلی پژوهش و فرضیه‌های فرعی مطرح می‌شود.

فرضیه اصلی پژوهش:

به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری (هرعاملی که بقاء گردش و سوددهی سرمایه را با مشکل مواجه می‌سازد) مانع

اصلی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد.

فرضیات فرعی پژوهش:

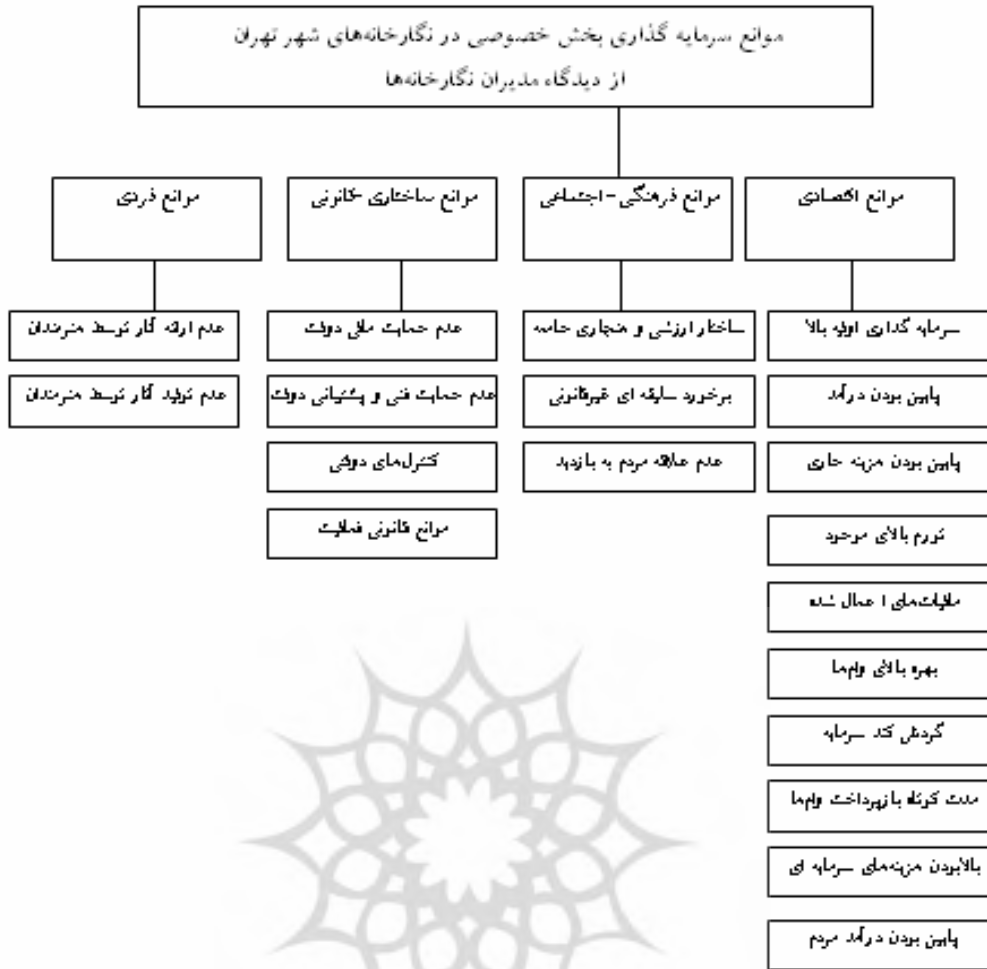
(الف) به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، عوامل اقتصادی مانند عدم حمایت مالی و پشتیبانی دولت، بالابودن هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای، سود سرمایه پایین، تورم، مالیات‌ها، بهره‌های بالای وام‌ها و بازپرداخت کوتاه مدت آنها مانع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد.

(ب) به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، عوامل فرهنگی و ساختاری مانند عدم تمایل مردم به بازدید از نگارخانه‌ها، موانع قانونی فعالیت نگارخانه‌ها، برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی، ساختار ارزشی و هنجاری جامعه مانع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد.

(ج) به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، عواملی مانند عدم علاقه هنرمندان به ارائه آثار خود به نگارخانه‌ها و عدم تولید محصولات هنری جهت ارائه به نگارخانه‌ها مانع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدل تحلیلی پژوهش



الف) بررسی ویژگی‌های فردی پاسخگویان

شامل سن، جنسیت، تحصیلات و مسئولیت.

ب) بررسی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل اقتصادی (سرمایه گذاری اولیه، هزینه‌های جاری و سرمایه ای، وام‌ها و بهره آن، مالیات‌ها، درآمد و سود، تورم و گردش سرمایه) تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران.

ج) بررسی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل فرهنگی- اجتماعی (ساختار ارزشی و هنجاری جامعه، برخوردهای سلیقه‌ای غیرقانونی و عدم علاقه مردم به بازدید از نگارخانه‌ها) تأثیر گذار

اهداف پژوهش

به طور کلی اهداف پژوهش به دو دسته هدف

کلی پژوهش و اهداف اختصاصی تقسیم شده است.

۱) هدف کلی پژوهش: هدف کلی پژوهش

عبارت است از بررسی موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های مذکور.

۲) اهداف اختصاصی پژوهش: همچنان که

در هدف کلی پژوهش مشهود است، عناوین متعدد در عنوان فوق قابل طرح و ارزیابی می‌باشد. به همین جهت اهداف اختصاصی از نوع شناختی به شرح زیر عنوان شده است.

بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران.

(د) بررسی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل ساختاری- قانونی (عدم حمایت مالی، فنی و پشتیبانی دولت؛ کنترل‌های دولتی و موانع قانونی فعالیت‌ها) تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران.

(ه) بررسی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل فردی (عدم ارائه آنها، عدم تولید آثار توسط هنرمندان) تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران.

روش پژوهش

باتوجه به این که هدف اصلی پژوهش حاضر در مرحله نخست شناسایی است و بعد تحلیلی است، روش مطالعه نیز توصیفی می‌باشد. استراتژی تحقیق نیز پیمایشی بوده و جمع آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه می‌باشد. به بیانی دیگر، تحقیق حاضر از نوع توصیفی اکتشافی است.

تحقیق پیمایشی^۱ روشی است برای گردآوری داده‌ها که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعداد پرسش مشخص (که برای همه افراد یکسان است) پاسخ دهند. این پاسخ‌ها مجموعه اطلاعات تحقیق را تشکیل می‌دهند. تحقیق پیمایشی عام ترین نوع تحقیقات اجتماعی- فرهنگی است. به مصداق یک ضرب المثل قدیمی: «اگر در پی چیزی هستی پرس و جوکن، گردآوری اطلاعات با پرسش، راه ساده و روشنی است. (Allen sc unwin, 1994: 4=11)

جامعه آماری پژوهش

یکی از شیوه‌های مطالعه در باره گروهی از مردم و دیدگاه‌های آنها، گردآوری اطلاعات در مورد همه افراد آن گروه است. این شیوه برای بررسی

گروه‌های بزرگ هزینه بسیار زیادی در برداشته و غیرعملی است. راه دیگر این است که فقط در مورد بخشی از افراد گروه به گردآوری اطلاعات بپردازیم. این کار به شیوه‌ای انجام می‌شود که پاسخ‌ها و ویژگی‌های این افراد نشان دهنده پاسخ‌ها و ویژگی‌های گروهی باشد که به آن تعلق دارند. این روش بسیار ارزان تر، سریع تر و آسان تر از بررسی همه اعضای یک گروه است. این اصل کلی نمونه‌گیری^۲ است.

در پژوهش حاضر به جهت محدود بودن جامعه آماری، کلیه اعضای جامعه‌ی آماری، مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری مذکور شامل ۸۳ نگارخانه موجود در شهر تهران بوده است که از مجموع آنها موفق به جمع آوری ۵۵ پرسشنامه تکمیل شده شدیم.

مجموع نگارخانه‌هایی که در این پژوهش، پرسشنامه‌ها بین آنها توزیع گردیده است به شرح زیر می‌باشد:

نگارخانه‌های آریا، افزند، ابراهیمی نژاد، الهه، آبی، امین، آپادانا، انصاری، انجمن صنفی طراحان، اثر، بامداد، بنفشه، بیست، پاسارگاد، پرهون، پناهی پرواز، تهران، سبز، سیحون، سدیفی، سرور، سوده، سپیده، سیما، سیاوش، سامی، حلاج حسینی، خورشید دریابویی، دست ورزان، رحیمی، ری، ریوند، شیو، شادان، شپث، شصت و شش، شاهد، شیرازی، شاهنامه، صدر، ضرابی، طبس، طالقانی، طراحان آزاد، طرح و رنگ، صبح، عقیق، فام، فرشته، فرامرز، فرنو، خان بیگی، کمال الملک، کیهان، کندلوس، کتیبه، کاوه، کیمیا، گلستان، مزده، مهر، مسعود، هامان، میربهار، نیل، نقش جهان، نهایندی، نور، نگاران، نوشیروانی، نقره، نگارستان، نیاکان، نادرعلی، نگار، والی، والا، هفت ثمر، همایونی، رخ.

جدول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها

در مبحث حاضر به بررسی جداول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در این حوزه خواهیم پرداخت. در این زمینه عواملی مانند سرمایه گذاری اولیه، هزینه‌های جاری، درآمد، وام‌ها، تورم، مالیات‌ها، گردش سرمایه و هزینه‌های سرمایه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است و از طریق ترسیم جداول و نمودارهای مربوطه به بررسی میزان پراکندگی دیدگاه‌های مدیران نگارخانه‌ها در موارد ذکر شده پرداخته‌ایم.

در پاسخ به سوال فوق، ۲۵/۵٪ پاسخگویان چهار گزینه سرمایه گذاری اولیه بالا، هزینه‌های جاری قابل ملاحظه، پایین بودن درآمد و سود را از موانع اقتصادی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران ذکر کرده‌اند. ۱۳/۷٪ پاسخگویان نیز تنها پایین بودن سود حاصل از فعالیت نگارخانه‌ها را مانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در این زمینه ذکر کرده‌اند.

عوامل اقتصادی (تورم، مالیات، بهره و وام)	تعداد	درصد
بالابودن نرخ تورم	16	38.1%
مالیات‌های اعمال شده	4	9.55
کوتاه بودن زمان بازپرداخت وام‌ها	4	9.5%
تورم و مالیات‌های بالا	4	9.5%
بالابودن تورم و کارمزد وام‌ها	2	4.8%
تورم و زمان کوتاه بازپرداخت وام‌ها	3	7.1%
مالیات‌های بالا و کوتاه بودن زمان	1	2.4%
کارمزد بالا و کوتاهی زمان بازپرداخت	2	4.8%
تورم و کارمزد بالا کوتاهی زمان باز	1	2.4%
مالیات‌ها و کارمزد وام‌های بالا و	1	2.4%
تورم و مالیات و کارمزد بالا و کوتاه	4	9.5%
جمع	51	100.0%

موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی	تعداد	درصد
سرمایه گذاری اولیه بالا	3	5.9%
بالا بودن هزینه‌های جاری	1	2.0%
کارمزد بالای وام‌ها	3	5.9%
پایین بودن سود حاصل	7	13.7
سرمایه گذاری اولیه بالا، بالابودن هزینه‌های جاری	1	2.0%
سرمایه گذاری اولیه بالا، پایین بودن سرمایه	2	3.9%
سرمایه گذاری اولیه بالا، پایین بودن سودحاصله	3	5.9%
بالابودن هزینه جاری، پایین بودن درآمد	2	3.9%
بالا بودن هزینه جاری، پایین بودن سودحاصله	4	7.8%
پایین بودن درآمد، پایین بودن سود حاصله	4	7.8%
سرمایه گذاری اولیه، بالابودن هزینه، پایین بودن	1	2.0%
سرمایه گذاری بالا، پایین بودن درآمد، سود کم	4	7.8%
هزینه‌های جاری، درآمد پایین، سود کم	3	5.9%
سرمایه گذاری بالا، هزینه‌های جاری بالا، پایین	13	25.5

جدول پراکندگی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل اقتصادی (تورم، مالیات، بهره و وام) تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران.

جدول فوق حاصل پاسخگویی ۴ نفر از پاسخگویان به پرسشنامه‌های توزیعی به سئوال و گزینه‌های زیر می‌باشد: «تعدادی از کارشناسان، نرخ تورم و تأثیرات سوء آن بر نگارخانه‌ها و مالیات‌های اعمال شده بر این بخش را از جمله موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی ذکر کرده‌اند.

جدول پراکندگی مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها.

جدول فوق حاصل پاسخگویی ۵۱ نفر از جامعه آماری ۵۵ نفره است طرح حاضر شامل سئوال و گزینه‌های زیر می‌باشد:

جدول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل فرهنگی اجتماعی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها

دیده‌گاه	فراوانی	درصد
عدم علاقه مردم	1	1.9%
فقدان اطلاعات مردم	4	7.7%
کمبود درآمد مردم	16	30.8%
نبود محصول هنری	4	7.7%
کمبود علاقه و درآمد مردم	2	3.8%
فقدان اطلاعات مردم، عدم ارائه آثار	1	1.9%
کمبود اطلاعات و درآمد مردم	18	34.6%
عدم ارائه آثار، کمبود درآمد مردم	1	1.9%
کمبود علاقه، درآمد و اطلاعات مردم،	2	3.8%

در مبحث حاضر به بررسی جداول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با عوامل فرهنگی اجتماعی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران خواهیم پرداخت. در این زمینه عواملی مانند عدم علاقه مردم به بازدید از نگارخانه‌ها، عدم علاقه هنرمندان به ارائه آثار خود به نگارخانه‌ها، عدم تولید محصول توسط هنرمندان جهت ارائه به نگارخانه‌ها و محدودیت‌های درآمدی مردم جهت بازدید از نگارخانه‌های شهر تهران مورد توجه قرار گرفته است و از طریق ترسیم جدا ول و نمودارهای مربوطه به بررسی میزان پراکندگی دیدگاه‌های مدیران نگارخانه‌ها در موارد ذکر شده پرداخته‌ایم.

۳) جدول پراکندگی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل فرهنگی اجتماعی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها.

جدول مربوطه حاصل پاسخگویی ۵۲ نفر از پاسخگویان به پرسشنامه‌های توزیعی به سوال زیر می‌باشد: «برخی معتقدند مردم علاقه‌ای به بازدید از نگارخانه‌ها نداشته و هنرمندان نیز هیچ علاقه‌ای به ارائه آثار خود به نگارخانه‌ها ندارند بعضی نیز معتقدند که اصولاً مردم درآمد لازم جهت استفاده از نگارخانه‌ها را نداشته و هنرمندان نیز محصولی جهت ارائه به نگارخانه‌ها ندارند مجموعه این عوامل موجب عدم بازدهی سرمایه‌گذاری در نگارخانه‌ها شده و مانع سرمایه‌گذاری در این بخش است. شما با کدام نظر موافق‌اید؟»

در پاسخ به سئوال فوق، ۳۴/۶٪ از کل پاسخگویان معتقدند که کمبود اطلاعات و درآمد مردم جهت استفاده از نگارخانه‌های شهر تهران از عوامل اصلی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران از عوامل اصلی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد. ۳۰/۸٪ از کل پاسخگویان نیز صرفاً کمبود درآمد مردم را عامل اصلی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌دانند. با توجه به جدول مذکور پاسخگویان با فراوانی‌های گوناگون کلیه گزینه‌های مندرج در سئوال مربوط را به عنوان عوامل تأثیرگذار در این زمینه معرفی کرده‌اند.

جدول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل ساختاری قانونی مؤثر بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها

در مبحث حاضر به بررسی جداول فراوانی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل ساختاری قانونی تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها خواهیم پرداخت در

گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها می‌باشد. ۱۳۱٪ کل پاسخگویان گزینه مذکور را انتخاب کرده‌اند. در رتبه‌های بعدی وجود موانع قانونی و برخوردهای سلیقه‌ای با ۱۳/۳٪ قرار گرفته است. لازم به ذکر است که کلیه عوامل و گزینه‌های ارائه شده شامل برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی، ساختار ارزشی و هنجاری جامعه و موانع قانونی با فراوانی‌های گوناگون مورد توجه پاسخگویان بوده و آنها را از جمله عوامل تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران معرفی کرده‌اند.

۵) جدول پراکندگی دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران در ارتباط با عوامل حمایت مالی دولت و حمایت‌ها و پشتیبانی مؤثر بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها.

درصد	فراوانی	حمایت‌های مالی و غیرمالی دولت
32.0%	۱۶	عدم حمایت مالی دولت
10.0%	۵	عدم حمایت دولت در زمینه‌های فنی و پشتیبانی
58.0%	۲۹	هر دو مورد فوق
100.0%	۵۰	جمع

با توجه به جدول فوق، از ۵۰ نفر پاسخگو به سؤال «برخی معتقدند از موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها عدم حمایت مالی دولت از فعالیت نگارخانه‌ها و عدم حمایت دولت در زمینه‌های فنی و پشتیبانی از نگارخانه‌ها می‌باشد، شما با کدام نظر موافق‌اید؟ ۵۸٪ آنها دو گزینه عدم حمایت مالی و فنی - پشتیبانی دولت از نگارخانه‌ها را مانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران معرفی کرده‌اند. ۳۲٪ پاسخگویان نیز عدم حمایت مالی دولت را در این زمینه مؤثر می‌دانند.

این زمینه عواملی مانند وجود موانع قانونی، برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی و ساختار ارزشی جامعه مورد بررسی قرار گرفته است و از طریق ترسیم جداول و نمودارهای مربوطه به بررسی میزان پراکندگی دیدگاه‌ها در این زمینه پرداخته ایم. در همین مبحث به نقش حمایت‌های مالی و غیرمالی دولت و تأثیر آن بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها از دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها خواهیم پرداخت.

درصد	فراوانی	عوامل ساختاری - قانونی
13.3%	6	وجود موانع قانونی
13.3%	6	برخوردهای سلیقه‌ای
8.9%	4	کنترل‌های دولتی
31.1%	14	ساختار ارزشی جامعه
4.4%	2	موانع قانونی، برخوردهای سلیقه‌ای
2.2%	1	موانع قانونی، کنترل‌های قانونی
6.7%	3	موانع قانونی، ساختار ارزشی جامعه
11.1%	5	برخوردهای سلیقه‌ای، ساختار ارزشی جامعه
2.2%	1	کنترل‌های دولتی، ساختار ارزشی جامعه
4.4%	2	برخوردهای سلیقه‌ای کنترل‌های دولتی، ساختاری ارزشی جامعه
100.0%	45	جمع

از مجموع ۴۵ نفر پاسخگو به سؤال «کارشناسان فرهنگی معتقدند موانع قانونی فعالیت نگارخانه‌ها، محدودکننده فعالیت‌ها و بازدهی اقتصادی نگارخانه‌ها می‌باشد، علاوه بر این برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی بر فعالیت نگارخانه‌ها و ساختار ارزشی و هنجاری جامعه موانع بازدهی اقتصادی و در نتیجه موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در این زمینه می‌باشد، شما با کدام نظر موافق‌اید؟ بیشترین تعداد معتقدند که ساختار ارزشی جامعه مانع سرمایه

نتیجه گیری

اطلاع از امیدها، انتظارات و دیدگاه‌های افشار گوناگون اعم از مدیران و توده مردم از مسائل مورد علاقه کارشناسان، برنامه ریزان و تصمیم گیران حوزه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. اطلاع و شناخت از عوامل فوق این امکان را به ما می‌دهد که نقطه حرکت خویش را تعیین کنیم و نتایج عوامل اثرگذار (اعم از اقدامات برنامه ریزی شده و یا خارج از کنترل) را ارزیابی کنیم. این شناخت هم پیش شرط هر اقدام است و هم ابزاری ضروری برای هر سنجش و ارزشیابی می‌باشد. به همین دلیل همه کسانی که به ویژه در حیطه مسائل فرهنگی و هنری و مدیریت آن فعالیت می‌کنند باید بدانند که مخاطبین آنها چه کسانی می‌باشند؟ چگونه می‌توان بر آنها تأثیر گذاشت و به چه مواردی اهمیت بیشتری می‌دهند؟ چه مسائلی مانع فعالیت مطلوب آنها در زمینه‌های فرهنگی هنری می‌باشد؟ و چه عواملی می‌تواند مساعد کننده زمینه فعالیت آنها شود؟

در نوشتار حاضر سعی شده است تا به سؤالات فوق در حوزه هنرهای تجسمی و به ویژه نگارخانه‌ها پاسخ داده شود. لذا به بررسی موانع سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های مذکور پرداخته شده است. نگارخانه‌ها از جمله مراکز فرهنگی هنری می‌باشند که با ارائه و به نمایش گذاشتن محصولات فرهنگی می‌توانند نقش به سزائی در ارتقا و توسعه فرهنگی ایفا نمایند. یکی از مسائل و معضلات نگارخانه‌ها عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در آنها می‌باشد که این مسأله به عوامل گوناگونی باز می‌گردد. جهت تبیین این مسأله در وهله اول اقدام به طرح سؤالات در دو بعد سؤال اصلی پژوهش و سؤالات فرعی نمودیم.

سؤال اصلی پژوهش حاضر عبارت است از اینکه «از دیدگاه مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، چه عواملی موجب عدم تمایل بخش خصوصی در سرمایه گذاری در نگارخانه‌های شهر تهران در بیست سال اخیر شده است؟»

سؤالات فرعی پژوهش نیز در خصوص عدم حمایت دولت، عدم گرایش مردم، درآمد و سود و هزینه‌ها، تورم، وام‌ها، مالیات‌ها، ساختار قانونی و هنجاری جامعه، کنترل‌ها و موانع فردی مطرح شده است.

فرضیات پژوهش نیز در دو بعد اصلی و فرعی مطرح شده است. فرضیه اصلی پژوهش حاضر عبارت است از اینکه «به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، بالا بودن ریسک سرمایه گذاری (هرعاملی که بقاء گردش و سوددهی سرمایه را با مشکل مواجه می‌سازد) مانع اصلی سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد».

در خصوص عوامل متعدد تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های تهران، دیدگاه مدیران در چهار بعد اصلی عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی اجتماعی، عوامل ساختاری قانونی و عوامل فردی مورد بررسی قرار گرفته است.

در خصوص عوامل اقتصادی، از بین عوامل گوناگون از جمله سرمایه گذاری اولیه، هزینه‌های جاری، درآمد، سود، وام‌ها و بهره آنها، تورم، مالیات‌ها، گردش سرمایه و هزینه‌های سرمایه‌ای، مدیران نگارخانه‌ها بیشترین فراوانی را به سرمایه گذاری اولیه بالا، هزینه‌های جاری قابل ملاحظه، پایین بودن درآمد و سود اختصاص داده‌اند.

در ارتباط با عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران، از بین عوامل گوناگون عدم علاقه مردم به بازدید از نگارخانه‌ها، عدم علاقه هنرمندان به ارائه آثار خود به نگارخانه‌ها، عدم تولید

- محصول توسط هنرمندان جهت ارائه به نگارخانه‌ها و محدودیت‌های درآمدی مردم جهت بازدید از نگارخانه‌های شهر تهران با بیشترین فراوانی به کمبود اطلاعات و درآمد مردم اختصاص داده شده است.
- موانع قانونی، برخوردهای سلیقه‌ای، کنترل‌های دولتی و ساختار ارزشی جامعه از دیگر عواملی می‌باشند که در قالب عوامل ساختاری قانونی مورد بررسی قرار گرفته و دیدگاه مدیران نگارخانه‌ها در ارتباط با تأثیر این عوامل بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. در این ارتباط، بیشترین فراوانی به ساختار خاص ارزشی و هنجاری جامعه و عدم قانونمند شدن آنها اختصاص یافته است.
- نتیجه نهایی پژوهش حاضر آنکه، فرضیات مذکور در فصل اول مورد تأکید و تأیید قرار گرفته و در هر یک از عوامل مورد بررسی، اولویت‌های اصلی که به اعتقاد مدیران نگارخانه‌های شهر تهران، عوامل اصلی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری بخش خصوصی در نگارخانه‌های شهر تهران می‌باشد مشخص گردیده است.
- منابع و مأخذ**
- (۱) پولوس، ساخارو، آموزش برای توسعه، ترجمه پریدخت وحیدی، تهران، ۱۳۷۲.
 - (۲) فیشر، ارنست، ضرورت هنر در روند تکامل اجتماعی، ترجمه فیروز شیروانلو، تهران، ۱۳۵۴.
 - (۳) همدیبانی، احمد، توصیه نامه شماره ۷۸، چهل و سومین کنفرانس بین المللی تعلیم و تربیت، فصلنامه تعلیم و تربیت، تهران، ۱۳۷۲.
 - (۴) طوسی، محمدعلی، مشارکت در مدیریت و مالکیت، مرکز آموزش مدیریت- دولتی، تهران، ۱۳۷۲.
 - (۵) کوثری، مسعود، مشارکت فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۷۹.
 - (۶) موسائی، میثم، اقتصاد فرهنگ، تهران، ۱۳۷۹.
 - (۷) نامه ی پژوهش، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال چهارم، تابستان ۱۳۷۹.
- 8) Allen & unwin,(1994), D,A. de vau, surveys in social research, Axstralia://pp4-11.

یادداشت‌ها

¹ Survey
² Sampling