



چرا هنرمندان با درآمدهای پایین کار می‌کنند؟

هانس ایبینگ، استاد اقتصاد هنر دانشگاه آراسموس هلند

مقدمه

موضوع اقتصاد هنر به‌عنوان دانشی بین رشته‌ای جوانه‌های اولیه خود را در ایران تجربه می‌کند. همچنان یکی از امیدواری‌های هنرمندان قرار گرفتن تولیدات هنری آن‌ها در چرخه توزیع و مصرف دارندگان، علاقه‌مندان و مجموعه داران هنری است. البته مسلم است که هنوز با توجه به هزینه‌های مهم زندگی، خرید آثار هنری به سبب هزینه خانوار در ایران راه نیافته است و تا رسیدن به این مرحله که در شهروندان انگیزه لازم برای خرید آثار هنری فراهم شود، تلاش زیادی باید صورت گیرد. به همین سان لذت بردن از تولیدات هنری هنوز در اقشار و طبقات اجتماعی به شکل نیاز درنیامده است. با این حال، هرگونه برنامه‌ریزی برای رونق اقتصاد هنر و دامن زدن به این مقوله مهم، به مثبت‌اندیشی به هنر و هنرمند نیاز دارد و شایسته برنامه‌ریزی برای رسیدن به دورنمای امیدوارکننده است. به‌منظور تحقق این مهم استفاده از دیدگاه‌های نظری و تجربیات کشورهایی که موضوع اقتصاد هنر در آن‌ها بیش از ۵۰ سال زمینه دارد، ضروری است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی فرهنگی، فقر اقتصادی هنرمندان، عقاید قالبی هنری

اشاره

نوشتار زیر گزیده‌ای از متن سخنرانی **پروفسور هانس ایبینگ**، استاد «دانشگاه آراسموس» هلند است. وی نهم اسفند ماه ۱۳۹۳ در «همایش ملی اقتصاد هنر» به میزبانی فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران حضور یافت و این سخنرانی را ایراد کرد.

ایبینگ مؤلف کتاب «چرا هنرمندان فقیرند؟» است. او در نوشتار حاضر، به‌ویژه در بخش پایانی آن، بر حرکت‌های تازه و تحرک هنرمندان جوان در امر بازاریابی هنری صحنه گذاشته است و تأکید دارد، در دوره جدید هنرمندان باید به کار آفرینان فرهنگی تبدیل شوند.

«رشد آموزش هنر» با هدف آگاه ساختن مخاطبان از آخرین دیدگاه‌های نظری در حوزه اقتصاد هنر، مبادرت به چاپ این نوشتار می‌کند.



این نوشته درباره موقعیت هنر و هنرمندان در کشورهای غربی و برخی از کشورهای آسیایی است. موقعیتی که شاید در ایران به گونه‌ای دیگر باشد و در این صورت خوش حال خواهیم شد که در این باره چیزی بیاموزم. در این کشورها، ۷۰ تا ۸۰ درصد (یعنی اکثریت) از هنرمندان نمی‌توانند از طریق کار هنری زندگی‌شان را بگذرانند و اگر کل درآمدشان (شامل شغل دوم و...) را محاسبه کنیم، در حدود نیمی از آن‌ها زیر خط فقرند. این وضعیت در مقایسه با سایر مشاغل، که کارکنانشان مانند هنرمندان تحصیلات بالایی دارند، خیلی متفاوت است.

در طول ۵۰ سال گذشته در بسیاری از کشورها تقاضا برای آثار هنری شامل هنرهای اجرایی بیشتر شده، اما هم‌زمان تعداد هنرمندان و دانشجویان هنر هم بانرخ بیشتری افزایش یافته است. در نتیجه، این درآمد اندک کمتر هم شده است. البته این وضعیت مطابق نظریه عرضه و تقاضای اقتصاد نئوکلاسیک است، اما آنچه توضیحش دشوار می‌نماید، این است که چرا درآمد پایین همچنان پایدار است. اگر درآمد در باقی مشاغل پایین بیاید، تعداد شاغلان نیز پایین می‌آید و در نتیجه درآمد دوباره به وضعیت عادی باز می‌گردد.

این موضوع را اقتصاددانان غیرکلاسیکی که پاداش‌های غیرمادی و روانی را نیز در تحلیل‌هایشان لحاظ می‌کنند، به دو شیوه توضیح می‌دهند:

نخست، هنرمندان ممکن است درآمد اندکشان را با پاداش‌های غیرمالی نظیر رضایت

**هنرمندان
به کار آفرینان
فرهنگی تبدیل
شده‌اند
که بر سر «کار
خودشان» کوتاه
نیابند**

شغلی و جایگاه اجتماعی جبران کنند. کتمان نمی‌کنم که چنین پاداش‌هایی وجود دارند اما برای هنرمندان عادی وقتی سال‌های اولیه درخشانشان طی شد، چنین پاداش‌هایی کم فروغ می‌شوند و هزینه‌ها پیشی می‌گیرند. بنابراین این پاداش‌ها به تنهایی قادر به توضیح چرایی تمایل هنرمندان به کار با درآمد کم نیست. دوم، ممکن است این هنرمندان گرفتار آگاهی کاذب باشند و پاداش‌های غیرمالی را بسیار زیاد برآورد کرده باشند. این هم نمی‌تواند توضیح دهد که چرا وقتی متوجه می‌شوند انتظارشان اشتباه بوده است، از کار هنری انصراف نمی‌دهند. بسیاری از هنرمندان مایل‌اند در تمام طول زندگی حرفه‌ای‌شان با این درآمد کم بسازند. اینجاست که اقتصاددانان حرفی برای گفتن ندارند. البته این به دلیل فرض اقتصاددانان درباره انتخاب‌های عقلانی افراد جامعه در بلند مدت نسبت به سود و زیانشان است؛ کاری که بیشتر مردم نمی‌کنند.

به هر ترتیب، هنرمندان انتخاب نمی‌کنند که با درآمد اندک کار کنند. آن‌ها خودشان مایل‌اند که با این درآمدها کار کنند. در طول دو سده گذشته این عقیده هنری - مجموعه‌ای از عقاید اخلاقی مشترک - توسعه یافته است که می‌گوید، فداکاری هنرمندان برای هنر امر مطلوبی است. بنابراین می‌توان گفت هنرمندان امکانی جز فداکاری ندارند و اگر لازم باشد، مایل‌اند با درآمدهای پایین کار کنند. این موضوع توضیح می‌دهد که چرا هنرمندانی که درآمد اندکی دارند، هنر را رها نمی‌کنند. به هر روی، اقتصاددان‌ها درست می‌گویند که انتظارات نایجا می‌تواند افراد بسیاری را به سمت هنرمند شدن بکشانند. من فکر می‌کنم که انتظار آزادی، استقلال و توسعه شخصی از مهم‌ترینشان باشد. این انتظارات به اعتبار ایده‌آلی وابسته‌اند که در مدرنیته مهم تلقی می‌شود و نیز به خاطر این است که این اعتبار ایده‌آل احساس ناامیدی و فریفتگی را برای هنرمندان به ارمغان آورده است. هنرمندان نیز مانند باقی مردمان فقیر آزادی اندکی دارند. هنرمندی که ۹۰ درصد زمانش را صرف شغل دومش می‌کند، فضای مستقل اندکی دارد که بتواند خودش را نشان دهد، موضوعی که غالباً باعث عذاب می‌شود.

در حال حاضر در سراسر جهان گروه‌های هنری فعالی به سازمان‌های هنری، واسطه‌ها، گالری‌ها، موزه‌ها، مدیران فرهنگی، سالن‌های تئاتر و کنسرت (خصوصاً آن‌هایی که با مخارج عمومی



رنگ روغن، ۶۰×۸۰

نمی‌نشینند تا کسی بیاید و کشفشان کند. برای بسیاری از آن‌ها تلاش برای فروش آثارشان دیگر تابو نیست، حتی اگر دست‌نوشته، طراحی یا نمایشنامه باشد. بازاریابی دیگر کلمه‌ای کثیف نیست. هنرمندانی که وبگاه دارند، در شبکه‌های اجتماعی معرفی می‌شوند و برخی اوقات تقریباً پرخاشگرانه خود و آثارشان را ترفیع می‌دهند. این عمل را هنرمندان و هنردوستان محافظه‌کار نمی‌پسندند، اما اتفاق می‌افتد. هنرمندان به کارآفرینان فرهنگی تبدیل شده‌اند.

به هر حال، آنچه وجدانشان را آرام می‌کند و از انتقادهایشان می‌کاهد، این است که بر «کار خودشان» کوتاه نیایند. آن‌ها پیوسته میان آثار خودشان و آثار کاربردی و تجاریشان تفاوت قائل می‌شوند. در مورد آثار کاربردی و تجاری می‌توان کوتاه آمد، اما درباره «کار خودشان» نه. هنرمندانی که کارآفرین فرهنگی هستند نیز به برتری هنر مستقل چسبیده‌اند. از این منظر هیچ چیزی تغییر نکرده و هنرمند کوتاه نیامده است. ممکن است کسی بپرسد: آیا تمایز میان کار خود و کار بازاری روشن است و اینکه آیا این مسئله مانع تولید نمی‌شود؟ احتمالاً آنچه هنرمندان آن را سازش معرفی می‌کنند، به تشویق خلاقیت، نوآوری و حتی استقلال منجر می‌شود.

به هر صورت، اینکه حداکثر استقلال، حداکثر خلاقیت را در پی دارد، باوری اشتباه است. مباحثه با مصرف‌کنندگان و گفت‌وگو با ایشان سازش به حساب نمی‌آید و توجه به تقاضای مصرف‌کننده هدف هنرمند کارآفرین است. سرانجام اینکه استقلال و اعتبار تنها در سایه ارتباط شکل می‌گیرد. باورهای جا افتاده هنر که بر استقلال هنری بسیار تأکید می‌کنند و نیز بی‌توجهی هنرمندان به خواست مصرف‌کننده، باعث کم شدن خلاقیت و ادامه کار با درآمد اندک خواهد شد.

کار می‌کنند) فشار می‌آورند تا به هنرمندان در ازای خدماتشان مبالغ مناسبی پرداخت کنند و از آن‌ها به دلیل موقعیت چانه‌زنی ضعیفشان سوء استفاده نکنند. اما براساس عقیده مشترکی که فداکاری برای هنر را مطلوب می‌داند، ابعاد موفقیت چنین فعالیت‌هایی محدود خواهد بود. عملکرد نادرست سازمان‌های هنری در پرداخت اندک و نیز عملکرد نادرست هنرمندانی که تقریباً در ازای هیچ کار می‌کنند، به ایجاد مزیتی رقابتی برای این سازمان‌ها انجامیده است. البته آن‌ها کارشان را نادرست نمی‌دانند و با این استدلال که به هنر خدمت می‌کنند، رفتارشان را توجیه می‌کنند (هنر برای هنر). اما در طول زمانی طولانی که در باور و عقاید هنری تغییری حاصل شده باشد، این اعمال مهم‌اند.

در اینجا تمایز میان هنرمند و آماتور اهمیت پیدا می‌کند. برخلاف سایر مشاغل، هنرمند حرفه‌ای وضعیت «خودبیانی» دارد. البته نیاز به تأیید هم هست. همه هنرمندان به عنوان هنرمند ناشناخته کارشان را شروع می‌کنند و بسیاری از آن‌ها در تمام طول مدت کارشان ناشناخته باقی می‌مانند و همچنان باور دارند که روزی «کشف خواهند شد». اما هرگز کشف نمی‌شوند و به خاطر همین ناشناس ماندگی همواره در رنج‌اند. در میان گروه‌های بزرگ هنری کسانی که احتمالاً بیش از دیگران ناراحت‌اند، کسانی هستند که پس از فراغت از تحصیل هنری کمی شناخته می‌شوند اما هنرمندان موفق نمی‌شوند و در تمام طول مدت کار حرفه‌ای‌شان ناشناس باقی می‌مانند. با گذر زمان بسیاری از آن‌ها ناامید می‌شوند، اما همچنان شغل هنری‌شان را رها نمی‌کنند.

با این همه تغییراتی در راه است؛ هنرمندان جوان تحرك بیشتری دارند و بعضی از آنان کارآفرین‌تر شده‌اند. دیگر منفعلانه منتظر

مباحثه با مصرف‌کنندگان و گفت‌وگو با ایشان سازش به حساب نمی‌آید و توجه به تقاضای مصرف‌کننده هدف هنرمند کارآفرین است