

گفت‌وگو با میثم موسایی، دبیر علمی همایش «هنر و توسعه»

## موانع و چالش‌های توسعه هنر

مولود زندی‌نژاد

برنامه‌های توسعه در ایران، از سال ۱۳۶۸، به صورت نظام‌مند مورد توجه دولت قرار گرفت و تاکنون شش برنامه توسعه‌ای با محورهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، در قالب برنامه‌های مدون پنج‌ساله، به تصویب رسیده است.

در آستانه برنامه توسعه هفتم، فرهنگستان هنر اصلی‌ترین رکن وظایف اساسنامه‌ای خود، یعنی توجه به «توسعه هنر» را که تاکنون در شش برنامه گذشته ذیل برنامه‌های فرهنگی با چالش‌های بسیاری مواجه بود، در دستور کار خود قرار داد و میثم موسایی، استاد تمام دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه تهران را، که تاکنون مقالات علمی بسیاری در زمینه اقتصادی و توسعه به رشته تحریر درآورده، به‌عنوان دبیر علمی همایش «هنر و توسعه» برگزید.

گفت‌وگو با دبیر علمی همایش درباره موانع و چالش‌های توسعه هنر را با هم بخوانیم:

### لطفاً بفرمایید هدف از برگزاری همایش «هنر و توسعه» چیست؟

این همایش با تأکید بر استفاده از امکانات فضای مجازی، در مرحله نخست، برجسته‌کردن نقش هنر در توسعه اقتصادی و اجتماعی برای سیاست‌گذاران را مد نظر قرار می‌دهد. صنایع هنری در کشور ما از ظرفیت‌های بالایی برخوردار است. در این بخش، ما با نیروهای انسانی تحصیل‌کرده بسیاری روبه‌رویم که اغلب آنها شاغل نیستند و یا در مشاغل مشغول به کارند که تناسبی با تخصص آنها ندارد. ایجاد زمینه‌های لازم برای اشتغال آنها می‌تواند به توسعه محصولات هنری کمک کند و توسعه محصولات هنری نیز به افزایش سهم هنر در تولید ناخالص ملی منجر شود. در شرایطی فعلی که کشور ما با تحریم مواجه است و نرخ بیکاری جوانان بالاست و با مشکلاتی از این دست مواجهیم، توسعه این بخش بدون نیاز به ارز خارجی می‌تواند به اقتصاد کمک کند.

هنر ذاتاً ارزشمند است و یکی از شاخص‌های مهم برای توسعه محسوب می‌شود. متأسفانه در برنامه‌های توسعه کشور، خصوصاً در پیش‌نویس برنامه هفتم، از ظرفیت‌های هنری کشور غفلت کامل شده است. امید است با برگزاری این همایش این نقص جبران شود.

منظور از توسعه هنر چیست؟ و چه ظرفیت‌هایی در کشور وجود دارد؟

«توسعه» به معنای شکوفایی مستمر ظرفیت‌های بالقوه انسانی و طبیعی است. با قبول تعریف مذکور، می‌توان گفت توسعه هنری به معنای فعلیت‌بخشیدن به ظرفیت‌های بالقوه زیربخش‌های مختلف هنر است. ایران، به‌عنوان یکی از حوزه‌های تمدنی بزرگ، از ظرفیت بالقوه بی‌نظیری در هنر برخوردار است. سرمایه ادبی‌ای که در ایران وجود دارد در کمتر کشوری یافت می‌شود. اکثر آفریده‌های ادبی بزرگان ایران، از جمله فردوسی، مولوی، سعدی و حافظ، در قله‌های هنری جهان قرار دارند. این ذخایر به گونه‌ای است که ظرفیت بی‌شماری در اختیار هنرمندان ما قرار می‌دهد و توسعه و نشر و گسترش آنها در قالب‌های هنری به تولید محصولاتی منحصر به فرد منجر می‌شود که می‌تواند نه فقط برای مردم ما، بلکه برای سایر ملل جاذبه بالایی داشته باشد. خیام یکی از این قله‌هاست که در دنیا شناخته شده است. مولوی و آثارش به دریا شبیه است و می‌تواند الهام‌بخش همه انسان‌ها باشد. فرهنگ انسانی در این آثار بسیار برجسته است و می‌تواند چون اکسیری در جهان پُر آشوب فعلی، پیام‌آور فرهنگ جهانی و الهام‌بخش صلح و آرامش و توجه به مصونیت در دنیای معاصر باشد؛ البته باید این آثار به زبان روز و در قالب‌های هنری عرضه شود.

**از ادبیات کهن ایران گفتید. برای روشن شدن مطلب، توضیح بیشتری در این زمینه بدهید.**

شاهنامه از جهاتی منحصر به فرد است و نه فقط برای ملل دیگر، بلکه برای مردم ایران و نقشی که در انسجام ملی می‌تواند داشته باشد فوق‌العاده مهم است. شاهنامه نه فقط داستان شاهان و اساطیر گذشته، بلکه سرشار است از حکمت و امیدها و آرزوها و آرمان‌های یک ملت، و در رقابت با سایر ملل، در جای‌جای آن می‌توان تحولات و تطورات فرهنگ و تمدن ایران را مشاهده کرد. روح ایرانی را به بهترین شکل ممکن به تصویر کشیده است. کشور ما از قومیت‌ها و نژادهای متفاوتی تشکیل شده است. روح ایرانی عرضه شده در شاهنامه فردوسی می‌تواند مانند ریسمانی همه این قومیت‌ها و نژادها و حتی ادیان مختلف را در خود جمع و حفظ کند؛ چیزی که از آن غفلت شده است. متأسفانه در اوایل انقلاب، به دلیل افراط و تفریط‌هایی که قبل از انقلاب در توجه به ایران پیش از اسلام شده بود، کوتاهی قابل توجهی در این زمینه صورت گرفت.

**شاهنامه فرهنگ اساطیری ملت ایران است، چگونه می‌تواند برای دیگر کشورها جذاب باشد؟**

اساطیر یک ملت بیانگر آرمان‌ها و آرزوهای یک ملت در طول تاریخ است که بهترین منبع برای شناخت این آرمان‌ها و آرزوها در شاهنامه فردوسی در یک جا جمع شده است. اکثر این داستان‌ها می‌تواند در قالب فیلم و تئاتر و... عرضه شود. در سیمای جمهوری اسلامی ایران، مجموعه اسطوره جومونگ، که جنگ‌جوی گُر‌های است، برای چندین بار پخش می‌شود و شنیده‌ام که هنوز با استقبال بسیاری مواجه است. چرا نباید از اسطوره‌های خود استفاده کنیم؟ در گذشته، در قهوه‌خانه‌ها از این واقعیت استفاده می‌شد، اما امروز کم‌رنگ شده و به جای تولید آثار هنری در این حوزه به واردات آثاری چون افسانه جومونگ پرداخته‌ایم؛ چیزی که در فرهنگ خودمان صدها برابر بهتر از آنها را داریم.

## این فرهنگ چقدر می‌تواند در دیگر کشورها موفق عمل کند؟

دو سالی که برای فرصت مطالعاتی در انگلستان بودم، ملاحظه کردم که دانشگاه‌های آنها بودجه‌ای فراوان برای مطالعه روی شاهنامه اختصاص داده‌اند. به یک معنا، شاهنامه گویی رشد فرهنگ ایرانی ماست و کسی که می‌خواهد فرهنگ ایرانی اسلامی را بشناسد قطعاً یکی از ریشه‌های اصیل آن را در شاهنامه فردوسی خواهد یافت. این اثر نه فقط بهترین منبع برای شناخت روح تمدن ایرانی است، بلکه بهترین منبع برای شناخت فرهنگ اسلامی ایران در سیصد سال بعد از ورود اسلام به ایران است. باید دید ما تاکنون از این منبع چه استفاده‌ای کرده‌ایم؟ نمی‌توانستیم یک مجموعه تلوزیونی قابل عرضه در تراز جهانی بسازیم؟ سیمای ایران در دنیا شناخته شده است، از نیروها و ظرفیت بالایی برخوردار است، امکانات ملی صداوسیما می‌توانست در تولید چنین مجموعه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. باری، هدف از این مثال این بود که نمونه‌ای از ظرفیت کشور در توجه به هنر و نقش معرفی هنر ایرانی اسلامی را بیان کنم و از این مثال‌ها صدها و بلکه هزاران مورد دیگر را می‌توانیم از منابع و ذخایر غنی ادبی کشور مطرح سازیم.

## به غیر از ادبیات که ریشه بنیادین بسیاری از هنرهای ایرانی است، در دیگر عرصه‌های هنری چگونه عمل کرده‌ایم؟

نمونه دیگر از ظرفیت‌های این کشور صنایع دستی ایران است. تنوع صنایع دستی در ایران و اشتغال‌زایی و ارزآوری و... هر کدام به تنهایی، می‌تواند توجیه‌گر سرمایه‌گذاری در این حوزه باشد. فرش ایران یکی از این نمونه‌هاست که به دلیل نداشتن برنامه مشخص برای توسعه آن در بازار جهانی موقعیت خود را از دست داده است.

در بسیاری از جوامع، ایران را به صنایع دستی‌اش می‌شناسند. در سال ۱۳۵۷، میزان صادرات یکی از اقلام صنایع دستی ایران، یعنی فرش، برابر ۴۲۵ میلیون دلار بوده است. اگر برنامه‌ای می‌داشتیم که سالیانه فقط ۵ درصد رشد داشته باشیم، میزان صادرات یکی از اقلام صنایع دستی، یعنی فرش دست‌باف، می‌بایست در سال ۱۴۰۱، به ۳۸۱۸ میلیارد دلار می‌رسید. اگر به همین مقیاس صدها صنعت دیگر را محاسبه کنیم، در شرایط تحریمی فعلی، به راحتی می‌توانستیم به اندازه درآمد ارزی نفت ارزآوری کنیم. این‌ها گوشه کوچکی از ظرفیت‌های این بخش از اقتصاد کشور است؛ پس وقتی می‌گوییم توسعه هنر به معنای شکوفایی ظرفیت‌های بالقوه آن است، به معنای دستیابی به یک رشد مستمر در میزان عرضه و تقاضای داخلی و خارجی همه محصولات هنری مصنوع کشور است که یک قلم آن می‌توانست جانشین صادرات نفت شود.

## آیا اصولاً در این سال‌ها، در کشور ما، امری به‌عنوان «توسعه هنر» به صورت جدی و نظام‌مند پی‌گیری شده و ظرفیت‌های مربوط شناخته شده‌اند؟

به‌عنوان «توسعه هنر» برنامه‌ای مشخص نداشته‌ایم. اگر هنر هم مطرح بوده است، در برنامه‌های گذشته، بیشتر در حاشیه بخش فرهنگ مطرح بوده و به دلایل متعدد در برنامه‌های توسعه کم‌رنگ دیده شده است. یکی به این دلیل که سهم و نقش هنر در توسعه اجتماعی و اقتصادی را باور نداشتند. دلیل دوم نیز این است که ظرفیت‌های این بخش برای مسئولان

ناشناخته بوده و هنوز هم ناشناخته است. به حوزه ادبیات و حوزه صنایع دستی اشاره کردم؛ این دو حوزه را شما می‌توانید به همه زیربخش‌های هنر سنتی و مدرن تعمیم بدهید. کم‌وبیش در همه آنها، از این ظرفیت‌ها بهره‌مندیم. در حوزه تئاتر، که بخشی کوچک است، بر اساس مطالعاتی که انجام دادیم، با یک سرمایه‌گذاری بسیار کم، فرصت‌هایی شغلی وجود دارد که به آن توجه نشده است. ما در حوزه تئاتر، فارغ‌التحصیلان بسیاری داریم که بیکارند و باید برایشان برنامه‌ریزی کنیم، یا در حوزه موسیقی، ظرفیت فراوانی داریم که نه‌تنها در محصولات موسیقی داخل کشور، بلکه در بازار جهانی کاملاً شناخته‌شده است، ولی به آن بی‌توجه بوده‌ایم.

### چه چالش‌ها و موانعی در فقدان توجه و سرمایه‌گذاری در حوزه هنر مؤثر بوده است؟

در برخی مواقع، ما با مشکلات قانونی مواجه بودیم. به عنوان نمونه در حوزه موسیقی، بحث حق نشر (کپی‌رایت)، عدم سرمایه‌گذاری در حوزه‌های زیربنایی این هنر، و نامشخص بودن سیاست‌های ما در این حوزه موجب شده که با بلاتکلیفی مواجه شویم.

در هر حال، با مثال‌های مختلفی که در این حوزه‌ها وجود دارد، این‌طور به نظر می‌رسد که نظام ما تکلیف خودش را با این بخش‌ها مشخص نکرده است. از یک طرف، دیدگاه‌های افراطی وجود دارد که اصلاً اعتقادی به این بخش‌ها ندارند و از طرف دیگر، آنهایی که اعتقاد ندارند صلاح هم نمی‌بینند که نظرهايشان را اعلام یا پیاده کنند. با حالتی دوگانه مواجهیم. هر وقت بخواهیم بگوییم که تئاتر داریم، به آمار و اطلاعاتی ارجاع می‌دهیم و می‌گوییم ما امروزه توسعه پیدا کرده‌ایم و صاحب مکتب هستیم و از آن حرف می‌زنیم؛ ولی در عمل اعتقادی به این قضیه نداریم و سیاست‌گذاری مناسبی هم نداشتیم و علت آن است که موضع خود سیاست‌گذار مبهم است و خودش بلاتکلیف است. مثلاً اگر سیاست نظام این است که تئاتر توسعه پیدا کند، قاعدتاً باید زمینه لازم برای این همه فارغ‌التحصیل نیز فراهم شود و سالن‌هایی که در همه جای دنیا بخش عمومی ایجاد می‌کند ایجاد کنیم و در اختیار بخش خصوصی قرار دهیم. همچنین، باید یارانه‌ای برای پوشش هزینه‌های آنها تخصیص داده شود و به یک معنا، شناسایی توانمندی نیروها صورت گیرد و سرمایه‌هایی که در این حوزه داریم شناسایی شود تا بتوانیم برای آنها برنامه‌ریزی کنیم. در یک کلام، پاسخ سؤال شما این است که ما در حوزه توسعه هنر برنامه‌ای مشخص نداریم که بخشی از آن برمی‌گردد به مبانی فکری و ارزشی که برای هنر قائلیم و آنجا با ابهامات مواجهیم. به نوعی، در سیاست‌گذاری در زمینه هنر بلاتکلیفیم. با این همایش می‌خواهیم مرزهای نظری و ارزشی و فلسفی و... را که در این زمینه مطرح است منقح و بازتعریف کنیم و ببینیم در چه حوزه‌ای و چگونه می‌توانیم توسعه داشته باشیم.

### چگونه در حوزه هنر به توسعه پایدار دست پیدا خواهیم کرد؟

توسعه هم می‌تواند دو وجه داشته باشد؛ یکی وجه کیفی و نرم‌افزاری هنر است و به زبان ساده، بستگی به کیفیت و محتوای محصولات تولیدشده دارد؛ به این معنا که چه اندازه غنی است و چه اندازه می‌تواند جنبه ماندگاری و جاذبه داشته باشد. وجه

دوم کمی است که عمدتاً به توسعه بازار این محصولات با دو مؤلفه اصلی عرضه (که شامل تولید و توزیع آثار هنری است) و تقاضا (که میزان مصرف و استفاده از محصولات هنری است) بستگی دارد. این دو هم‌زمان باید با یکدیگر رشد پیدا کنند. رشد عرضه و رشد مصرف به معنای توسعه بازار است و این بدان معناست که ما برای توسعه این بخش باید به فراتر از مرزهای خود فکر کنیم که بتوانیم هر چه بیشتر این بازار را توسعه دهیم؛ یعنی به عرضه در بازار داخلی اکتفا نکنیم، بلکه به بازار جهانی هم فکر کنیم که لازمه آن داشتن دیپلماسی هنری مناسب است که اینها به این نوع نگاه به هنر پیوند می‌خورد.

**به دیپلماسی هنر اشاره کردید. با تفکر دیپلماسی، توسعه هنر چگونه مقدور خواهد شد؟**

در واقع، دیپلماسی سیاسی و نقش رایزنی‌های فرهنگی باید دیده شود و لازمه آن این است که افراد متخصص گزینش شوند تا این بازارها را شناسایی و معرفی کنند. ما در تمام دنیا می‌توانیم بازارهای خود را داشته باشیم. به‌عنوان مثال، در جهان ۱۰ میلیون مسلمان حضور دارند که بازاری بزرگ برای محصولات هنری‌مان به‌شمار می‌روند. همچنین، ایرانیان خارج از کشور فرهنگ و زبان خود را دوست دارند و علاقه‌مندند فرزندانشان با فرهنگ ایرانی آشنا شوند و از کتاب‌ها و محصولات هنری خود استفاده کنند. اینها جامعه هدف ما را تشکیل می‌دهند و این مسئله موجب می‌شود که ما از مزیت نسبی برخوردار باشیم، ولی متأسفانه برای این قشر هیچ گونه برنامه‌ای نداشتیم. اشکال دیگر ما این است که با ادبیات روز هنر دنیا آشنایی نداریم و یا با فاصله بسیاری، از نظر زمانی، آشنا می‌شویم. همچنین، برخی از آثار ترجمه نیز متأسفانه بسیار نارساست و کتاب‌هایی که ترجمه شده هم دارای مشکلات فراوانی هستند و نمی‌توانند کمک چندانی کنند و به همین دلیل، نتوانستیم در حوزه ادبیات نظری توسعه یابیم و از دنیا عقب ماندیم. توسعه علمی و مبانی هنر نیز یکی دیگر از اهداف این همایش است و می‌تواند از رسالت‌های فرهنگستان هنر باشد.

**بحثی در میان متفکران هنری وجود دارد و آن تناقضاتی است که میان سنت و مدرنیته وجود دارد و در تقابل این دو، مسئله هویت هنر را مطرح می‌کنند. چگونه در دنیای مدرن امروزی باید به توسعه هنری برسیم و در عین حال هویت خود را نیز از دست ندهیم؟**

این سؤال ساده‌ای نیست و دلیل آن این است که وقتی می‌خواهیم در حوزه اقتصاد توسعه پیدا کنیم، نمی‌توانیم نسبت به دیگر بخش‌ها بی‌اعتنا باشیم. قطعاً باید متناسب با توسعه اقتصادی، فرهنگ و هنر و نهادهای مدنی هم توسعه پیدا کنند و تجربه دنیا هم همین را نشان می‌دهد. توسعه باید متوازن باشد که موفق شود. بنابراین، اگر ما خواهان توسعه اقتصادی هستیم، منطقاً نمی‌توانیم نسبت به توسعه دیگر بخش‌ها بی‌توجه باشیم. در اینجا این سؤال مطرح است که آیا توسعه همه‌جانبه باعث تهدید هویت ما نمی‌شود؟ پاسخ من مثبت است و می‌تواند موجب تهدید باشد، ولی راهی را در دنیا پیش گرفتند و توانستند مدرنیته و سنت را سازش دهند و آن این بود که تغییرات اصلاحی را در سنت پذیرفتند و اگر ما فکر کنیم

که سنت بدون هیچ تغییری می‌تواند کشورها را به توسعه برساند، امر خطایی است و مطالعات تجربی در دنیا نشان داده که فرایند توسعه فرایندی همه‌گیر است و نمی‌توان با توسعه یک‌روزه پیشرفت کنید و به تعادل برسید و جامعه دچار مشکل نشود، مگر اینکه همه بخش‌ها متناسب با هم رشد کرده باشند و این بحث فقط شامل ایران نیست. در کشورهایی که دارای سنت‌های دیرینه هستند، مشکل عمیق‌تر و شدیدتر است؛ زیرا سنت ریشه قوی دارد و بنابراین نمی‌تواند به سرعت تغییر کند. یک شکل آن این است که بگوییم ما می‌خواهیم هر چیزی را همان‌طور که هست حفظ کنیم و از خیر توسعه بگذریم و یک معنای آن بازگشت به گذشته است. این خیلی شبیه فرهنگ طالبان و داعش است و آنها معتقدند که چون ما نمی‌توانیم تغییر کنیم، می‌خواهیم آن‌طور که دلمان می‌خواهد دنیا را تغییر دهیم و این مسیری منطقی نیست و مورد پذیرش هیچ کس واقع نمی‌شود و جامعه تحصیل کرده‌ای مانند ایران قطعاً چنین چیزی را نمی‌پذیرد.

راه دیگر آن است که بگوییم سنت را کامل خط بکشیم و اصل بر تغییر به سمت توسعه و آن هم به معنای غربی است و این چیزی است که بسیاری از کشورها به سمت آن رفتند و موفق هم بودند، اما این کشورها کشورهایی بودند که فرهنگ عمیق غنی تاریخی نداشتند، مانند سنگاپور؛ چون ریشه‌های خیلی غنی در فرهنگ و ارزش‌های خود مانند ما نداشتند که فرهنگ غرب را نپذیرند و توسعه را مانند یک بسته شامل شاخص‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و هنری پذیرفتند و از این جهت با مانع کمی روبه‌رو بودند. ولی کشوری مانند ایران نمی‌تواند چنین راهی برود و اگر بخواهد چنان راهی برود، با سنت درگیر خواهد شد و شاید یکی از دلایل انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ همان درگیر شدن حکومت پهلوی با سنت بود که می‌خواست بخش سنت را نادیده بگیرد و توسعه پیدا کند. او در واقع فرهنگ غرب را مبنا قرار داد و فرهنگ ایرانی و اسلامی را تا آنجا پذیرش داشت که در چهارچوب منطق غرب سازگار باشد و بخش دیگر را یا نادیده گرفت یا می‌خواست که حذف کند و این بود که با واکنش بخش سنت مواجه شد. کشورهایی که دارای سنت قوی هستند معمولاً در مواجهه با توسعه به یک منطقه تعادل ناپایدار و بحران می‌رسند و این بحران می‌تواند هر لحظه به سمتی برود. می‌تواند شما را به سمت یک کشور توسعه‌یافته غربی بکشاند و ممکن است عکس آن نیز اتفاق بیفتد. انقلاب اسلامی نتیجه یک عدم تعادل در بخش سنت و بخش مدرنیته (البته به معنای غربی آن) بود.

## راه حل چیست؟

هر گونه تغییر و تحول اقتصادی و اجتماعی لازم در درون این فرهنگ و فضای هنری باید صورت گیرد و بنابراین، هنر باید هم بستر حرکت باشد و هم خودش تغییر کند و این کار ساده‌ای نیست. مانند اینکه سوار بر هواپیما هستید و هواپیما دارای نقصی شده و باید تعمیرش کنید؛ این بسیار سخت‌تر از این است که هواپیما نشسته باشد و شما بخواهید اشکالات آن را برطرف کنید. این کاروان توسعه همین است و کشوری که با یک کشور توسعه‌یافته مواجه می‌شود از تعادل خارج می‌شود و وقتی از تعادل خارج شد، دیگر حرکتش به فرایند نیروها بستگی دارد. این نیروها بیشتر جلوبرنده است یا نگهدارنده یا عقب‌برنده؟ در کشوری مانند سنگاپور، بخش سنت در نیروها حل می‌شود، ولی در کشور ما بخش سنت به هم‌ریخته است و بدون تعارف در روستاها و در عشایر و... همه مناسبات به هم‌ریخته است و چیز جدیدی هم جای آن را نگرفته است. در

دوران پهلوی، همین امر صورت گرفت؛ یعنی چون به عمق ماجرا کاری نداشتند و به ظاهر تمدن توجه می‌کردند، این مشکل را داشتند. این سؤال شما سؤال همه کشورهای اصلی توسعه‌یافته است و سؤالی ساده نیست. ما نباید چه فرهنگ غرب و چه فرهنگ خودمان را در بست بپذیریم. باید در هر دو تحولاتی ایجاد کنیم. نکات متناسبی را که از فرهنگ غرب می‌گیریم در فرهنگ خودمان بومی‌سازی کنیم.

### در نهایت، چه زمانی می‌توانیم به توسعه پایدار دست یابیم؟

توسعه‌ای پایدار است که بر پایه سنت استوار باشد و در عین حال، مدرنیته‌ای استوار است که بر پایه سنت استوار باشد، ولی نه سنت ثابت و غیر قابل‌تغییر. بنابراین، هویت ما باید متناسب با شرایط روز تغییر کند. باید بعضی از عناصر فرهنگی‌ای را که متناسب با توسعه نیست کم‌رنگ‌تر و برخی را که متناسب با توسعه است برجسته‌تر کنیم. اینها را باید شناسایی کرد و در سیر حرکت از سنت به مدرنیته دید. در این سیر، باید ببینیم دقیقاً چه بخش‌هایی می‌تواند همراه باشد و چه بخش‌هایی نمی‌تواند با ما همراهی کند. چه بخش‌هایی به‌عنوان هویت اصلی کشور ماست و باید روی آن پافشاری کرد و چه بخش‌هایی نیست و باید اصلاح شود و تغییر کند. جامعه توسعه‌یافته جامعه‌ای است که ریشه در فرهنگ و هویت و ارزش‌های جامعه‌اش دارد، اما نه هویت ثابت بلکه هویت قابل‌تغییر و قابل‌تطبیق با شرایط روز. این کار بسیار مشکل است و تقریباً متولی هم ندارد و باید از سوی کسانی انجام شود که در این امر صاحب‌نظر باشند.

فرهنگستان هنر می‌تواند متولی توسعه هنر باشد؛ زیرا این موضوع به متخصصانی نیاز دارد که بتوانند با انبوهی از چهارچوب‌های نظری و مفهومی و سیاست‌گذاری مواجه شوند. معمولاً با تغییر سنت‌ها، برخی از مفاهیم و موضوعات تغییر می‌کند و حاصل چیز جدیدی خواهد شد و آن پدیده جدید به برنامه‌ریزی مجدد و بازتعریف نیاز دارد تا به توسعه پایدار بینجامد.

ما به‌واسطه دنیای ارتباطات در برهه‌ای از زمان قرار گرفته‌ایم که در آن، بحث جهانی‌شدن مطرح است و در حال حاضر، در این وادی، این‌طور به نظر می‌رسد که دور از این مسئله قرار گرفته‌ایم؛ به‌خصوص در حوزه هنر نتوانسته‌ایم موفق عمل کنیم. به نظر شما، چه موانعی در راه ما قرار دارد؟ و اصولاً خوب است که به جهانی‌شدن بیندیشیم یا خیر؟

ارتباطات علمی، شبکه‌ها و ماهواره‌ها از این ظرفیت و امکانات برخوردارند. سرعت فرایند فرهنگ‌پذیری هم بالاست و آن چیزی که ما را در حوزه سیاسی و اجتماعی مقداری منزوی کرده تا اندازه‌ای برمی‌گردد به سیاست‌های سطح کلان کشور و در برخی اوقات به سنت توسعه‌نیافته یا تحول‌نیافته‌ای که داریم و باید متناسب با شرایط روز بازسازی شود که آن مانعی سخت‌تر است. سیاست را خیلی زود می‌توان تغییر داد، به شرطی که موانع ایدئولوژیکی و ارزشی وجود نداشته باشد. وقتی موانع ایدئولوژیکی و ارزشی تعریف می‌شود، کار تا اندازه‌ای سخت خواهد شد و آن هسته سخت به عدم تطابق با دنیای جدید برمی‌گردد.

البته این نکته را نیز بگویم که شرایط جهانی هم به این نحو است که اگر، بدون برنامه‌ریزی، گمان کنیم ورود به عرصه جهانی‌سازی یا جهانی‌شدن در حوزه فرهنگ ما را به توسعه می‌رساند، مطمئناً این ورود منجر به ازبین‌رفتن سنت خواهد شد. و اگر بگوییم که اینها ما را به توسعه می‌رساند، باید به فرهنگ‌های بومی نیز توجه کرد. علت آن این است که معمولاً در تبادل فرهنگی، آن فرهنگی برنده و غالب است که اقتصاد غالب از آن اوست، ولی آن فرهنگی که دارای اقتصادی ضعیف است نمی‌تواند صادرکننده فرهنگ باشد؛ زیرا همه چیز کشور فقیر حقیر به نظر می‌رسد و همه چیز آن کشوری که غنی است ارزش محسوب می‌شود. مثلاً تصور ما این است که اگر از سبک لباس کشور توسعه‌یافته استفاده کنیم، توسعه‌یافته‌ایم و عکس آن هم صادق است و ناخودآگاه، فرهنگ کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته راحت‌تر اشاعه می‌یابد.

بنابراین، جهانی‌سازی تیغی دولبه است؛ می‌تواند به نفع ما باشد، می‌تواند به ضرر ما باشد. اما آنچه مسلم است این است که ما برنامه‌ای مشخص در این حوزه نداریم، البته حرف‌های کلی داریم، ولی با این کلیات نمی‌شود برنامه‌ریزی کرد. برای برنامه‌ریزی، باید به دنبال هدف‌های کلی و هدف‌های جزئی بود. برای هر بخش و زیربخش‌های آن، باید الگوهای نظارتی داشت تا با مشارکت مردم به اصلاح برنامه‌ها پرداخته شود. البته این کاری ساده نمی‌تواند باشد و چون کاری ساده نیست، به سمت آن نرفته‌ایم. کسانی هم که در حوزه هنر می‌توانند سرمایه‌گذاری کنند به همین دلیل این حوزه را رها کرده‌اند و به سمت حوزه‌های اقتصاد و سیاست، که درآمدزاتر است، رفته‌اند و این واقعیت قضیه است.

### بخش خصوصی در اینجا چه نقشی دارد یا می‌تواند داشته باشد؟

بخش خصوصی وقتی می‌تواند فعال باشد که فضای کسب‌وکار برایش فراهم شود. فضای کسب‌وکار را هم نه بخش کلان ایجاد می‌کند و نه خود بخش خصوصی تعیین می‌کند، بلکه فضای کسب‌وکار تحت تأثیر عواملی مختلف است. به عنوان مثال، تحت تأثیر مجوز است که دست دولت است؛ تحت تأثیر نظام مالیات‌هاست که در اختیار دولت است؛ تحت تأثیر بازرگانی است که در اختیار دولت است؛ تحت تأثیر توزیع یارانه‌هاست که باز هم دست دولت است؛ تحت تأثیر قانون و قوه قضاییه است؛ تحت تأثیر زیرساخت‌هاست که باز هم دست دولت است؛ بنابراین، مثلاً بخش خصوصی می‌داند که صادرات فرش مهم است، اما آیا مثلاً زدن اتوبان برای حمل‌ونقل فرش باید توسط بخش خصوصی صورت گیرد؟ مسلماً خیر؛ بنابراین، برای فعالیت بخش خصوصی باید زیرساخت‌های اساسی مهیا شود. این زیرساخت‌های عمومی را چه کسی باید ایجاد کند؟ دولت. پس سرمایه‌گذار جایی سرمایه‌گذاری می‌کند که زیرساخت‌هایش درست‌اند و خطر (ریسک) زیادی ندارند.

در این سال‌ها، شاهد افزایش آمار اجرای کنسرت‌ها، تعداد فیلم‌های سینمایی بلند، رشد فزاینده آمار کتابخانه، تألیف کتاب، رشد دانشجویان هنر و ... بوده‌ایم. با توجه به این آمار، چرا آن‌طور که باید به توسعه هنر نرسیدیم؟

توسعه‌یافتگی امری نسبی است و توسعه عبارت است از رشد مداوم. این رشد باید با تمام شاخص‌های خود دیده شود. ممکن است رشد داشته باشیم، ولی به صورت واقعی به تعالی نرسیم. فرض کنید کتابخانه‌های فراوانی ساخته باشید. توجه به این



نکته مهم است که افزایش آمار کتابخانه‌ها به معنای توسعه نیست، بلکه کتاب‌خوان‌های بسیار به معنای توسعه است. انتشار کتاب هم به معنای توسعه نیست، بلکه کتاب‌خوان‌های فراوان به معنای توسعه است. پس ممکن است سالن مطالعه هم داشته باشید، ولی کسی مطالعه نکند. این بدان معناست که متناسب با کالایی تولید کرده‌اید مشتری ندارید. در واقع، این سؤال مطرح است که آیا تعداد مخاطبان به همان نسبت رشد کرده است یا نه؟ درباره سینما مثالی می‌زنم؛ در برخی از سال‌ها، در قبل از انقلاب، جمعیت ۳۶ میلیون نفر بوده است و ۶۰ میلیون بیننده داشته‌ایم. در سال‌های اخیر، میانگین تعداد کسانی را که به سینما می‌روند از ۱۰ میلیون تا ۲۰ میلیون نفر تخمین زده‌اند؛ یعنی از هر چهار نفر، یک نفر به سینما می‌رفته است. تعداد فیلم‌های بلند دوبرابر شده ولی آیا تماشاگر هم دوبرابر شده است؟ اگر ۱۲۰ میلیون نفر به سینما می‌رفتند، این سالن‌ها ورشکسته نمی‌شدند. دیگر آن زمان سالن‌ها بازسازی می‌شدند، دولت مالیات دریافت می‌کرد، شهرداری سهم خود را می‌گرفت و توسعه به شکلی قابل توجه ایجاد می‌شد. ولی در عمل چیز دیگری اتفاق افتاده است؛ زیرا تعداد تماشاگر مشخص می‌کند که فروش چقدر است. قیمت بلیت هم متناسب با تورم بالا نرفته است. قیمت بلیت بالای ۳ هزار برابر شده است. تعداد تماشاگر نصف یا یک‌سوم شده است. وقتی شاخص‌ها را درست تحلیل نمی‌کنیم، نتیجه ناقص است. در تحلیل اقتصادی باید طرف‌های عرضه و تقاضا را با هم دید و سنجید. کالای فرهنگی میوه نیست که خراب شود، بلکه همیشه می‌شود از آن استفاده کرد. شاخص تعداد تماشاگران است که به آن معنا می‌دهد، نه تعداد فیلم‌ها. آیا ما توانسته‌ایم فیلمی بسازیم که نیاز تماشاگران و مخاطبان را برآورده کند؟ ممکن است بگویند در زمان حال، ماهواره و سینمای خانگی و مواردی دیگر جانشین سینما شده است، اما پس چگونه است که در دنیا سینما دارای رشد و توسعه بوده است؟ اتفاقاً سالن‌های سینمای ما کم شده، بسیاری ورشکسته شده و به پمپ‌بنزین و مراکز تجاری تغییر کاربری داده‌اند. در سالن سینما، تعداد تماشاگران یک نفر باشد یا صد نفر، باید وسیله سرمایش و گرمایش کار کند، برق مصرف شود، کارکنان باشند و تمام این هزینه‌ها را باید در نظر گرفت. پس رشد آماری لزوماً به توسعه نمی‌انجامد، البته که ما فیلم‌هایی در عرصه جهانی داشته‌ایم، ولی لزوماً به توسعه مورد نظر دست نیافته‌ایم.

درباره تعداد تحصیل‌کردگان و دانشجویان هم باید تحلیل کرد که از این تعداد چقدر به رشد اجتماعی رسیدند، در فرایند مناسبات کاری آنها چه تأثیراتی شاهدیم، رشد فکری اینها چه میزان بوده است و تولید فکر و اندیشه در این عده تا چه میزان است. باید تمام این شاخص‌ها را در نظر گرفت.

## و حرف آخر...

باید برای تولید اندیشه سرمایه‌گذاری کنیم تا برنامه‌ریزی مناسبی داشته باشیم و مبنای حرکتمان درست باشد؛ زیرا حوزه فرهنگ و هنر بسیار پیچیده است و این حوزه حوصله و صبر می‌خواهد و نمی‌توان یک‌شبه در آن به نتیجه رسید.