

مقدمه‌ای بر مطالعه
بازار مالی و اقتصادی
هزرمای تجسمی معاصر ایران
در دهه‌های اخیر

ویراسته و تألیف مصطفی گودرزی

www.ketab.ir

برقشاسه	شاکر، وحید، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور	مقدمه‌ای بر مطالعه بازار مالی و اقتصادی هنرهای تجسمی معاصر ایران در سه دهه اخیر / وحید شاکر، مصطفی گودرزی.
ملاحظات نشر	تهران : مهر نوروز، ۱۳۹۵.
ملاحظات ظاهری	۳۰۴ ص: ۲۱/۵ × ۱۴/۵
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۶۱-۴۵-۳ : ۲۳۰۰۰ ریال
واضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	۱. شرح به انگلیسی. ۲. An introduction the study of financial and economic of Iran's contemporary visual arts in the past three decades.
یادداشت	کتابنامه: ص. [۱۳۳] - ۱۶۹.
موضوع	هنر - ایران - جنبه‌های اقتصادی
موضوع	Art -- Iran -- Economic aspects
موضوع	حرفه - بازاریابی
موضوع	Art -- Marketing
موضوع	هنر -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	Art -- Economic aspects
شماره افزوده	گودرزی، مصطفی، ۱۳۳۹ -
ردیف‌بندی کنگره	۱۳۹۵ ش ۲۱/۵ / ۹۷۸/۶۰۰-۷۲۶۱-۴۵-۳
ردیف‌بندی دیوین	۳۳۸/۲۷۷۰۰۱۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۶۶۱۵۲۴۴



نشر مهرنوروز

عنوان: مقدمه‌ای بر مطالعه بازار مالی و اقتصادی
 هنرهای تجسمی معاصر ایران / وحید شاکر، مصطفی گودرزی
 نویسنده: وحید شاکر / مصطفی گودرزی
 طراحی گرافیک: مصطفی گودرزی
 چاپ اول: ۱۳۹۶
 شمارگان: ۳۰۰ جلد
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۶۱-۴۵-۳
 قیمت: ۲۳۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.
 تلفن: ۸۸۵۱۳۹۰۶
 دورنگار: ۸۸۵۱۱۸۰۷
 www.mnbook.ir
 info@mnbook.ir

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار.....
۱۱	مقدمه.....
۱۹	فصل اول: بیان مسئله و کلیات پژوهش.....
۳۳	فصل دوم: تعاریف و مفاهیم.....
۳۵	۱-۲ / علم اقتصاد.....
۳۶	۲-۲ / اقتصاد هنر.....
۳۶	۳-۲ / سرمایه.....
۳۷	۴-۲ / سرمایه‌داری.....
۳۸	۵-۲ / سرمایه‌گذاری.....
۳۹	۶-۲ / انباشت سرمایه.....
۴۰	۷-۱ / بازار.....
۴۰	۸-۲ / بازار هنر.....
۴۱	۹-۲ / انباشت‌گذاری (برآورد قیمت).....
۴۲	۱۰-۲ / عرضه و تقاضا.....
۴۳	۱۱-۲ / تولیدکننده.....
۴۳	۱۲-۲ / مصرف‌کننده.....
۴۴	۱۳-۲ / مالای هنری.....
۴۴	۱۴-۲ / مشرق هنری.....
۴۵	۱۵-۲ / مدیر هنری.....
۴۶	۱۶-۲ / نمایشگاه‌بردار (Curator).....
۴۷	۱۷-۲ / مجموعه‌دار هنری (Art Collector).....
۴۷	۱۸-۲ / دلال هنری (Art Dealer).....
۴۸	۱۹-۲ / حراج هنری (Art Auction).....
۴۸	۲۰-۲ / اکسپوزی هنری (Art Expo).....
۴۹	۲۱-۲ / نگارخانه گالری هنری (Art Gallery).....
۴۹	۲۲-۲ / بی‌ینال هنری (Biennale).....
۴۹	۲۳-۲ / توسعه هنری.....
۵۰	۲۴-۲ / رسانه (Media).....
۵۰	۲۵-۲ / سرمایه فرهنگی (Cultural Capital).....
۵۳	فصل سوم: اقتصاد هنرهای تجسمی در جهان.....
۵۵	۱-۳ / تاریخچه.....
۵۹	۲-۳ / نمونه‌های موردی.....
۶۵	فصل چهارم: اقتصاد هنرهای تجسمی در ایران.....
۶۹	۱-۴ / پیشینه.....
۷۰	۱-۴ / دوره‌های تاریخی.....
۸۰	۲-۴ / دوران پهلوی.....
۸۵	۲-۴ / بازارهای دولتی.....
۸۷	۱-۲-۴ / بانک‌ها و موسسات مالی و سرمایه‌گذاری.....
۸۸	۱-۲-۴ / وزارتخانه‌ها و شرکت‌های دولتی.....
۹۰	۳-۲-۴ / موزه‌ها و مراکز اسنادی.....
۹۶	۳-۲-۴ / مالیات و بیمه.....
۹۶	۵-۲-۴ / بارانه خرید آثار هنری.....
۹۸	۶-۲-۴ / شهرداری‌ها و استانداری‌ها.....
۹۹	۷-۲-۴ / دانشگاه‌ها و دانشکده‌های هنر.....
۱۰۴	۸-۲-۴ / نگارخانه‌ها و گالری‌های دولتی.....
۱۰۷	۹-۲-۴ / اکسپو، حراجی و جشنواره‌های دولتی.....

۱۱۰	 قانون حمایت از حقوق معنوی پدیدآورندگان	۱-۲-۴
۱۱۲	 بخش خصوصی:	۳-۴
۱۱۴	 مجموعه‌داران و سرمایه‌گذاران هنری	۱-۳-۴
۱۱۷	 نگارخانه‌ها/گالری‌ها	۲-۳-۴
۱۲۰	 حراجی‌ها و اکسیوها و جشنواره‌های داخلی	۳-۳-۴
۱۲۳	 مدیران، واسطه‌گران و دلالان هنری	۴-۳-۴
۱۲۴	 آئینیه شخصی هنرمندان	۵-۳-۴
۱۲۶	 بازارهای جهانی و منطقه‌ای:	۴-۴
۱۲۸	 گالری‌های خارجی	۱-۴-۴
۱۳۱	 حراجی‌ها	۲-۴-۴
۱۳۸	 مدیریت هنری	۵-۴
۱۴۲	 رسانه‌ها و اقتصاد هنرهای تجسمی	۶-۴
۱۴۳	 نقش منتقدین	۱-۶-۴
۱۴۵	 رسانه‌های جمعی	۲-۶-۴
۱۴۶	 اخلاق رسانه‌ای	۳-۶-۴
۱۴۷	 اقتصاد کاربردی هنرهای تجسمی در ایران	۷-۴
۱۴۹	 بازار کار و اشتغال هنرهای تجسمی در ایران	۱-۷-۴
۱۵۰	 سرمایه‌گذاری و ارزآوری برای کشور	۲-۷-۴
۱۵۰	 موانع ورود به بازار هنرهای تجسمی در ایران	۳-۷-۴
۱۵۳	 نتیجه‌گیری و پیشنهاد موقت	
۱۵۹	 پیوست‌ها	
۱۶۳	 منابع	

پیشگفتار

مارکس در «نظریه‌های ارزش اضافی» در دشمنی سرمایه‌داری با هنر تأکید کرده است تا ظاهراً به استورچ [Storch] اقتصاددانی دهه در نخستین دهه‌های قرن نوزدهم می‌زیسته و امروزه از یادها رفته است، ثابت کند که رابطه میان تولید مادی و تولید اندیشگی آن قدر که او می‌پندارد ساده نیست. چون این دو به مثابه دو نوع تولید به شکل‌های خاصی از سازمان اجتماعی بستگی داشتند؛ مارکس بر آن بود که تولید مادی تحت شرایط سرمایه‌داری به همان چراغی فرا راه تکامل هنر بر نمی‌دارد، بلکه به عمد سنگ راه آن هم می‌شود. اگر به شکل گسترش یافته‌تر تولید مادی، لزوماً یک هنر برتر نیست؛ و اگر در مواردی آفرینش هنری شکوفا شود، علت آن تولید مادی سرمایه‌داری نیست، بلکه این شکوفایی درست در جهت خلاف تولید مادی صورت می‌گیرد. مارکس، در همان کتاب، به طرز ریشخندآمیزی می‌گوید: «این (شکل تکامل یافته‌تر تولید ماده) راه را به خیال‌واهی فرانسوی‌های قرن هجدهم باز می‌کند. با آن که ما در علم مکانیک و نظایر آن از باستانیان پیشرفته‌تریم، چرا نتوانسته‌ایم (مانند آنان) حماسه

1. کارل هاینریش مارکس [Karl Heinrich Marx] (۱۸۱۸ - ۱۸۸۳).

2. کارل مارکس، نظریه‌های ارزش اضافی، چاپ مسکو، قسمت اول، ص ۲۸۵.

بسازیم؟ و در عوض به جای ایلیاد، هنریاد^۳ داریم؟^۴ مارکس، باز هم در همان کتاب، از تضاد میان هنر و سرمایه‌داری یاد می‌کند.

■ در جهان معاصر، تعامل و تقابل، و همراهی و تضاد هنر و سرمایه‌داری بر کسی پوشیده نیست چنانچه به‌نظر می‌رسد هنر بدون سرمایه، امکان حیات ندارد و سرمایه‌داری نیز نیازمند هنر است و بخشی از سرنوشتش با آن پیوند خورده است. مثلاً نظریه‌پردازان مدافع نظریه توسعه اقتصادی، وجود تبلیغات را بر بستر اقتصاد آزاد و هنر نوین می‌دانند و چنین است که گرافیک دیزاین، عام یا روشی است که بر پایه‌های اقتصاد و هنر ایستاده است و از نظر آنان کاربردی‌ترین شکل هنر دانسته می‌شود...

■ امروزه ادبیات موضوع اقتصاد و پیوندش با هنرهای تجسمی، و اصطلاح پُرمد اقتصاد هنرهای تجسمی بر کسی پوشیده نیست. اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی، تنها از این‌که مقوله‌ای دانشگاهی و علمی است و در بیشتر دانشکده‌های سراسر دنیا تدریس می‌شود، موضوعی کاربردی و عملی نیز می‌باشد. این بررسی ابعاد مختلف این مفهوم، روز به روز بسط و گسترش می‌یابد. در فضای علمی ایران، فارغ از اینکه این اصطلاح هم‌چنان به‌صورت کامل شکل نگرفته، نوعی ابهام مفهومی نیز در باب آن وجود دارد. نبود یک تعریف مشترک شفاف و روشن از این مفهوم، به طرز اجتناب‌ناپذیری رویکردهای نظری به این بحث را دچار آشفتگی می‌کند. حال با چنین بستری از این ابهام‌ها، پژوهش‌ها به چنین موضوعی، نوعی عمل مخاطره‌آمیز است. این موضوع، صرفاً به هم می‌انجامد دانشگاهی نیست که پژوهشگران و دانشجویان با رجوع به کتابخانه و اصطلاح چندین کتاب با موضوع اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی به‌کنه مطلب آن دست ببرند، بلکه برای فهم آن لازم است ساختار پیچیده عوامل تولیدی اثر هنری و رابطه نوعاً پرتنش آن با مفهوم دولت توانمند دیده شود. دولت به مثابه قدرت برتر که بر تمام ساخت‌های اجتماعی منجمله سیاست، اقتصاد و هنر سیلا دارد، قادر است هر امری را به‌ویژه ساخت هنری را در نسبت با خود تعریف کند و چون موضوع اقتصاد هنرهای تجسمی موضوعی است تنیده در مفهوم دولت به مثابه بزرگ‌ترین نهاد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، پس ناچاراً بایستی برای تعریف آن همواره بین دو ساخت متفاوت در رفت و آمد بود. از

3. Iliad حماسه‌ای است اثر هومر، شاعر یونانی. و Henriad اثر Despuget شاعر فرانسوی قرن هفدهم، که شرح زندگی هنری چهارم را به شعر درآورده است.

این‌رو، بر همگان آشکار است که طرح چنین موضوعی و بررسی علمی و دانشگاهی آن امری چالش‌برانگیز است...

■ در این پژوهش به مطالعه بازار مالی و اقتصادی هنرهای تجسمی ایران در سه دهه گذشته پرداخته شد. بازار هنرهای تجسمی، از جمله مهم‌ترین مباحث در عصر کنونی است و مطالعه و کنکاش در این باب از ضروریات به حساب می‌آید. از این‌رو، در کلیات این تحقیق، با مطرح کردن بیان مسئله، اهداف و پرسش‌های اصلی، به تعاریف و مفاهیمی چون اقتصاد هنر، بازار هنر، عرضه و فاضا، کالای هنری، دلالت و واسطه‌گران، حراجی‌های هنری، سرمایه فرهنگی و غیره پرداخته شد. همچنین با جستار در اقتصاد هنرهای تجسمی در جهان، به تاریخچه آن اشاره شد و نمونه‌های موردی بررسی گردید. در بخش اصلی این پژوهش، روند بازار اقتصادی هنرهای تجسمی ایران پس از انقلاب اسلامی مورد مطالعه قرار گرفت. از این‌رو، در ابتدا به پیشینه اقتصاد هنرهای تجسمی در دوره‌های تاریخی در ایران پرداخته شد، و سپس در بخش‌های جداگانه، بررسی توصیفی بازارهای دولتی و جریان‌ات تأثیرگذار بر آن‌ها چون بانک‌ها و مؤسسات مالی، وزارتخانه‌ها، موزه‌ها، یارانه خرید آثار هنری، مالیات، بیمه، شورای نگارنده‌های هنر، نگارخانه‌ها، اکسپوها و حراجی‌های هنری و غیره صورت گرفت. همچنین در اینجا، فعالان بخش خصوصی چون مجموعه‌داران و سرمایه‌گذاران، گالری‌ها، اکسپوها و رویدادهای فروش، دلالت و غیره، و در بخشی دیگر بازارهای جهانی و منطقه‌ای چون حراجی‌های خارجی، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه به نقش مدیریت هنری، رده‌بندی آثار و منتقدین در بازار هنرهای تجسمی در سه دهه گذشته پرداخته شد. اقتصاد کاربردی هنرهای تجسمی چون بازار کار و اشتغال، سرمایه‌گذاری و ادراک و موانع ورود به این بازار در ایران نیز از جمله مواردی بودند که مورد بررسی قرار گرفتند.

■ نگارندگان این سطور بر این باورند که پیش‌کشیدن این موضوع خود سرآغازی بر رفع ابهامات و آشفتگی آن است و چون برای تعریف اقتصاد و بازار مالی هنرهای تجسمی بایستی به بافت و زمینه عینی و محقق‌شده در یک محیط مشخص (در این پژوهش سه دهه اخیر ایران) پرداخت، پس طرح این موضوع در خودش اندیشه‌ای مازاد دارد. به تعبیری دیگر، هر

پژوهشگری که در باب اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی تحقیق می‌کند، ناچار است ساختارها و الگوهای محیط عینی خود را بر تعریف اولیه آن سوار کند. روشن است منظور از اندیشه مازاد، توجه به تفاوت‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و هنری یک اجتماع است...

■ نگارندگان پس از پی‌بردن به اهمیت بحث اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی، مدت زمانی را جهت بررسی و مطالعه در ابعاد مختلف نظری و عملی این موضوع صرف کردند، و چون جای آن‌را در میان پژوهش‌های دانشگاهی خالی دیدند، تصمیم گرفتند، تحقیقی هرچند مختصر در این خصوص انجام دهند...

■ اما یکی از تازه‌ترین مشکلات در رابطه میان اقتصاد و بازار مالی هنرهای تجسمی، نبود منابع مطالعاتی آن است. همان‌طور که پیشتر ذکر شد، برای آشکار ساختن رابای پنهان این موضوع لازم است بر جنبه‌های کاربردی و عملی آن اکتفا شود. عبارتی دیگر، جدا از منابع نظری غیرعلمی که آن‌هم به‌صورت محدود در زبان فارسی وجود دارد، کار میدانی و کاربردی قابل‌توجهی هم به‌دلیل عدم همکاری نهادهای سازمان‌ها، مدیران دولتی، مجموعه‌داران، خریداران مالی‌داران و حتی هنرمندان، در باب این موضوع صورت نگرفته است. این مورد، نگارندگان را در مدت زمانی که صرف تحقیق در خصوص اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی کرده بود، دشوار ساخت...

■ با توجه به تازگی نسبی و حتی به تعبیری، کم‌بودن این موضوع در تحقیقات علمی و دانشگاهی در ایران و عدم وجود منابع کافی برای نگارندگان در ابتدا آشکارسازی جوانب مختلف بازار و اقتصاد هنرهای تجسمی مدنظر بوده، و از این‌رو، موضوعات مختلف را در بخش‌های جداگانه مطرح کرده‌اند. پس از آن، به بررسی توصیفی روند اقتصاد و بازار مالی هنرهای تجسمی، آن در سه دهه اخیر پرداخته خواهد شد و در برخی مواقع، مورد تحلیل قرار می‌گیرد...

■ نوشتار پیش‌رو، برگرفته از یک پژوهش است که در دانشگاه تهران، پردیس هنرهای زیبا/ دانشکده هنرهای تجسمی انجام شده است.

مقدمه

بحث بازار مالی و اقتصادی هنرهای تجسمی، موضوعی جدید در پژوهش‌های علمی است. پژوهشگران، اقتصاددانان و نویسندگان هنری در پی درک رابطه خلاقیت، مطالعات جسته و گریخته‌ای را در این باب انجام داده‌اند. اگر انجایی که این موضوع در فضای آکادمیک ایران هم‌چنان مجهور باقی مانده است، نگارندگان این سطور، وظیفه خود دانستند تا به صورت علمی به مطالعه و کنکاش در موضوع اقتصاد هنرهای تجسمی بپردازند. در این رو، با مطالعه اندک منابع لاتین و فارسی مربوط به این مبحث، با صورت توصیفی، جریان بازار مالی و اقتصادی هنرهای تجسمی در ایران به‌ویژه در سه دهه اخیر را مورد بررسی قرار می‌دهند. بیان این مسئله به فتح بابی است برای پژوهشگران علاقمند به این موضوع تا به روش تخصصی و بی‌طرفانه جریانات اقتصادی هنر در ایران را بررسی و مطالعه کنند.

از این جهت در فصل اول این پژوهش با تشریح چرایی و چگونگی برخورد با این موضوع، سؤالاتی بنیادی مطرح می‌شود مبنی بر اینکه اقتصاد در بازار چه تأثیراتی بر شاکله کلی هنرهای تجسمی در ایران دارند؟ و دیگر اینکه نقش عوامل بیرونی چون دولت، بخش خصوصی حقیقی و حقوقی تا چه حد بوده است؟ بنابراین با

هدف بازگشایی فضایی برای تعامل بین هنرمندان و بازار هنرهای تجسمی، می‌توان با مطالعه دربارهٔ شناسایی این عوامل و بررسی و تحلیل آن از ضروریات پژوهش پرده برداشت. از این رو، مبنای روش تحقیق در وهلهٔ اول به صورت کتابخانه‌ای شکل گرفت. با توجه به اینکه این موضوع از دغدغه‌های اصلی نگارندگان می‌باشد، بنابراین جستجو در منابع مرتبط از حدود یک سال پیش آغاز و تا آخرین لحظات به ثمر نشستن این پژوهش ادامه داشت. برای رسیدن به این مهم، اندک منابع علمی فارسی و مجموعه‌ای از یادداشت‌های مطبوعات، در باب موضوع اقتصاد هنرهای تجسمی در ایران مورد مطالعه قرار گرفت. ناگفته نماند منابع لاتین و در دسترس در باب بحث با اقتصاد هنرهای تجسمی نیز شناسایی و دریافت شد تا با مطالعه آن‌ها، آشنایی نسبتاً کاملی با روند پیشبرد پژوهش صورت گیرد. علاوه بر این، صاحب‌ها، دیدارها و جستجوهای نیز در مراکز معتبر و علمی اینترنتی صورت گرفت. با این وجود از عمده‌ترین و اساسی‌ترین موانع و مشکلات این تحقیق، نبود پژوهش‌ها و مطالعات دقیق و علمی و در کلی کمبود منابع عنوان می‌شود که جزئیات آن در بخش مشکلات و تنگناها آمده است.

در فصل دوم این پژوهش، به تعاریف و شناسایی کلمات کلیدی و اصلی این پژوهش پرداخته می‌شود. در ابتدا مروره اقتصادی آن مورد توجه قرار می‌گیرد و کلماتی چون علم اقتصاد، اقتصاد هنر، سرمایه، سرمایه‌داری، سرمایه‌گذاری، انباشت سرمایه، بازار، بازار هنر، ارزش‌گذاری، عرضه و تقاضا، تولیدکننده، مصرف‌کننده و ... از هنری تعریف می‌گردد. سپس کلمات و عناوین اصلی مربوط با بخش هنر چون مشاور هنری، مدیر هنری، نمایشگاه‌گردان، مجموعه‌دار هنری، دلال و واسطه‌گر هنری، حراج هنری، اکسپو، گالری، بی‌ینال،

توسعه و سرمایه هنری و رسانه مورد بررسی قرار می گیرند.

فصل سوم، دروازه‌ای را برای آشنایی با موضوع اصلی این پژوهش باز می‌کند. در این‌جا تاریخچه مطالعاتی جریان اصلی بازار هنرهای تجسمی بررسی می‌شود. همچنین در این باب روند کلی بازار هنرهای تجسمی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه چون آمریکا، ایتالیا، ژاپن، چین و ترکیه با دقت تمام مطالعه می‌گردد. نتایج حاصل از این بررسی می‌تواند از دو جهت برای این پژوهش، هم‌چنین سایر پژوهش‌ها مؤثر باشد، یک این‌که هم‌طور به اشاره شد، سبب آشنایی با بازارهای بین‌المللی هنر می‌شود و دیگری این‌که در برخورد با یک پژوهش علمی، راه صحیح‌تر مطالعه و تحقیق در این باب را نشان می‌دهد.

در فصل چهارم به صورت مبرری به بحث اقتصاد هنرهای تجسمی ایران پرداخته می‌شود. همان‌طور که عنوان شد از عمده‌ترین مشکلات این پژوهش، نبود منابع علمی معتبر است. با این وجود سعی شده است تا پیشینه جریان اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی در ایران مورد مطالعه قرار گیرد. نگاهی به هنرهای دوران باستان و پس از آن دوران پُروونق اسلامی در ایران می‌تواند دایره‌ای وسیع برای ورود به بحث بازار هنرهای تجسمی ایران در عصر حاضر باشد. در این‌جا دوران پهلوی به دلیل اهمیت و تأثیری که در بازار هنرهای تجسمی در پیش از انقلاب اسلامی ایفا کرده است، در بخشی جداگانه مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

در رابطه با بازار هنرهای تجسمی در ایران، بخش‌های متعددی تعریف می‌گردد و با جزئیات به توصیف و تحلیل آن پرداخته

می‌شود. همان‌طور که اشاره خواهد شد، به علت نبود روندی پیوسته و پایدار در سه دهه گذشته در سیاست‌گذاری‌های مربوط به هنرهای تجسمی، یکی به دلیل تأثیرات انقلاب اسلامی و دیگری جنگ عراق علیه ایران، این فصل نه به صورت تاریخی، بلکه به صورت موردی بررسی خواهد گردید. در بخش بازارهای دولتی که از مهم‌ترین نهادهای اقتصاد هنرهای تجسمی به جهت سیاست‌گذاری‌ها و حمایت‌ها به حساب می‌آید، به مطالعه نقش بانک‌ها، مؤسسات مالی و سرمایه‌گذاری، وزارتخانه‌ها و شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی، موزه‌ها، گنجینه‌ها و مراکز اسنادی، بنگاه‌های اقتصادی و مالی دولتی پرداخته می‌شود. همواره بر نقش حمایتی دولت از جوامع و مراکز قوانین مالیاتی، بیمه و پرداختن به موضوع یارانه‌ها به ویژه ارائه نرید آثار هنری تأکید شده است. در فصل مذکور ضمن بررسی این موضوعات در سه دهه گذشته، به راهکارهای مناسب با توجه به لگه‌برداری از جوامع موفق اشاره شده است. نگارخانه‌ها و مراکز فرهنگی و هنری به دو صورت دولتی و عمومی که زیر نظر بخش اجرای کشور و همچنین شهرداری‌ها اداره می‌شوند نیز فعالیت‌هایی در این امر داشته‌اند. در راستای این مورد با نقش سازمان‌های دولتی، علی‌تخصصی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نمایشگاه‌هایی که در این مراکز برگزار شده آشنا می‌شویم. همچنین حراجی‌ها، اکسپوها و جشنواره‌های به صورت فصلی و سالانه صورت می‌گیرد. دانشگاه‌ها به ویژه دانشکده‌های هنر نیز در سه دهه گذشته به دو صورت در روند اقتصاد هنری تجسمی اثرگذار بودند که در این بخش به توصیف و تحلیل آن اقدام شده است. نخست، نقش پرورش هنرمندان و سپردن آن‌ها به جامعه هنری و متعاقب آن بازار هنر مورد بررسی قرار می‌گیرد و دیگر اینکه به نقش این دانشکده‌ها به عنوان جایگاه علمی در مسیر

پژوهش‌ها، تحقیقات و مطالعات نظری اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی ایران پرداخته می‌شود. همچنین به قانون حمایت از حقوق معنوی پدیدآورندگان آثار هنری که متأسفانه در ایران چندان بدان اهمیت داده نمی‌شود، اشاره شده و تأثیرات آن بر اقتصاد و بازار هنرهای تجسمی مورد بررسی قرار می‌گیرد. از انواع پشتیبانی‌های صورت گرفته از هنرمندان می‌توان به بورس حمایتی مطالعاتی اشاره کرد که در پایان این بخش در مورد آن صحبت به میان خواهد آمد.

در بخش دیگری از این فصل به مجموع فعالیت‌های بخش خصوصی در راستای اقتصاد بازار مالی هنرهای تجسمی ایران پس از انقلاب اسلامی پرداخته شده است. بی‌شک، مجموعه‌داران و سرمایه‌گذاران هنری تأثیر عمیقی بر این بازار داشته‌اند، این افراد که برخی موارد در قالب گالری‌داران خصوصی مطرح هستند، به‌ویژه در دهه گذشته به‌عنوان سنگامان این امر به حساب می‌آیند. از این‌رو، در این جا نقش این افراد و محیط کاریشان چون گالری، و یا حضور در حراجی‌ها و اکسپوزیسی‌هایی که در کشور برگزار می‌گردد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. همچنین به مطرح شدن برگزاری حراجی‌ها و اکسپوهای بخش خصوصی که با حمایت گالری‌داران و برخی مجموعه‌داران آثار هنری برگزار می‌شود نیز از جهت رونق بازار هنرهای تجسمی در چند سال گذشته مورد کنکاش قرار می‌گیرد. هم‌پوشانی خاص بین مجموعه‌داران، گالری‌داران، مدیران، واسطه‌گران و دلالان هنری در این بخش دیده می‌شود و برخی مواقع یک نفر می‌تواند در همه این امور دست داشته باشد. در قسمت پایانی این بخش، به سوی هنرمندان باز خواهیم گشت و آتلیه شخصی آن‌ها به‌عنوان فضایی خصوصی

مورد مطالعه قرار گرفته و تأثیرات آن که طی پژوهشی در راستای این تحقیق بدان دست یافته شد، بررسی می‌گردد.

بی‌تردید آن چیزی که بحث بازار هنرهای تجسمی را در چند سال اخیر در ایران داغ کرده است، حضور هنرمندان ایرانی در بازارهای جهانی و به‌ویژه منطقه‌ای است. با حضور چشمگیر هنرمندان ایرانی و فروش آثار آن‌ها به قیمت‌های بسیار بالا، توجه بسیاری از هنرمندان، مدیران، محققان و هنردوستان به این مورد جلب شده است، گرچه چرایی و چگونگی این قیمت‌ها و اینکه همواره بالا بودی قیمت، آرد دلیل بر موفقیت در بازار هنرهای تجسمی نیست، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این بخش از فصل چهارم به نقش گالری‌ها، مراکز نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها و بی‌ینال‌های هنری بین‌المللی در هنرهای تجسمی ایران در دهه‌های گذشته پرداخته خواهد شد.

تا این بخش از فصل چهارم به نقش نهادهای دولتی، خصوصی و بازارهای بین‌المللی پرداخته شد، اما آنچه که در بخش کلان و تصمیم‌گیری‌ها، نه تنها در جامعه هنری بلکه در همه زمینه‌ها، تأثیرگذار است، حضور مدیران و بخش مدیریت هنری است. از این‌رو، در این فصل به نقش مدیریت هنری و هنرهای تجسمی ایران در بخشی جداگانه اشاره شده است. با توجه به اهمیت مدیریت هنری و پرداختن به نقش این افراد در پیشبرد بحث این پژوهش در ایران آغاز شده و تصمیم‌گیری‌های این افراد و نقش آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به مشکلات و تنگناهای که در ابتدای این نوشتار مطرح گردید، از دشواری‌های آن می‌توان به عدم دسترسی به این افراد و گفت‌وگو با آن‌ها اشاره کرد، به‌ویژه این‌که متأسفانه با ورود هر مدیری در این جایگاه، زیرساخت‌های

مدیران قبلی به‌طور کلی نادیده گرفته می‌شود و برخوردی تماماً جدید با حوزه مدیریت در این بخش شکل می‌گیرد. رسانه‌ها، همواره مهم‌ترین نقش را در جهت مدیریت یک کشور دارند. رسانه‌ها همان‌طور که معلوم است نه تنها در هنر بلکه به‌طور فزاینده در سیاست و مواردی این‌چنینی بسیار تأثیرگذار هستند. حضور رسانه‌های جمعی چون تلویزیون، رادیو، مطبوعات، اینترنت و غیره می‌تواند به موفقیت یا عدم موفقیت در این زمینه کمک کند. بنابراین در بحث اقتصاد هنرهای تجسمی ایران ابتدا به منتقدین هنری که نقش قابل توجه و به نوعی جهت‌دهنده در این امر دارند پرداخته شد و سپس رسانه‌های جمعی مورد مطالعه قرار می‌گیرند.