



## مدیریت هنری دیجیتال به عنوان ابزاری در جهت تبادل فرهنگی میان ایران و فرانسه

کیمیا علی دوستی<sup>۱\*</sup>

۱- کارشناسی پیوسته ارتباط تصویری، دانشگاه آزاد اسلامی تهران-مرکز، ایران. ایمیل: [kimiaalidousti613@gmail.com](mailto:kimiaalidousti613@gmail.com)

\* نویسنده مسئول

### چکیده

در دنیای امروز، فناوری دیجیتال به طور چشمگیری شیوه‌های خلق، مدیریت، و تبادل آثار هنری را تغییر داده است. در این میان، مدیریت هنری دیجیتال به عنوان ابزاری نوآورانه، به هنرمندان و نهادهای فرهنگی این امکان را می‌دهد که به راحتی آثار خود را در بسترهای بین‌المللی به نمایش بگذارند. این موضوع به ویژه برای کشورهایی مانند ایران و فرانسه که دارای میراث هنری غنی هستند، فرصت‌های بی‌نظیری برای تبادل فرهنگی فراهم می‌کند. محدودیت‌های جغرافیایی، زبانی و سیاسی، که ممکن است تبادل هنری را با چالش مواجه کند، با استفاده از ابزارهای دیجیتال قابل برطرف شدن است. از این رو، مدیریت هنری دیجیتال می‌تواند به عنوان پلی ارتباطی برای معرفی آثار، سنت‌ها و نوآوری‌های هنری دو کشور عمل کند. پژوهش حاضر در پی بررسی این ظرفیت‌ها و ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری مؤثر از این مدیریت در تقویت روابط فرهنگی و دیپلماسی میان ایران و فرانسه است. مدیریت هنری دیجیتال در تبادل فرهنگی ایران و فرانسه، از طریق ابزارهایی مانند پلتفرم‌های آنلاین، گالری‌های دیجیتال، نمایشگاه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند فرصتی برای نمایش و معرفی آثار هنری به صورت جهانی فراهم کند. همچنین، فناوری‌هایی چون واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) امکان تعاملات هنری نوآورانه را فراهم می‌آورد. این فناوری‌ها علاوه بر بهبود فرآیندهای مدیریتی، می‌توانند به تقویت همکاری‌های فرهنگی میان دو کشور کمک کنند. با این حال، موانع فرهنگی، فنی و سازمانی مانند تفاوت‌های فرهنگی، دسترسی محدود به فناوری‌های پیشرفته و مشکلات ساختاری در مؤسسات هنری، می‌تواند بهره‌برداری از این ابزارها را دشوار کند. برای حل این چالش‌ها، نیاز به همکاری‌های بین‌المللی بیشتر، بهبود زیرساخت‌های فناوری و حمایت از ابتکارات دیجیتال در حوزه هنر ضروری است.

کلمات کلیدی: مدیریت هنری، هنر دیجیتال، تبادل فرهنگی، ایران، فرانسه

## Digital Arts Management as a Tool for Cultural Exchange between Iran and France

Kimia Alidousti<sup>1,\*</sup>

1- Bachelor of Visual Communication, Islamic Azad University, Tehran Central Branch. Email: [kimiaalidousti613@gmail.com](mailto:kimiaalidousti613@gmail.com)

\* Corresponding Author

### Abstract

In today's interconnected world, digital technology has profoundly reshaped the creation, management, and dissemination of artistic works. Within this transformative landscape, digital art management has emerged as an innovative tool empowering artists and cultural institutions to effortlessly showcase their creations on international platforms. This holds particular significance for nations with rich artistic heritages, such as Iran and France, offering unparalleled opportunities for cultural exchange. Geographic, linguistic, and political barriers, often posing challenges to traditional art exchange, can be effectively mitigated through the application of digital tools. Consequently, digital art management serves as a crucial bridge for introducing the artistic creations, traditions, and innovations of both countries. This research seeks to explore these inherent capacities and propose effective strategies for leveraging digital art management to strengthen cultural relations and diplomatic ties between Iran and France. By utilizing tools such as online platforms, digital galleries, virtual exhibitions, and social media networks, digital art management provides a vital avenue for globally displaying and introducing artistic works, fostering a dynamic exchange that transcends borders. "Moreover, technologies such as Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) offer the potential for innovative artistic interactions. Beyond streamlining management processes, these technologies can significantly enhance cultural collaborations between countries. However, cultural, technical, and organizational barriers such as differing cultural nuances, limited access to advanced technologies, and structural challenges within artistic institutions can hinder the effective utilization of these tools. Addressing these challenges necessitates increased international cooperation, improvements in technological infrastructure, and robust support for digital initiatives within the arts sector."

**Keywords:** Art Management, Digital Art, Cultural Exchange, Iran, France.

در عصر حاضر، فناوری دیجیتال به طور چشمگیری شیوه‌های خلق، مدیریت، و تبادل آثار هنری را دگرگون کرده است. در این میان، مدیریت

مقدمه

معین‌الدینی، محمد؛ خلیلی زیدانلو، محمدرضا (۱۳۹۴) تحلیلی بر هنر دیجیتال و تاثیر آن بر تکنولوژی رسانه‌های تعاملی، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، ترکیه، استانبول: این مقاله با هدف معرفی هنر دیجیتال و تاثیر آن بر فناوری نوین رسانه تعاملی می‌پردازد. تاثیر فناوری دیجیتال باعث دگرگونی فعالیت‌هایی مانند نقاشی، رسم، مجسمه سازی، هنرهای صوتی و موسیقی شده است. در حالی که شکل‌های جدید مانند هنر اینترنت، هنر چیدمان دیجیتال، و واقعیت مجازی، به عنوان شیوه های هنری شناخته می‌شوند. انقلاب دیجیتال در شروع رشدی سریع در صنعت و تکنولوژی الکترونیک و رایانه را سبب گردید. در تاریخ بشر دو حوزه فرهنگ و هنر و تکنولوژی و صنعت دائماً در حال تاثیرگذاری متقابل بر هم بوده‌اند و تغییر و تحول هر کدام اثر مستقیمی بر طرف مقابل بجای گذارده است در چند دهه گذشته نیز با رشد سخت‌افزاری رایانه‌ها امکان لازم برای هنرمندان و مهندسين فراهم آمد تا با طراحی و اجرای نرم افزارهای گوناگون از رایانه به عنوان وسیله و ابزاری جهت خلق آثار هنری بهره بگیرند. هنر دیجیتال اصطلاحی است که به هنر معاصر که از روش‌های تولید انبوه یا رسانه دیجیتال بهره می‌برد گفته می‌شود. پژوهش گر در این تحقیق به معرفی هنر دیجیتال و تاثیر آن بر رسانه به مطالعه پرداخته و در نهایت به این سوال که تکنولوژی چگونه توانسته است هنر را متحول کند، پاسخ می‌دهد.

در مقاله «پدیدارشناسی: زیبایی‌شناسی دیجیتال - به سوی زیبایی‌شناسی جدید» به قلم تیم جکسون و ترجمه عباس محمدپور (۱۳۸۲)، موضوعاتی همچون تولید و مصرف هنر در رسانه نوین آن هم در چارچوب فعالیت زیباشناختی، بررسی شده است. گرچه مقوله زیباشناختی مورد توجه تحقیق فوق قرار گرفته است، اما ارتباط آن با گرافیک محیطی - که از عناصر کلیدی پایان‌نامه حاضر به شمار می‌آید- مسأله اصلی نویسندگان مقاله فوق نبوده است.

فرزاد فرهنگیان، اسدالله (۱۳۸۶) تاریخچه مرادوات ایران و فرانسه، فصلنامه تاریخ روابط خارجی، شماره ۳۲: روابط سیاسی و فرهنگی دو کشور ایران و فرانسه همیشه در طول تاریخ تحت تاثیر تحولات بین‌المللی و تغییر معادلات سیاسی بوده است. از برهه ارغون شاه تا دوره قاجاریه و بالاخره حضور متمدنی اساتید مشهور فرانسوی در مدارس عالی تاسیس شده به دست امیرکبیر، همواره می‌توان مرادوات فرهنگی این دو کشور را در طول زمان مشاهده کرد.

کرامتی، سیمین دخت (۱۳۸۲) هنر دیجیتال (هنر کامپیوتر، عکاسی کامپیوتر)، هنرنامه، شماره ۲۱: مطلب بحث انگیز در پایان سده بیستم، گسترش مفاهیم ساده و دگرگونی‌های هنر مدرن بود که طرح آن با عناوین جنبش‌ها «جنبش‌های هنری» غیرمنطقی به نظر می‌رسد. استفاده از پیشرفت‌های تکنولوژیکی به عنوان ابزار جدید در خلق آثار هنری، در بین تمام دلایل موجود، این گونه باورها را بی‌مناسبت کرده، درست مثل تحولاتی اساسی در شیوه‌های هنری در پایان سده نوزدهم (شیوه‌هایی چون کلاسیسیسم، رمانتیسیسم و ...) دیگر این گونه دسته‌بندی‌ها و تعاریف هنری به درد نمی‌خورد، بلکه ایسم‌های مشترکی به وجود آمدند...

تقی‌زادگان، معصومه (۱۳۹۴) هنر رسانه‌ای جدید: سنجش سطح تعامل و مشارکت آثار سومین نمایشگاه هنر دیجیتال تهران، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره ۷، شماره ۲: تحولات تکنولوژیک و ظهور و گسترش رسانه‌ها موجب نزدیک شدن دو حوزه تولید و مصرف رسانه‌ای است و نهایتاً سبب شکل‌گیری فرهنگ مشارکتی شده است. عرصه هنر می‌تواند زمینه و بستر

هنری دیجیتال به‌عنوان شاخه‌ای نوظهور، نقشی کلیدی در سازمان‌دهی، نمایش، و انتشار هنر در بسترهای فرامی‌ایفا می‌کند. در جهانی که ارتباطات فرهنگی با سرعتی بی‌سابقه در حال گسترش است، بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال در حوزه هنر می‌تواند بستر مناسبی برای تبادل فرهنگی میان کشورها فراهم آورد. ایران و فرانسه، هر یک با پیشینه‌ای غنی در هنر، فرهنگ و ادبیات، قابلیت بالایی در گفت‌وگوی فرهنگی دارند. اما محدودیت‌های جغرافیایی، زبانی، و گاه سیاسی، این تبادل را با چالش‌هایی همراه کرده است. در چنین شرایطی، مدیریت هنری دیجیتال می‌تواند به‌عنوان پلی ارتباطی عمل کند؛ ابزاری برای معرفی متقابل هنرمندان، آثار، سنت‌ها و نوآوری‌های هنری دو کشور، و همچنین بسترسازی برای همکاری‌های خلاقانه در سطح جهانی. با این حال، هنوز روشن نیست که چگونه می‌توان از ظرفیت‌های این نوع مدیریت به‌طور مؤثر در جهت تقویت تبادل فرهنگی میان ایران و فرانسه بهره گرفت. چه زیرساخت‌هایی باید فراهم شود؟ چه سیاست‌هایی باید تدوین گردد؟ و نقش دولت‌ها، نهادهای فرهنگی، و هنرمندان در این فرایند چیست؟ این پژوهش در پی آن است که به این پرسش‌ها پاسخ دهد و چشم‌اندازی برای بهره‌برداری از مدیریت هنری دیجیتال به‌عنوان ابزاری راهبردی در دیپلماسی فرهنگی ترسیم کند.

## اهداف و سوالات

اهدافی که این پژوهش در پی آن است، شامل این موارد می‌شود:

- بررسی ظرفیت‌های مدیریت هنری دیجیتال در جهت تسهیل و گسترش تبادل فرهنگی بین ایران و فرانسه
- تحلیل نقش ابزارهای دیجیتال (از جمله پلتفرم‌های نمایش آثار هنری، شبکه‌های اجتماعی، رویدادهای آنلاین و...) در ایجاد ارتباط میان هنرمندان و نهادهای هنری دو کشور
- شناسایی موانع و چالش‌های موجود در مسیر استفاده از مدیریت هنری دیجیتال در تعاملات فرهنگی ایران و فرانسه
- ارائه راهکارهای عملی برای ارتقاء بهره‌برداری از مدیریت هنری دیجیتال در راستای دیپلماسی فرهنگی

همچنین نگارنده در پی پاسخ به این سوالات است:

- مدیریت هنری دیجیتال چه جایگاهی در تبادل فرهنگی میان ایران و فرانسه دارد؟
- کدام ابزارها و فناوری‌های دیجیتال می‌توانند در مدیریت هنری مؤثر واقع شوند و زمینه تعامل هنری دو کشور را فراهم کنند؟
- چه موانع فرهنگی، فنی یا سازمانی در مسیر بهره‌گیری از مدیریت هنری دیجیتال برای ارتباطات فرهنگی ایران و فرانسه وجود دارد؟
- چه راهکارهایی می‌توان برای تقویت مدیریت هنری دیجیتال در چارچوب سیاست‌های فرهنگی بین‌المللی پیشنهاد داد؟

## پیشینه پژوهش

در مورد پیشینه مقاله باید اشاره کرد که تاکنون تحقیق مستقلی با عنوان این پژوهش صورت نگرفته است. در این بخش به چند تحقیق که از نظر موضوعی با تحقیق حاضر قرابت بیشتری دارند، اشاره می‌شود:

هنرمند می‌شود، و نه مدیر. بلکه در عمل و کار است که نبوغ و خلاقیت شکوفا می‌شود. مدیریت هنری بسیار حساس و ظریف است و گاهی حتی یک اشتباه کوچک می‌تواند به ایجاد شرایطی غیرخلاق منجر شود که شادابی و نشاط را در فرد و جامعه از بین ببرد.

اولیور شلدن<sup>۲</sup>، از متفکران حوزه مدیریت که بین سال‌های ۱۸۹۴ تا ۱۹۵۱ در انگلستان می‌زیست، نظریاتی ارائه داد که هنوز نیز دارای اهمیت‌اند. یکی از مهم‌ترین دیدگاه‌های او، توجه به مسئولیت‌های اجتماعی مدیریت است که به باور او، مدیریت را به شریکی اساسی در جامعه تبدیل می‌کند. در کتاب اندیشه‌های بزرگ در مدیریت نوشته‌ی پارکینسون<sup>۳</sup> از قول شلدن آمده است: «دوستی میان مدیریت و کارکنان باید بر پایه‌ی همکاری متقابل استوار باشد. کارکنان و مدیران باید خود را در اداره‌ی مؤسسه، کارایی و رشد آن، به‌طور مشترک مسئول بدانند. این امر صرفاً به تکنیک ارتباط ندارد، بلکه به تغییری اساسی در نگرش مربوط می‌شود. رفاقت نوعی نگرش ذهنی است و بدین معناست که اگر مدیریت و کارکنان با یکدیگر همکاری کنند، همگی سود می‌برند؛ و اگر در برابر هم قرار گیرند، همگی زیان خواهند دید. مدیریت باید هدایت این نوع رفتار را بر عهده بگیرد. اقدامات انضباطی باید تنها پس از تحقیقات کافی انجام شوند. اتحادیه‌ها باید در تصمیم‌گیری‌ها مشورت داده شوند و از کاهش نیرو، حتی‌الامکان با کاهش ساعات کاری، اجتناب شود» (پارکینسون، ۱۳۶۹، ۶۴).

در نظام مدیریت دولتی نوین، تغییر و تحول و فرایند خلاقه، حرکتی سازنده به شمار می‌آید. اگر مدیریت هنری را مدیریتی بدانیم که در ذات خود حامل دگرگونی است، آنگاه تغییر، اصلی اساسی و غیرقابل‌انکار خواهد بود. مدیریت هنری باید هم خود منشأ تحول باشد و هم زمینه‌ی تغییر را فراهم آورد. هنر نیز در ذات خود تحول‌پذیر است، و همین ویژگی است که آن را به پدیده‌ای زنده و پویا تبدیل کرده و باعث استمرار آن در تاریخ شده است. بنابراین، اگر بخواهیم مدیریت هنری را به شکلی علمی و مؤثر پیش ببریم، تغییر و تحول باید از ارکان بنیادین آن باشد. امروزه در جهان، مدیریت هنری عمدتاً در اختیار بخش خصوصی است، اما بخش دولتی نیز تلاش می‌کند با بهره‌گیری از نظریه‌های نوین، تغییر و تحول را سرلوحه‌ی عملکرد خود قرار دهد. یکی از الگوهای رایج در مدیریت دولتی جدید، «مدیریت‌گرایی نوین»<sup>۴</sup> نام دارد. این نوع مدیریت، به‌طور بنیادی به‌سوی تغییر و تحول حرکت می‌کند و اصول آن، به اختصار، شامل موارد زیر است:

- توجه به برون‌دادها: این بخش شامل نتایج حاصل از نظام اداری است که از طریق پژوهش و بررسی به دست می‌آید. در واقع، نخستین رکن این نظام، پژوهش و تحلیل آماری است تا موقعیت‌های واقعی شناسایی شوند و از نتیجه‌گیری‌های غیرعلمی و سلیقه‌ای جلوگیری گردد.
- برقراری نظام پاسخ‌گویی: در این نظام، مدیران در برابر مخاطبان و نیروی انسانی پاسخ‌گو هستند. پاسخ‌گویی از فرسایش ساختار اداری جلوگیری کرده و باعث مشخص شدن معایب و رفع آن‌ها می‌شود.
- توجه به صرفه‌جویی: یکی از اصول مهم مدیریتی صرفه‌جویی است؛ البته نه به معنای کاهش مصرف،

مناسبی برای درک این تغییرات باشد، از این رو مقاله حاضر بر اساس ارائه مقولاتی نظیر «محیط رابط کاربری»، «عناصر طراحی»، «نوع مواجهه» و «گام تعاملی» مقیاسی برای مطالعه سطوح تعامل و مشارکت آثار هنر رسانه‌ای ارائه کرده و سپس با استفاده از مقیاس طراحی شده و روش مشاهده مشارکتی آثار سومین نمایشگاه هنر دیجیتال تهران (تاداکس) در سال ۱۳۹۲ تحلیل و به ارزیابی وضعیت مخاطب در هنر رسانه‌ای ایران پرداخته است. هدف از این مطالعه پاسخ به این پرسش است که این آثار از چه سطح تعاملی و مشارکتی‌ای برخوردار هستند؟ پاسخ به این پرسش تنها به منظور نقد و ارزیابی آثار هنری نیست بلکه راهی برای مطالعه فرهنگ رسانه‌ای مشارکتی در ایران است. نتایج مطالعه و ارزیابی آثار نشان داد که سطوح تعامل اثر و سطح مشارکت مخاطب در هنر رسانه‌ای ایران محدود است و اگرچه مخاطب از موقعیت بیننده به وضعیت کاربر درآمده اما هنوز در اغلب موارد مشارکت‌کننده در خلق اثر نیست.

خوشرو، غلامعلی؛ ریخته‌گران، محمدرضا؛ مجتبابی، فتح‌اله؛ محقق، مهدی؛ محقق داماد، مصطفی؛ شعاعی، محمدعلی؛ داوری اردکانی، رضا (۱۳۷۷) تبادل و تهاجم فرهنگی، نامه فرهنگ بهار، شماره ۲۹

اطهری مریان، حسین (۱۳۸۰) تبادل فرهنگی، سنت، مدرنیته، پست مدرنیته، مطالعات ملی، شماره ۶: برای انجام تبادل فرهنگی مقدمات و زمینه‌هایی لازم است. از جمله این مقدمات می‌توان پذیرش تکثر، به رسمیت شناختن فرهنگ‌های مختلف و نیز به رسمیت شناختن اختلافات در تمامی حوزه‌های زیست جهان را برشمرد. حال سوال مهم این است که تبادل فرهنگ‌ها در کدام یک از سه انگاره سنت، مدرنیته و پست مدرنیته ممکن است؟ این مقاله با بررسی چارچوب‌های فکری فوق، تبادل فرهنگ‌ها را تنها در جامعه پست مدرن مقدور و ممکن می‌داند.

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و ابزار آن فیش‌برداری از کتب و مقالات و همچنین بهره‌جویی از منابع تصویری مرتبط با موضوع است.

## مدیریت هنری

مدیریت هنری<sup>۱</sup> در میان انواع مدیریت، دانشی نسبتاً نوپاست و عمر آن به لحاظ تعریف علمی، از دو دهه فراتر نمی‌رود. اگرچه در همه نظام‌های اداری و شیوه‌های مدیریتی - که به برخی از آن‌ها اشاره شد - بر احترام به انسان و اندیشه‌اش تأکید شده، در مدیریت هنری این ویژگی برجسته‌تر و پررنگ‌تر است؛ چراکه مدیریت هنری زمینه‌ساز بروز خلاقیت‌های فردی و جمعی است. مدیریت هنری به معنای اداره‌ی نخبگان و هنرمندان است و در این نوع مدیریت، مدیر نقشی هماهنگ‌کننده و تسهیل‌گر دارد، نه صرفاً فرمان‌دهنده یا دستوردهنده. مدیر در پی تحمیل آرا و عقاید خود نیست، بلکه با هدایت جریان هنر در مسیر پویایی و رشد، نقش‌آفرینی می‌کند.

«مدیر موفق کسی است که نه تنها مهارت، بلکه هنر مدیریت را دارا باشد. صرف به‌کارگیری اصول و مفاهیم مکتوب نمی‌تواند موفقیتی در پی داشته باشد؛ بلکه داشتن استعداد ذاتی و نبوغ فکری، که خود جنبه‌ای از ویژگی هنری مدیر است، ضروری است. نهایی‌ترین مسیر برای مدیر شدن، تمرین و تجربه در اداره‌ی یک گروه انسانی است» (هورتون، ۱۹۱۰، ۱۳۷۳). نقطه‌ی مشترک هنر و مدیریت، نبوغ فکری است. نه هنرمند تنها با آموزه‌های نظری

<sup>2</sup> Oliver Sheldon

<sup>3</sup> Parkinson

<sup>4</sup> New Public Management or Managerialism

<sup>1</sup> Artistic Management

مدیر هنری همان قدر که در برابر هنرمند مسئول است، در برابر جامعه و مخاطبان نیز مسئولیت دارد. هر جریان و اثر هنری می‌تواند اندیشه‌های جمعی را متحول کند و این مسئولیتی بزرگ است. یک فیلم پس از ساخته شدن و نمایش، برای همیشه در ذهن‌ها باقی می‌ماند؛ بنابراین اشتباهات در این حوزه، به راحتی جبران پذیر نیستند. هنر همواره بر تاریخ تأثیرگذار بوده است. به همین دلیل، مدیریت هنری باید با دقت و دانش کافی عمل کند تا به جای آسیب، زمینه ساز شکوفایی اجتماعی شود. هرچند مدیریت هنری سابقه چندانی ندارد، اما به درستی از آن به عنوان یکی از پیچیده ترین و مهم ترین انواع مدیریت یاد شده است. محمد ابولوره بشرون<sup>۱</sup>، رئیس دانشکده هنر یابا<sup>۲</sup> در نیجریه و یکی از شرکت کنندگان گردهمایی مدیریت و هنر در سال ۱۳۷۷ در موزه هنرهای معاصر تهران، در مصاحبه ای گفته است:

«این که هنر برای نخبگان یا برای عموم مردم خلق شود، تضادی ندارد. برای رعایت دموکراسی، هنر باید بیشتر به فکر اکثریت باشد تا اقلیت. پیش تر، هنر برای بهبود شرایط زندگی مردم به کار می‌رفت. امروزه نیز، با توجه به مسأله انفجار جمعیت، هنر باید همان نقش را ادامه دهد. در اینجا است که نقش مدیریت صحیح و واقعی در هنر آشکار می‌شود؛ هنرمندان، چه مستقیم و چه غیرمستقیم، بر سلیقه‌ی مردم اثر می‌گذارند. مردم چیزی را دریافت می‌کنند که هنرمندان به آن‌ها عرضه می‌کنند. در دنیای امروز، تغییر اجتناب ناپذیر است و هنر باید در خدمت نشان دادن مسیر تحول برای زندگی بهتر باشد. هنرمندان نقش منفعل ندارند؛ آن‌ها سلیقه‌ی مردم را شکل می‌دهند. این رابطه، متقابل است: هنرمند اثرش را عرضه می‌کند و در عین حال، به واکنش مخاطب توجه دارد؛ واکنشی که در اثر بعدی‌اش بازتاب می‌یابد. این فرایند، یک چرخه‌ی پویا است (بشرون، ۱۳۷۷، ۲۰-۲۱). تأثیر هنر و هنرمند بر جامعه انکارناپذیر است، همان گونه که مردم نیز بر روند کار هنرمند تأثیر می‌گذارند. اثر هنری پلی است میان هنرمند و مردم، پلی که گاه دو دنیای متفاوت را به هم نزدیک می‌کند. همان گونه که هنر اثر می‌گذارد، تأثیر نیز می‌پذیرد. این تعامل، به واسطه‌ی مدیریت هنری شکل می‌گیرد. اگر این مدیریت با دقت و ظرافت عمل نکند، ممکن است در سطح جامعه فاجعه بیافریند؛ اما اگر موفق باشد، شکوفایی و رشد فرهنگی را به همراه خواهد داشت.

فابریس هرگوت<sup>۳</sup>، معاون موزه هنرهای مدرن ژرژ پمپیدو، در گفت‌وگویی منتشر شده از سوی مرکز مطالعات و تحقیقات هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به نکاتی چند در رابطه با ارتباط میان هنرمند و جامعه اشاره کرده است... در ارزیابی آثار هنرمند، استقبال مردم معاصر برای تعیین درجه اهمیت یک اثر هنری کافی به نظر می‌رسد. این مسئله به دیدگاه مخاطبان بستگی دارد. در دوران حیات هنرمند، اینکه چه کسانی به تماشای آثارش می‌آیند، اهمیت دارد. از نگاه یک هنرمند، مهم آن است که بتواند جمعیتی قابل توجه از تماشاگران را جذب کند. طرفداران آثار ون‌گوگ در زمان زندگی‌اش اندک بودند، چراکه اخلاق خوشی نداشت. اما در اثر حوادث زندگی‌اش، در اواخر عمر توجه به آثارش بیشتر شد. به عبارت دیگر، نظر مردم معاصر در اهمیت بخشی به یک اثر هنری بسیار مؤثر است. در هنر، ارزش گذاری کمی معنا ندارد. ارزش هنری باید به بالاترین سطوح کیفی برسد و هر هنرمند در هر زمان در جست‌وجوی تعالی و رشد هنری است. این

بلکه به معنای مصرف درست و بهینه. برخلاف تصور رایج، موفقیت لزوماً با افزایش هزینه‌ها حاصل نمی‌شود؛ چه بسا هزینه‌های بی‌اثر باعث تضعیف نظام مدیریتی گردند.

- اثربخشی و کارایی: نبود این اصل، آسیب‌هایی جدی به سیستم و ساختار سازمانی وارد می‌آورد.
- کوچک سازی دولت: دولتی که بزرگ و پرهزینه شود، امکان ادامه حیات ندارد. خصوصی سازی یکی از راهکارهای رسیدن به این هدف است. دولت باید تنها در سطح کلان تصمیم‌گیری کند و نظارت عالیّه داشته باشد.
- بازاری شدن: به معنای خصوصی سازی و مقررات زدایی است. در مدیریت نوین، تمرکز از تولید به فروش منتقل شده، چرا که تولید آسان تر شده و فروش به مهارت و برنامه ریزی بیشتری نیاز دارد.
- نگاه به سازمان به عنوان نهادی متعلق به مردم: در این دیدگاه، نوعی شهروندگرایی حاکم است؛ مدیریت نه حاکم بر مردم، بلکه خدمت‌گزار آن‌ها در جهت رفع مشکلات است.
- حضور مدیران دولتی در عرصه خط‌مشی گذاری: این نوع مدیریت از راه دور و در سطح کلان است و در فرآیند سیاست گذاری نقش دارد (طالبی کهدویی، ۱۳۸۰، ۷۰).

روشی که در بالا تشریح شد، اصولی کلی برای مدیریت عمومی است. حال اگر این اصول را در مدیریت هنری به کار ببریم، با ظرایف خاص تری مواجه می‌شویم. از آنجا که سابقه مدیریت هنری به چند دهه اخیر بازمی‌گردد — آن هم عمدتاً در کشورهای پیشرفته — تجربیات به دست آمده نشان می‌دهد که مدیریت هنری نمی‌تواند کاملاً دولتی باشد. دولت می‌تواند نقش حامی و ناظر را ایفا کند، اما نمی‌تواند تعیین کننده روند خلاقانه باشد. حتی در کشورهای سوسیالیستی سابق که بر مدیریت دولتی هنر تأکید داشتند، این رویکرد کنار گذاشته شده است.

هنر ذاتاً خلاق، پویا و مستقل است. بنابراین ساختار مدیریتی باید چنین ویژگی‌هایی را درک و از آن حمایت کند. به‌ویژه، فرآیند فروش آثار هنری باید به صورت جهانی پیگیری شود، که این مسئولیت برعهده مدیریت است، نه هنرمند. این مدیریت نباید در خلاقیت هنرمند دخالت کند، بلکه باید مسیر عرضه و معرفی آثار را هموار سازد. آیا فیلم سازان هالیوود دغدغه فروش آثار خود را دارند؟ یا این وظیفه بر عهده ساختارهای مدیریتی است که با بهره‌گیری از روش‌های نوین، آثار را در سطح جهانی عرضه می‌کنند؟ مدیریت هنری یکی از پیچیده ترین انواع مدیریت است؛ زیرا از یک سو با طیف گسترده‌ای از رشته‌های هنری مواجه است و از سوی دیگر، با جنبه‌های متنوع زیبایی شناسی هر رشته که گاه بی‌پایان است. این تنوع، کار مدیر هنری را دشوارتر می‌کند. مدیری که خود را در برابر اندیشه‌ها و خلاقیت‌های گوناگون می‌بیند، باید همچون هنرمندی پاسخگو باشد. از سوی دیگر، هنرمندان معمولاً از طبقات خاص جامعه‌اند و به آثارشان تعلق خاطر ویژه دارند. نمی‌توان با آن‌ها مانند تولیدکنندگان صنعتی رفتار کرد؛ زیرا هر اثر هنری منحصر به فرد و غیرقابل تکرار است. مدیریت هنری نیازمند درک روان‌شناسی اجتماعی و ویژگی‌های فردی هنرمندان است.

<sup>1</sup> MA. Bashoan

<sup>2</sup> yaba

<sup>3</sup> Fabris Hergot

ارزش‌ها به تدریج آشکار می‌شوند. ارزش هنری بستگی به مدیریت دارد؛ مدیریتی که می‌تواند کیفیت‌های نوینی را رقم بزند. با پیشرفت هنر و ارتقای درک مردم، امکان حمایت گسترده‌تر از هنرمندان فراهم می‌شود. در اروپا و آمریکا، به دنبال چنین نوعی از مدیریت هنری هستند، هرچند هنوز به قدرت کامل نرسیده‌اند و تحت تأثیر سلیقه‌های متنوع مخاطبان‌اند. به همین دلیل، برخی آثار هنری از ارزش بالایی برخوردارند و برخی دیگر نه» (هرگوت، ۱۳۷۷، ۲۱-۲۲)

آقای فابریس هرگوت در مصاحبه‌اش درواقع به نوعی تغییر نگرش در زمان معاصر اشاره دارد. چراکه امروزه مدیریت هنری آن‌چنان حساس و اثرگذار شده است که می‌تواند تأثیراتی عمیق و فراگیر بر جامعه بگذارد. با چنین مدیریتی می‌توان سلیقه‌ها و ذائقه‌های عمومی را ارتقا داد و مسیر و جهت مشخصی به آن‌ها داد. جادوی هنر در این است که به صورت غیرمستقیم و نامحسوس اثر می‌گذارد؛ حتی اگر مخاطب تمایلی به دریافت آن نداشته باشد. بنابراین، می‌توان گفت که مدیریت هنری حتی از مدیریت سیاسی نیز مهم‌تر است؛ چراکه می‌تواند جریان‌ساز باشد، جریانی را پدید آورد یا جریانی دیگر را از بین ببرد. دکتر چن چائونن<sup>۱</sup> از کشور چین، که در گردهمایی «مدیریت و هنر» در سال ۱۳۷۷ شرکت کرده بود، در مصاحبه‌اش چنین گفت: «فرهنگ یک ملت نیروی عظیمی دارد که می‌توان آن را با عنوان هنر نامید، و این ویژگی در فرهنگ همه ملت‌ها دیده می‌شود. هنر می‌تواند نقشی فعال ایفا کند، و در عین حال نباید از نقش منفعل آن غافل شد...» (همان، ۲۳). او ادامه می‌دهد: «در قرن حاضر، و به ویژه در دوران انقلاب فرهنگی چین، زمانی که مائو قصد داشت دیدگاه‌های نوینی در حوزه فرهنگ اجرایی کند، هنر نقش اساسی در اعتلای آرمان‌های خلق چین داشت. امروزه اما برخی از شاخه‌های هنری، در روند نوسازی چین، منفعل شده و رنگ باخته‌اند. با ورود ویدئو و فیلم‌های وارداتی، نمی‌توان همان انتظاری را از سینمای چین داشت که پیش‌تر وجود داشت. اگرچه فیلم‌های وارداتی غالباً از کیفیت و اهمیت پایینی برخوردارند و مردم چین توجه چندانی به آن‌ها ندارند، با این حال ویدئو می‌تواند بر صنعت فیلم‌سازی چین تأثیر منفی بگذارد. البته اگر به‌درستی از آن بهره‌گیری شود، می‌توان در راه اعتلای هنر از آن استفاده کرد. از همین رو، مدیریت هنری باید تقویت شود تا بر هنر نظارت مؤثری داشته باشد» (چائونن، ۱۳۷۷، ۲۹).

اما آیا کنترل بر هنر واقعاً لازم است؟ در گذشته، شاید می‌شد سینمای هالیوود را از ورود به برخی کشورها بازداشت، اما آیا امروز چنین کاری ممکن است؟ چه ابزاری توان مقابله با جریان آزاد رسانه را دارد؟ شاید منظور از «کنترل»، شناخت جذابیت‌های هنری و استفاده از آن‌ها در مسیر مقابله با هجمه‌های تبلیغاتی باشد. در اینجا ست که وظیفه مدیریت هنری بسیار دشوار می‌شود، چراکه نیازمند مدیریتی در سطح جهانی است؛ مدیریتی که بتواند تحولات فرهنگی، هنری، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را در سطح منطقه‌ای و جهانی رصد کند و تحلیل علمی ارائه دهد. چنین مدیریتی می‌تواند پدیده‌هایی را که برای فرهنگ جامعه زیان‌بارند، با اندیشه و درایت کنترل کند. در این مسیر، مدیر باید بکوشد تا برآیند اندیشه‌ها و گرایش‌های اجتماعی را بازتاب دهد. چراکه اگر از قدرت‌های پنهان فرهنگی یک ملت به‌درستی استفاده شود، می‌توان به تقویت اندیشه جمعی و فرهنگ ملی امیدوار بود.

چنانکه پیش‌تر هم گفته شد، دکتر چن چائونن نقش هنر را در خدمت اعتلای آرمان‌های ملت چین مؤثر می‌داند. این بدین معناست که نظام

مدیریتی چین نیز به همین نتیجه رسیده و بر آن اساس سیاست‌گذاری کرده است؛ گرچه چنین نگاهی در همه نقاط جهان یکسان نیست. دکتر نورجانیف، یکی از استادان تأثیر تاجیکستان، در نشریه «مطالعات کاربردی هنر» چنین می‌گوید: «در تاجیکستان هنوز بحثی از مدیریت هنری به میان نیامده است. جمعیت تغییر می‌کند، مدیران و رهبران نیز تغییر می‌کنند، اما هنر راهی ثابت را طی می‌کند. هنر در تاجیکستان زیر نظر وزارت فرهنگ اداره می‌شود و تنها آثاری که از درجه و اعتبار بالایی برخوردار باشند، مورد توجه قرار می‌گیرند» (نورجانیف، ۱۳۷۷، ۳۰). در حالی که دکتر نورجانیف همچنان به مدیریت دولتی هنر پایبند است و معتقد است که دولت‌ها می‌توانند جریان‌های هنری را حفظ و گسترش دهند، معاون موزه هنرهای مدرن ژرژ پمپیدو نظر متفاوتی دارد. به گفته او: «دولت باید در هنر نقش داشته باشد، اما نه نقش اصلی. دولت باید نقش حمایتی ایفا کند، چراکه ارزش هنری امری متغیر و وابسته به دیدگاه‌های گوناگون است» (هرگوت، ۱۳۷۷، ۲۳).

در اینجا دو دیدگاه متفاوت مطرح است: یکی از تاجیکستان و دیگری از فرانسه. کدامیک برای قرن بیست‌ویکم کارآمدتر است؟ آیا مدیریت دولتی هنر کارآمدتر است یا مدیریتی که در حمایت از هنرمند عمل می‌کند؟ دکتر چن چائونن در بخش دیگری از گفت‌وگویش به نظارت دولت بر هنر تأکید کرده و می‌گوید: «در جوامع سنتی، هنر از ارزش معنوی برخوردار بود، اما در دنیای امروز هنر اهداف گوناگونی دارد؛ از جمله تبلیغات. این نوع هنر دیگر برای تعالی روح انسان خلق نمی‌شود، بلکه هدف اصلی آن کسب سود مالی است. برخی از فیلم‌های امروزی دارای ارزش‌های معنوی‌اند و برخی دیگر پر از عناصر منفی هستند. بنابراین باید مدیریتی برای نظارت بر فیلم‌های تبلیغاتی وجود داشته باشد و در عین حال از فیلم‌هایی با ارزش‌های معنوی حمایت شود. این مسئولیت دولت‌هاست» (چائونن، ۱۳۷۷، ۳۱). نباید فراموش کرد که با تبدیل جوامع سنتی به جوامع مدرن، ارزش‌ها و معیارها نیز دستخوش تغییر می‌شوند. کشورهایی مانند چین با پشتوانه تمدنی کهن و نظام‌های اداری باستانی، همچنان با این تحولات مواجه‌اند. در نظام سنتی چین، بوروکراسی در خدمت حکومت بود، موضوعی که در فصل آینده به آن خواهیم پرداخت. اما به‌طور کلی همه در یک موضوع اتفاق نظر دارند: دولت باید از هنر حمایت کند، هرچند شکل و میزان این حمایت بسته به شرایط و ساختار هر کشور متفاوت است.

دکتر وارا گاوآن<sup>۲</sup> از کشور هند، که برای شرکت در گردهم‌آیی پژوهشی «مدیریت و هنر» به ایران سفر کرده بود، درباره وضعیت هنر و هنرمند در جوامع شرقی چنین گفته است: «در حالی که به‌سوی مدرن شدن پیش می‌رویم، شایسته است با ذهنی باز به قرن آینده گام بگذاریم؛ اما نباید از میراث و سنت‌های خود فاصله بگیریم. هم‌اکنون بودجه‌های زیادی از سوی رسانه‌ها و مجلات بین‌المللی غرب صرف تولیدات عامه‌پسند می‌شود. این در حالی‌ست که این محتواها مورد توجه جوانان نیز قرار می‌گیرند و آن را نوعی تهاجم فرهنگی می‌دانیم. البته ممکن است این جریان نکات مثبتی نیز در بر داشته باشد، اما اگر بتوانیم میراث فرهنگی خود را حفظ کنیم، در محیط جدید نیز می‌توانیم به تعادل برسیم. مردم می‌توانند در کنار شناخت هنر غرب، با میراث خود نیز آشنا شوند و سپس به ارزیابی آن‌ها بپردازند» (گاوآن، ۱۳۷۷، ۳۰-۳۱).

مدیریت هنری در غرب آن‌چنان با اقتدار و حساب‌شده عمل می‌کند که حتی در جوامع دیگر نیز به نتایج مطلوب دست می‌یابد. با مطالعه دیگر جوامع می‌توان دریافت که چگونه باید عمل کرد. در مقابل، جوامعی که دچار

<sup>۱</sup> Chen-Chau-nen

<sup>۲</sup> Vara Gavan

تهاجم فرهنگی می‌شوند، معمولاً با سوءمدیریت فرهنگی و هنری مواجه هستند. عملکرد نظام مدیریت هنری می‌تواند هم شرایط را برای هنرمندان دشوار سازد و هم راه را برای تهاجم فرهنگی هموار کند. ضعف در نظام مدیریت هنری، زبان چندپهلوی و ناپایدار به‌وجود می‌آورد.

دکتر عمران القیسی، از متفکران لبنانی که او نیز در این گردهم‌آیی حضور داشت، در مصاحبه‌ای اظهار داشت: «بدون وجود مدیریت هنری، نمی‌توان جایگاهی برای هنر قائل شد. تفاوتی اساسی بین مدیریت هنری و سلطه بر هنر وجود دارد. هر کشوری برای نوآوری، برنامه‌ریزی خاصی انجام داده و آن را به موقع اجرا می‌کند؛ اما سلطه‌جویی، دشمن نوآوری است. مدیریت هنری، به‌معنای کنترل و جهت‌دهی بر هنر و هنرمند نیست. بلکه به باور من، هنر جایگاه واقعی خود را در بستر مدیریت هنری می‌یابد» (القیسی، ۱۳۷۷، ۲۹). در نظام‌های پیچیده و امروزی، وظیفه هنرمند صرفاً خلق و نوآوری است و این دولت یا نظام مدیریت هنری است که باید در جهت معرفی، ارائه و اشاعه آثار هنری تلاش کند. حمایت دولت از هنر باید در راستای توسعه و ترویج آن باشد. بر این اساس، مدیریت هنری وظیفه دارد بستر مناسب برای خلاقیت را فراهم کند و از جایگاه حرفه‌ای و منزلت اجتماعی هنرمندان دفاع نماید.

در ادامه، دکتر وارا گاوان تأکید می‌کند: «هنرمند بزرگ باید نگاه جدی به هنر داشته باشد و خود را وقف آن کند؛ نه اینکه تنها در پی پول و شهرت باشد. در گذشته، هنرمندان اغلب در پی ارتقای سطح هنر بودند. وظیفه دولت است که از هنرمندان شایسته حمایت کند. یکی از راه‌های ارتقای هنر، پاسداشت سنت‌ها و میراث فرهنگی است. هنر باید خلاق باشد و هنرمند نیز باید همواره نوآور باقی بماند و از جهان پیرامون خود، نکات تازه بیاموزد؛ امری که امروزه کمتر از سوی هنرمندان پیگیری می‌شود» (گاوان، ۱۳۷۷، ۳۱). او می‌افزاید: «هنرمند زمانی می‌تواند به ارزش‌های اصیل فرهنگی خود بیاندیشد که از حمایت برخوردار باشد، چراکه هنرمند از سر تفنن یا امیال شخصی دست به آفرینش نمی‌زند. او مسئولیت‌های اجتماعی سنگینی بر دوش دارد که گاه بر تاریخ نیز تأثیرگذار است. به همین نسبت، مسئولیت مدیر هنری در ایجاد انگیزه و نشاط در فضای هنری جامعه دشوارتر می‌شود» (همان، ۳۳).

دکتر عمران القیسی در این باره چنین می‌گوید: «به باور من، کسی می‌تواند مدیریت هنری را به‌درستی انجام دهد که مطالعات گسترده‌ای در این حوزه داشته و نسبت به هنر و جنبه‌های گوناگون آن دیدی جامع داشته باشد. هنر، دامنه‌ای وسیع دارد، حتی در یک شاخه آن. بنابراین، مدیر هنری علاوه بر تسلط بر امور مدیریتی، باید شناخت عمیقی از هنر و جامعه خود نیز داشته باشد» (القیسی، ۱۳۷۷، ۲۹).

او در ادامه، سه رکن اصلی نظام مدیریت هنری را این‌گونه برمی‌شمرد:

- دستگاه‌ها و نهادهای مدیریت
- منتقدان هنری مستقل
- هنرمندان نوآور (همان)

وی معتقد است که روابط مثبت میان این سه گروه، می‌تواند مدیریت هنری را در سطح کلان جامعه شکل دهد. نظام مدیریت هنری، ساختاری انتزاعی ندارد که بتوان تنها با صدور آیین‌نامه و بخش‌نامه، آن را به خلاقیت و پویایی رساند. با چنین تعریفی، مدیر هنری نیز نوعی هنرمند یا صاحب‌نظر هنری است که از نظر صنفی، تمایل بیشتری به جامعه هنری دارد تا نظام‌های حکومتی.

نباید فراموش کرد که دکتر القیسی در عین طرح دیدگاه شخصی‌اش، از نظام مدیریت هنری کشور خود نیز انتقاد کرده است. با این حال، آیا این سه

ضلع مثلث مدیریت هنری از اهمیت یکسانی برخوردارند؟ اگر یکی از اضلاع آسیب ببیند، آیا کل ساختار آسیب نمی‌بیند؟ در چنین شرایطی، خلاقیت، نوآوری و حتی حفظ فرهنگ و باورهای اصیل، در معرض خطر قرار می‌گیرند. در بخش دیگری از سخنان خود، دکتر وارا گاوان اظهار می‌دارد: «در قرن بیست و یکم، باید ارزش‌های فرهنگی و معنوی هر کشور در کنار ارزش‌های نوین هنری کاملاً حفظ شوند. تکنولوژی، اقتصاد و علوم مدرن باید به‌درستی استفاده شوند، اما این به معنای حذف فرهنگ و هنر از زندگی آینده بشر نیست.» او می‌افزاید: «فرهنگ و هنر هرگز از زندگی بشر حذف نمی‌شوند، بلکه با تحولات تکنولوژیک هم‌راستا می‌گردند. برای حفظ ارزش‌های فرهنگی و هنری، هیچ ابزاری جز نظام مدیریت هنری کارآمد نمی‌تواند مفید واقع شود. پیچیدگی روابط انسانی در قرن بیست و یکم و سرعت تحولات، مانع از آن می‌شود که مدیریت‌های سیاسی بر هنر اشراف کامل داشته باشند» (گاوان، ۱۳۷۷، ۳۰). وی بر این نکته تأکید می‌کند که یکی از مهم‌ترین وظایف مدیریت هنری، ایجاد فضای کار مناسب و رابطه‌ای سالم و خلاقانه بین هنرمندان یک جامعه است. در نظام مدیریت جهانی کنونی، نزدیک‌سازی هنرمندان کشورها یکی از اهداف برجسته‌ست، تا با تبادل تجربه، اندیشه و هنر، هنرمندان از مرزهای ملی فراتر روند و با هنر جهانی پیوند بخورند.

او در پایان می‌گوید: «با ورود به قرن جدید، پیشرفت‌های چشم‌گیری در پیش است، اما نباید ارزش‌های معنوی و فرهنگی فراموش شوند. نقش هنرمندان در این دوران بسیار کلیدی‌ست. ممکن است در آینده شکاف‌هایی میان هنر و هنرمند ایجاد شود. هر ملتی به هنر خود افتخار می‌کند، و همین عامل شناخت فرهنگی ملت‌ها از یکدیگر است. هنر و فرهنگ پیوندهای انسانی را مستحکم‌تر می‌سازند. جشنواره‌های مختلف فرهنگی می‌توانند عامل این هم‌گرایی باشند؛ به‌شرطی که اصالت فرهنگی حفظ شود و هنرمندان نیز از یکدیگر بیاموزند.» (همان، ۳۱).

پس از آشنایی با دیدگاه‌های برخی اندیشمندان آسیایی، آفریقایی و اروپایی، مناسب است به دیدگاه یکی از هنرمندان ایرانی که تجربه مدیریت هنری را نیز داشته، بپردازیم:

پرویز کلانتری، نقاش معاصر ایرانی، در گفت‌وگویی بیان کرده است: «من به تحولاتی که در تعریف مدیریت اثر گذاشته، باور دارم. به تعریفی جدید از مدیریت اعتقاد دارم که بر مبنای حقوق فردی و نگاه اومانیستی بنا شده است. این تعریف، شیوه برخورد با انسان را بازنگری کرده و بر اساس آن، برانگیختن انگیزه در درک و شعور هنرمند را گامی مهم در جهت ارتقای خلاقیت می‌داند. در حالی که مدیریت‌های پیشین بیشتر با دیکته کردن به مخاطب همراه بوده‌اند، اکنون ما این رویکرد را نفی می‌کنیم و به اصالت فکری هنرمند احترام می‌گذاریم. مدیریت امروز باید تنها محرک و مشوق هنرمندان در شناخت و شکوفایی استعدادهاشان باشد» (کلانتری، ۱۳۷۸، ۷-۸).

او به تجربه‌های خود اشاره می‌کند: «مدیریت در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان پیش از انقلاب، شاید یکی از موفق‌ترین نمونه‌های مدیریت هنری در ایران بود که حتی تا روستاها نیز گسترش یافت. بسیاری از هنرمندان پس از انقلاب، از پرورش‌یافتگان همین کانون بودند. احترام به توانایی انسان و اثر هنری، اصل مهمی در آنجا بود. ما می‌خواستیم انسان‌هایی خلاق پرورش دهیم، با تفاوت‌های فردی گوناگون. تکنیک و روش‌ها آموزش داده می‌شد، اما خلاقیت اصل بود. کیفیت آثار از کمیت برای ما مهم‌تر بود. متأسفانه در انتقال این تجربه‌ها به نسل بعد، ناکام ماندیم. شاید آن دوران،

فرصتی آزمایشی بود تا ساختار مدیریت هنری در کشورمان را پایه‌گذاری کنیم» (کلانتری، ۱۳۷۸، ۱۱).

او در پایان تأکید می‌کند: «چه بخواهیم و چه نخواهیم، ما به الگویی برای مدیریت هنری نیازمندیم. نباید فراموش کنیم که تحول و تغییر، از ارکان اصلی هنر در هر زمانی‌ست. نظام مدیریت هنری نیز باید این اصل را همواره در نظر داشته باشد» (همان). کلانتری همچنین یادآور می‌شود: «منظور من این است که تبعیت از اصل تحول، خود به ایجاد تغییراتی منجر می‌شود؛ یکی از این تغییرات، در نحوه انتخاب و اجرای مدیریت‌هاست. یعنی باید بپذیریم که در فرایند مدیریت گذشته و اکنون، نقش عامل «فاصله» تعیین‌کننده بوده است» (همان، ۱۲).

## هنر دیجیتال

از تلفیق این دو کلمه تا حدودی می‌توان به مفهوم این اصلاح پی برد. هنری که از تکنولوژی‌های دیجیتال برای خلق اثر بهره می‌برد. «هنر دیجیتال هنری است که با استفاده از تکنولوژی و ابزارهای دیجیتال مانند کامپیوتر خلق می‌شود. هنر دیجیتال می‌تواند به طور کامل در کامپیوتر ساخته شود و یا این که مواد اولیه آن از منابع دیگری مانند عکس‌ها، تصاویر اسکن‌شده، حرکت ماوس، لوح گرافیکی یا نرم‌افزارها تأمین شود. هر چند این عنوان از نظر فنی می‌تواند به آثاری که با ابزارها و روش‌های دیگر اجرا شده‌اند اطلاق شود، اما اصلاح هنر دیجیتال معمولاً به آثاری که به شیوه‌ای نه چندان پیش پا افتاده کامپیوتری، ریزکنترل‌کننده‌ها یا هر سیستم الکترونیکی که بتواند اطلاعات ورودی را به خروجی تبدیل، تصحیح و تکمیل کند، گفته می‌شود» (کرم بارنگی و دیگران، ۱۳۹۱، ۷۰). البته با این وجود ارائه تعریف جامع برای این هنر مشکل است؛ چرا که هنر دیجیتال با توجه به خصلتش در تمام حوزه‌های هنری وارد شده است. اما در نگاهی ساده‌تر، می‌توان گفت به محض این که عکسی اسکن شود، به اثری دیجیتال تبدیل می‌شود و اطلاعات هنری به کد تبدیل می‌شوند.

## تعریف هنر دیجیتال

«کلمه دیجیتال برگرفته از کلمه دیجیت که معنی آن به فارسی رقم است. هنر دیجیتال بر خلاف تصور بسیاری، پدیده جدیدی نبوده و حدود نیم قرن و شاید اندکی بیشتر سابقه دارد. هنر دیجیتال به هنری اطلاق می‌شود که توسط رایانه در چارچوب قواعد دیجیتال تهیه شده، یا از تصاویر و احجام اسکن شده در سیستم‌های مولتی مدیا دیجیتالی قابلیت به نمایش گذاشتن داشته باشد. به طور معمول منظور از هنر دیجیتال، هنرهایی هستند که توسط فرایندهای رایانه‌ای، اثر هنرمندانه انسانی و نه عملکردهای الگوریتمیک مبتنی بر علوم ریاضی، تولید گردند» (Paul, 2016, 9).

هنر دیجیتال از دید برخی از پژوهندگان، اثری هنری است که در تمامی یا بخشی از فرایند تولید از رایانه استفاده کند. تعاریف و دسته‌بندی‌های دیگری نیز وجود دارد که بر مبنای آن هنر دیجیتال تعریف می‌گردد. برای مثال می‌توان از اثر خلق شده به تعریف هنر دیجیتال رسید. محصول هنری دیجیتال آن چیزی است که نتیجه، در یک سیستم به صورت دیجیتال تولید گردد؛ خواه این تولید، مشاهده از صفحه مانیتور باشد، یا پرینت، یا یک محصول هنری سه بعدی مانند مجسمه‌سازی یا معماری که یک هنر کاربردی می‌باشد. به طور کلی هر هنری که امکان بروز و بیان در قالب قواعد دیجیتالی داشته باشد، می‌تواند هنر دیجیتال باشد.

«در حال حاضر می‌توان با کمک نرم‌افزارهای مرتبط، یک اثر نقاشی دیجیتال را خلق نمود یا آنکه مجسمه‌ای را ساخت که مراحل طراحی و تولید آن بر مبنای واژگان دیجیتالی باشد. در دنیای امروز یک هنرمند یا یک

علاقه‌مند به هنر می‌تواند در فضای نرم‌افزاری، انواع قلم‌موها، رنگ‌ها، و بافت‌های گوناگون را در اختیار بگیرد و با آن‌ها اثر هنری خلق نماید، این در مقایسه با کاری است که یک هنرمند نقاش سنتی اثر خود را با الهام از سوزه‌های مختلف با در اختیار داشتن مجموعه‌ای از قلم‌مو و رنگ‌ها بر روی یک بوم نقاشی تازه و سفید کار هنرمندانه خود را شروع می‌کند که در پاره‌ای از موارد به سال‌ها وقت نیاز دارد. در این بین آثار الگوریتم مشتق شده از محاسبات پایه‌ای ریاضیات شاخه‌ای دیگر از مجموعه هنرهای تجسمی و فراگنالیسم می‌باشد. هم اکنون خلق هزاران و شاید بی‌نهایت از خطوط و اشکال مبتنی بر الگوریتم در سیستم‌های دیجیتالی میسر است. گرافیک‌های دو بعدی و سه بعدی دیجیتال هم اکنون سهم عمده‌ای در تولیدات هنری جهان را به خود اختصاص می‌دهند و در چارچوب نرم‌افزارهای گوناگون افراد معمولی می‌توانند آثار هنری خلق و تولید کنند. درواقع در جهان امروز دیجیتال، مفهوم هنر برای همه کامل میسر و عملی است بخصوص تکنولوژی اینترنت امکانات وسیعی را فراهم آورده است تا بتوان به سایت‌های تخصصی دسترسی پیدا نمود و از نرم‌افزارهای فراوان هنری به منظور خلق آثار استفاده نمود. حتی فضای اینترنت امکان به اشتراک گذاشتن خلق آثار هنری و تکمیل آن را در اختیار همگان و هنرمندان قرار می‌دهد تا با مشارکت یکدیگر بداعت و خلق اثر را در فضایی باز و آزاد تجربه کنند» (اولیا، ۱۳۹۰، ۸). با وجود فضای خلاقانه و بی‌انتهای هنر دیجیتال که در اختیار هنرمند قرار می‌دهد، اما آثار هنری دیجیتال هنوز جدی گرفته نمی‌شوند. دلیل این موضوع را می‌توان در سه نگاه مورد بررسی قرار داد:

«اول جامعه به هنرهای فاخر کلاسیک خو گرفته است و اصالتی را در هنرهای تولید شده به روش سنتی می‌انگارد و به زعم وی هنرهای تولید شده به روش دیجیتالی فاقد این اصالت هستند. دوم آنکه از یک اثر هنری دیجیتال می‌توان نسخه‌های متعددی تولید نمود که این امر یگانه بودن یک اثر هنری فاخر را زیر سوال برده و این فلسفه که هنرمند تنها قادر است در یک برهه از زمان فقط یک اثر را تولید کند، به چالش بکشد. آیا این استدلال که هم اکنون تکنولوژی‌ای در اختیار است که یک اثر هنری از یک هنرمند را که حاصل احساس و درک وی در یک زمان خاصی نسبت به موضوع ویژه‌ای است و آن را می‌توان به دفعات تولید کرد، استدلال با ارزشی است؟ سوم آنکه گفته می‌شود آثار هنری دیجیتال در حوزه نقاشی کم دوام هستند، اما قابل یادآوری است که هم اکنون چاپگرهای بسیار مجهزی ساخته شده‌اند که به دغدغه‌های هنرمند پاسخ داده و نظر خواستاران هنر را به نحو تحسین‌برانگیزی پاسخ می‌دهند. این تکنولوژی‌ها هر روزه در حال پیشرفت و بهبود هستند» (اولیا، ۱۳۹۰، ۱۰).

## انواع هنر دیجیتال

طبقه‌بندی مختلف هنر دیجیتال در این پژوهش بر اساس وضعیت فعلی هنر و فناوری است و مواردی چون تصویربرداری، مجسمه، چیدمان، واقعیت مجازی، پرفورمنس، موسیقی هنر صدا، پویانمایی، ویدیو، هنر نرم‌افزار، بانک اطلاعاتی و هنر بازی‌های رایانه‌ای و هنر شبکه را شامل می‌شود.

۱- تصویربرداری دیجیتال: تصویربرداری دیجیتال حوزه‌ای گسترده و پویا در هنر معاصر است که ترکیبی از روش‌های سنتی و تکنولوژی‌های نوین را در خلق تصویر به کار می‌برد. تصاویر دیجیتال می‌توانند از طراحی، نقاشی، عکس، ویدیو، نرم‌افزارهای گرافیکی یا برنامه‌نویسی هنرمندانه پدید آیند و با استفاده از چاپگرهای پیشرفته روی انواع متریال‌ها مانند بوم، فیلم، پارچه و غیره چاپ شوند. ابزارهایی مانند میز گرافیکی و نرم‌افزارهای پردازش تصویر به هنرمندان امکان کنترل دقیق‌تری بر روند تولید اثر هنری می‌دهند. برخی

خود داشته باشند. در موسیقی و هنر صوتی، فناوری‌هایی مانند ام‌آی‌دی‌آی و ضبط دیجیتال، امکان ساخت، ویرایش و اجرای موسیقی را به‌طور چشمگیری گسترش دادند و مرزهای فیزیکی صدا را از میان برداشتند. ام‌آی‌دی‌آی، که در دهه ۱۹۸۰ معرفی شد، امکان اتصال و هماهنگی میان سازهای مختلف را فراهم کرد و با ذخیره‌سازی اطلاعات موسیقایی به صورت پارامترهای مجزا، دنیای جدیدی را برای آهنگسازان گشود. این فناوری به آن‌ها اجازه داد تا قطعات را به سادگی ویرایش، تنظیم و پخش کنند. همچنین نرم‌افزارهای ضبط دیجیتال صدا با قابلیت‌های استودیویی، شرایط تولید موسیقی حرفه‌ای را در رایانه‌های خانگی ممکن ساختند. فرمت‌هایی مانند MP3 نیز با فراهم کردن امکان اشتراک‌گذاری آسان در اینترنت، نقش مهمی در جهانی شدن این آثار ایفا کردند» (همان، ۲۸).

۴- پویانمایی دیجیتال و ویدیو: «با ورود فناوری دیجیتال، پویانمایی سنتی که مبتنی بر طراحی دستی و فرایندهای زمان‌بر و پرهزینه بود، دچار تحول اساسی شد. ابزارهای دیجیتال مانند کنترل دوربین، اسکن رنگی، و نرم‌افزارهای ویرایش تصویر، روند تولید را ساده‌تر، سریع‌تر و خلاقانه‌تر کردند. پویانمایی سه‌بعدی با ظاهری کاملاً متفاوت، مختص دنیای دیجیتال است و نقش مهمی در صنعت فیلم و بازی‌های رایانه‌ای دارد. فراگیر شدن نرم‌افزارهای پویانمایی برای رایانه‌های شخصی، باعث رشد آثار کوتاه و انگیزه‌سازی برای هنرمندان از طریق جشنواره‌ها و سایت‌های مختلف شده است. هنرمندان امروزی از ترکیب عناصر گرافیکی، عکس، ویدیو و متن در نرم‌افزارهایی مانند فتوشاپ و افترافکت استفاده می‌کنند تا به آثار خود جلوه‌های بصری تازه ببخشند. در پویانمایی سه‌بعدی نیز نرم‌افزارهایی مانند مایا و تری‌دی‌مکس امکانات گسترده‌ای برای خلق آثار پیچیده و حرفه‌ای فراهم کرده‌اند» (وندز، ۱۳۹۴، ۲۹).

۵- هنر نرم‌افزاری، بانک اطلاعاتی و بازی‌های رایانه‌ای: «هنر نرم‌افزاری، بازی‌های رایانه‌ای و هنر بانک اطلاعاتی از جمله گونه‌هایی از هنر دیجیتال‌اند که برخلاف هنرهای سنتی، فقط در فضای دیجیتال معنا پیدا می‌کنند و وجودشان وابسته به کدنویسی و داده‌های رایانه‌ای است. این آثار یا مستقیماً توسط خود هنرمند برنامه‌نویسی می‌شوند یا حاصل همکاری با برنامه‌نویسان‌اند. هنر نرم‌افزاری بر پایه اجرای کد شکل می‌گیرد، هنر بانک اطلاعاتی با تکیه بر جمع‌آوری و تفسیر داده‌ها ساخته می‌شود، و هنر بازی‌های رایانه‌ای با استفاده از ساختار بازی یا ایفای نقش برای انتقال مفاهیم عمل می‌کند. شکل‌های ترکیبی مانند بازی‌های شبکه‌ای نیز بین این گونه‌ها قرار می‌گیرند. به‌ویژه هنر بانک اطلاعاتی به عنوان شکل خالص‌تری از هنر دیجیتال شناخته می‌شود، چون ریشه‌ای در هنرهای سنتی ندارد» (همان، ۳۱).

۶- هنر شبکه: «هنرمندان در همان آغاز معرفی اینترنت به عموم از آن استفاده می‌کردند. هنر شبکه با اختراع مرورگرهای گرافیکی مانند موزایک، نت اسکپ و اینترنت اکسپلورر در اوایل دهه نود میلادی، شکل جدی‌تری به خود گرفت. اصطلاحات و نام‌های این رسانه هنوز در مرحله تکامل است و هنر شبکه را به نام‌های دیگری چون هنر اینترنتی و هنر وب نیز می‌شناسند. اشکال متفاوتی از هنر شبکه وجود دارد مانند آثار متن‌محور، هنر مرورگر شبکه، سایت‌های تصویری که شامل عکس، طراحی و تصاویر دیجیتالی است؛ آثار پرفورمنس، ویدیو و صدا، ویدیوهای پخش زنده و آثاری که بر اساس سامانه موقعیت‌یاب جهانی ساخته شده‌اند. این گرایش هنر دیجیتال از اینترنت به عنوان رسانه نهایی برای نمایش اثر هنری استفاده می‌کند. می‌توان این گرایش را یکی از زیر مجموعه‌های هنر نرم‌افزاری تحت شبکه دانست، اما

هنرمندان این ابزارها را به‌عنوان مکمل روش‌های سنتی استفاده می‌کنند، در حالی که برخی دیگر با بهره‌گیری از برنامه‌نویسی، طراحی سه‌بعدی و تکنیک‌های پیشرفته، به زبان زیباشناختی کاملاً جدیدی دست یافته‌اند.

پیشرفت چاپ دیجیتال، به‌ویژه در تکنولوژی‌هایی مانند چاپ زیگله و استفاده از جوهرهای مقاوم، امکان تولید آثار با کیفیت بالا و ماندگاری بیشتر را فراهم کرده است. این تحولات همچنین مسائلی چون مفهوم اصالت اثر و شمار نسخه‌های چاپی را به چالش کشیده‌اند. هنرمندان بسته به نگرششان به هنر، ممکن است آثارشان را تنها یک بار یا به‌طور نامحدود چاپ کنند. امکانات کارگاهی خانگی از جمله رایانه‌های قدرتمند، نمایشگرهای بزرگ، نرم‌افزارهای وکتور و پیکسلی، و ابزارهای مدل‌سازی سه‌بعدی، به هنرمندان آزادی عمل بیشتری در تصویرسازی می‌دهد. نرم‌افزارهایی مانند فتوشاپ و ایلوستریتور برای کارهای دوبعدی و برنامه‌هایی چون مایا برای مدل‌سازی سه‌بعدی، بستری را برای تولید تصاویر، انیمیشن‌ها و حتی مجسمه‌های دیجیتال فراهم کرده‌اند که مرز میان هنر دیجیتال و واقعیت را دگرگون ساخته‌اند (وندز، ۱۳۹۴).

۲- چیدمان دیجیتال و واقعیت مجازی: «هنر چیدمان و واقعیت مجازی از قلب هنرهایی همچون هنر مجسمه‌سازی و هنر پرفورمنس شکل گرفت. در زمانی که بازدید از موزه‌ها و گالری‌ها عمومی نشده بود، اماکن عمومی تنها فرصت هنردوستان برای تجربه اثر هنری از فاصله‌ای نزدیک بود. در اوایل قرن بیستم، هنر چیدمان در جنبش‌های دادائیسم و فیوچریسم داخل شد. جنبش فیوچریسم در سال ۱۹۰۹ در کشور ایتالیا آغاز به فعالیت کرد. این جنبش که دربرگیرنده مفاهیم و محصولات انقلاب صنعتی مانند سرعت، ماشین، فناوری و اختراعات بود، با فراخوان خود برای ادغام هنر و علم کوشید و با طرح هنر بینارسانه‌ای نخستین مراحل ظهور پیدایش هنر چیدمان دیجیتالی را فراهم آورد. فلسفه و نوآوری‌های جنبش دادائیسم نیز به عنوان اجداد واقعیت مجازی و چیدمان دیجیتال، بسیار تاثیرگذار بودند. پس از دادائیسم، به مفاهیمی چون از آن خودسازی، پرفورمنس و مشارکت مخاطبان در اثر هنری توجه شد و همه این موارد، زمینه اولیه را برای ظهور هنر وابسته به فناوری دیجیتال مانند تجربه فضای سه بعدی و واقعیت مجازی فراهم ساخت. در این دوره، ماهیت ذاتی شی‌وارگی اثر هنری شامل تغییراتی بنیادی شد. در نتیجه این گرایش‌ها، پایه‌های مفهومی و زیبایی‌شناسانه هنرمندان علاقه‌مند به چیدمان، هنر مفهومی و جنبش‌های ضد هنری دهه شصت شکل گرفت. واقعیت مجازی امکان لمس تصاویر سه بعدی را میسر ساخت. از آن پس، مخاطب می‌توانست به دنیای کاملاً مجازی ساخته هنرمند وارد شود. تجربه دنیای مجازی بسته به سخت‌افزار، نرم‌افزار یا واسطه‌های مورد استفاده اشکال متفاوتی دارد. در بعضی موارد مخاطب می‌بایست از عینک اچ‌ام‌دی و دستکش مخصوص به عنوان واسطه تجربه فضای سه بعدی استفاده کند، در حالی که هنرمندان دیگر از امکانات اینترنت، شخصیت‌های مجازی یا اشکال دیگر حیات مصنوعی برای کاوش دنیای مجازی استفاده می‌کنند. با پیشرفت علوم رایانه‌ای و تولید انبوه واسطه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، بستر واقعیت مجازی دچار تحولی رنسانسی شده است.» (وندز، ۱۳۹۴، ۲۷)

۳- پرفورمنس، موسیقی و هنر صوتی: «پرفورمنس، موسیقی و هنر صوتی برخلاف هنر چیدمان و واقعیت مجازی، بیشتر رسانه‌هایی فردمحور هستند و ریشه‌شان به جنبش‌های هنری اوایل قرن بیستم مانند دادائیسم و سوررئالیسم بازمی‌گردد. این حوزه‌ها با ورود فناوری دیجیتال دچار تحولات بنیادینی شدند که ابزارهای نوینی برای بیان هنری فراهم آورد. هنرمندان پرفورمنس از طریق فناوری دیجیتال توانستند کنترل بیشتری بر اجراهای

## چالش‌های دوران دیجیتال

### توسعه سریع فناوری

تأثیر فناوری‌هایی همچون واقعیت مجازی و واقعیت افزوده بر تجربه هنری: با توسعه سریع فناوری‌های واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)، تجربیات هنری دستخوش تغییرات انقلابی بی‌سابقه‌ای شده‌اند. این فناوری‌های نوظهور دیگر مخاطبان را محدود به فضاهای سنتی هنر نمی‌کنند، بلکه هنر را از طریق یکپارچگی شگفت‌انگیز رسانه‌های دیجیتال به بعد جدیدی وارد می‌کنند (Lim&Omar&Jabbar, 2012). در دنیای واقعیت مجازی، تماشاگران دیگر تنها به طور منفعلانه آثار هنری را تماشا نمی‌کنند، بلکه می‌توانند در آن‌ها غوطه‌ور شده و با آن‌ها تعامل داشته باشند، گویی که در دنیای خیالی فراتر از واقعیت قرار دارند. از طریق VR، هنرمندان می‌توانند آثار بیشتری خلق کنند که تجربه‌ای فراگیرتر و رنگارنگ‌تر دارند و مخاطبان می‌توانند از طریق زمان و فضا سفر کرده و به طور مستقیم با خلاقیت و احساسات هنرمند ارتباط برقرار کنند. از طریق دستگاه‌های هدست، تماشاگران می‌توانند به راحتی در موزه هنری مجازی قدم بزنند، با آثار هنری تعامل داشته باشند، زاویه دید خود را تغییر دهند و حتی در فرآیند خلق آثار هنری مشارکت کنند.

ظهور دیجیتالی شدن هنر و نمایشگاه‌های دیجیتال: ظهور هنر دیجیتال و نمایشگاه‌های دیجیتال، انقلاب دیگری را در زمینه مدیریت هنر در دوران دیجیتال رقم می‌زند. دیجیتالی شدن نه تنها شیوه‌های نگهداری و انتقال آثار هنری را تغییر می‌دهد، بلکه تعامل بین مخاطبان و آثار هنری را نیز بازتعریف می‌کند (Ye, 2016). دیجیتالی شدن آثار هنری امکان حفظ و انتقال بهتر میراث فرهنگی ارزشمند را فراهم می‌آورد. مداخله فناوری دیجیتال این امکان را فراهم می‌کند که آثار هنری با وضوح بالاتر ثبت و حفظ شوند و به این ترتیب عمر مفید آن‌ها افزایش یابد. این فرآیند نه تنها به حفاظت از میراث فرهنگی کمک می‌کند، بلکه این آثار هنری ارزشمند را به طور گسترده‌تری در دسترس مخاطبان قرار می‌دهد، خواه در موزه‌های هنر دیجیتال و خواه از طریق پلتفرم‌های آنلاین.

### مدیریت داده‌ها و مسائل حریم خصوصی

چالش‌های مدیریت داده‌ها که توسط دیجیتالی شدن آثار هنری به وجود آمده است: موج دیجیتالی شدن آثار هنری منجر به ذخیره‌سازی و ارائه حجم عظیمی از اطلاعات هنری، میراث فرهنگی و اطلاعات خلق‌کنندگان در قالب دیجیتال شده است. با این حال، این امر با یک سری چالش‌های پیچیده در مدیریت داده‌ها همراه است. دیجیتالی شدن در مقیاس وسیع به معنای تولید و انباشت حجم زیادی از داده‌ها است. برای مؤسسات هنری و مدیران، نحوه ذخیره‌سازی، انتقال و پشتیبانی مؤثر و امن این داده‌ها به یک وظیفه فوری تبدیل شده است (Andy, Binnis et al, 2014). این امر نیازمند آن است که مدیران هنری منابع زیادی را برای ساخت سیستم‌های پیشرفته ذخیره‌سازی و مدیریت دیجیتال سرمایه‌گذاری کنند تا از حفظ طولانی‌مدت و امنیت داده‌ها اطمینان حاصل کنند.

نیاز به حفاظت از حریم خصوصی برای هنرمندان و مخاطبان: ظهور دیجیتالی شدن هنر و نمایشگاه‌های دیجیتال نه تنها روش‌های جدیدی برای ارائه آثار هنری به ارمغان آورده است، بلکه نیازهای فوری‌تری برای حفاظت از حریم خصوصی هنرمندان و مخاطبان نیز به وجود آورده است. با دیجیتالی شدن آثار هنری، اطلاعات شخصی هنرمندان، فرآیندهای خلاقانه و جزئیات آثار هنری به طور گسترده‌ای ثبت و در پلتفرم‌های دیجیتال به اشتراک گذاشته می‌شود (Lee&Cho, 2020). در این زمینه، حفاظت از حریم خصوصی

از آنجا که هنرمندان بسیاری در این حوزه فعالیت می‌کنند این رسانه در طبقه‌بندی ما جای خود را پیدا کرده است. آزادی موجود در فضای اینترنت، امکان بهره‌مندی از سایت مستقل و شخصی بدون سانسور یا کنترل خارجی و هزینه پایین، توجه هنرمندان را به خود جلب نمود. همچنین، امکان کنار گذاشتن موزه‌ها و گالری‌ها و ارتباط مستقیم با مخاطبان جهانی به شکل بی‌واسطه و بدون اتلاف وقت از بستر اینترنت فراهم آمده است. هنر شبکه در آغاز ظهور، با وجود تازگی و جذابیت‌ها، قربانی تحولات سریع نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در روند تکامل خود گردید. ارتقای جستجوگرها در شش ماه آخر دهه نود میلادی به منسوخ شدن برخی آثار ابتدایی، به علت عدم هماهنگی با مشخصه‌های نرم‌افزاری جدید، انجامید. با همه این مشکلات، آزادی و فراگیری اینترنت، هنر شبکه را زنده و پرتعداد نگه داشته است. (همان، ۳۲)

۷- مجسمه دیجیتال: مجسمه‌سازی دیجیتال ابتدا با ماشین‌های برش ساده و کنترل‌شونده آغاز شد، اما با پیشرفت نرم‌افزارهای طراحی و فناوری‌های «کد» و «کم»، ساخت اشیای پیچیده سه‌بعدی آسان‌تر و دقیق‌تر شد. روش‌هایی مانند نمونه‌سازی سریع (تزیق پلاستیک) و استفاده از لیزر، روند ساخت را سریع‌تر و ارزان‌تر کرده‌اند. هنرمندان می‌توانند از این فناوری‌ها برای ساخت مستقیم اثر یا تهیه قالب برای تولید نهایی با مواد مختلف استفاده کنند. مجسمه‌سازی مجازی نیز که برخاسته از پیشرفت دیجیتال است، به خلق آثاری می‌پردازد که فقط در فضای سایبری وجود دارند و از محدودیت‌های فیزیکی آزادند. این نوع مجسمه‌سازی با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای سه‌بعدی مانند مایا، به هنرمند امکان می‌دهد تا فرم، جنس، بافت و نور را به دلخواه انتخاب و تغییر دهد. آثار مجازی می‌توانند فقط به صورت فایل باقی بمانند یا با فناوری‌های جدید به شکل فیزیکی تولید شوند. هنرمندان ممکن است آثار خود را صرفاً در فضای دیجیتال نمایش دهند یا از فناوری برای بهبود فرآیند طراحی دستی بهره ببرند. در هر حالت، حذف محدودیت‌های فیزیکی و امکان اصلاح، بازبینی و انتشار جهانی از طریق اینترنت، آزادی خلاقانه بی‌سابقه‌ای برای مجسمه‌سازان دیجیتال فراهم کرده است» (وندز، ۱۳۹۴، ۲۵).

### تکنیک‌های هنر دیجیتال

تکنیک‌های هنر دیجیتال بسیار گسترده است و همگام با رشد فزاینده تکنولوژی نیز گسترده‌تر می‌گردد. در واقع این هنر به طور دائم مرزهای پیشین خود را در هم شکسته و تغییر می‌دهد و همین طور تعداد زیرشاخه‌ها و تکنیک‌های آن افزایش می‌یابد. امروزه انواع هنر دیجیتال را در تمامی جنبه‌های گوناگون زندگی بشر امروز از پروسه‌های چاپ و صفحه‌آرایی صفحات وب، بازی‌های کامپیوتری، هنر چیدمان و گرافیک‌های متحرک گرفته تا مانیتورهای لوازم الکترونیکی مختلف می‌توان مشاهده کرد. هر چند که به دلیل سیال بودن مرزها در این رشته و این که اکثر آثار دیجیتال پدیده‌هایی چندوجهی می‌باشند، یک اثر هنری دیجیتال می‌تواند ترکیبی از چندین تکنیک باشد. «در مثالی دیگر می‌توان به رمزگان صوت اثر آندراس مولر پوهل است که از تکنیک فوتومونتاژ بهره گرفته، اشاره کرد. پوهل در این اثر بازنمایی آنالوگ و دیجیتال را به هم می‌آمیزد. این ساختار به ظاهر منسجم و کلی، در واقع آمیزش گزینه‌هایی است که از چند صد چهره گوناگون ویدیویی به عمل آمده است. این کار در واقع مبتنی بر شیوه آمیختن جزئیات چهره‌های گوناگون در یک چهره واحد است که از اوایل دهه ۱۹۸۰ برای مقاصد گوناگون در نهادهای امنیتی و انتظامی متداول شد.» (کرم بارنگی و دیگران، ۱۳۹۱، ۷۱).

طراحی و اجرای نمایشگاه‌های واقعیت مجازی: به عنوان یک شکل نوآورانه از مدیریت هنر در دوران دیجیتال، نمایشگاه‌های واقعیت مجازی<sup>۱</sup> تجربه‌ای هنری جدید و فراگیر را برای مخاطبان فراهم می‌آورد. طراحی نمایشگاه‌های واقعیت مجازی باید به طور کامل از مزایای فناوری دیجیتال بهره‌برداری کند و مخاطبان را از طریق تجربیات بسیار فراگیر وارد یک فضای هنری دیجیتال کند. این شامل گالری‌های مجازی، چیدمان‌های نمایشگاهی دیجیتال و ویژگی‌های تعاملی با آثار هنری است که به تماشاگران این امکان را می‌دهد که به راحتی در آثار هنری بگردند و به طور شهودی با آن‌ها تعامل داشته باشند، و محدودیت‌های فضاهای نمایشگاهی سنتی را شکسته و تجربه‌ای جدید ایجاد کنند.

ظهور گالری‌های دیجیتال آنلاین: با ظهور دوران دیجیتال، گالری‌های دیجیتال آنلاین به عنوان پلتفرم‌هایی برای تجارت و نمایش آثار هنری در بازار هنر شکل گرفته‌اند. گالری‌های دیجیتال آنلاین فرصت‌های بیشتری برای نمایش آثار هنری و کانال‌های فروش آثار به هنرمندان ارائه می‌دهند از طریق نمایشگاه‌های مجازی و پلتفرم‌های تجارت دیجیتال. هنرمندان می‌توانند از محدودیت‌های جغرافیایی عبور کرده و آثار خود را از طریق گالری‌های دیجیتال آنلاین به مخاطبان جهانی ارائه دهند و به این ترتیب پتانسیل دیده‌شدن و فروش آثار هنری خود را گسترش دهند.

### هنر دیجیتال و تجربه تعاملی

ادغام هنر و فناوری: ادغام هنر و فناوری یک نوآوری برجسته در مدیریت هنر در دوران دیجیتال است. فناوری ابزارها و رسانه‌های خلاقانه غنی را برای هنرمندان فراهم می‌آورد و مرزهای خلق هنری را گسترش می‌دهد. نقاشی دیجیتال، هنر واقعیت مجازی و تعامل بین هنر و ربات‌ها به اشکال بیانی هنری تبدیل شده‌اند که از سوی فناوری تقویت شده‌اند و باعث گسترش و تکامل زبان هنری سنتی می‌شوند. هنرمندان می‌توانند از طریق فناوری دیجیتال آثار بیشتری خلق کنند که تعاملی‌تر و مشارکتی‌تر هستند و ارتباط مستقیم‌تری با مخاطب ایجاد کنند.

اشکال نوآورانه تعامل بین هنر دیجیتال و مخاطبان: دوران دیجیتال ابعاد جدیدی از تعامل هنر با مخاطب را به ارمغان آورده است. از طریق فناوری دیجیتال نوآورانه، هنر دیگر یک شیء نمایشی ایستا نیست، بلکه حامل مشارکت، تجربه و هم‌خلق شدن مخاطب است. فناوری‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده تعامل بی‌سابقه‌ای را به هنر دیجیتال آورده‌اند. تماشاگران می‌توانند از طریق دستگاه‌های VR یا برنامه‌های AR موبایل در فضای سه‌بعدی خلق هنر دیجیتال غوطه‌ور شوند، با آثار هنری تعامل داشته باشند، زاویه دید خود را تغییر دهند و حتی در فرآیند خلق آثار هنری مشارکت کنند، که مرزهای مشاهده یک‌طرفه را می‌شکند و آثار هنری را به یک فضای هنری مشترک با مخاطب تبدیل می‌کند.

### آموزش هنر و فناوری دیجیتال

#### توسعه آموزش هنر آنلاین

آموزش از راه دور و کتاب‌های درسی دیجیتال: آموزش از راه دور و کتاب‌های درسی دیجیتال در دوران دیجیتال در حوزه آموزش پدید آمده و روش‌های یادگیری سنتی را به طور عمیقی تغییر داده است. آموزش از راه دور از طریق فناوری اینترنت، مسیرهای یادگیری منعطف‌تر و راحت‌تری را برای دانش‌آموزان فراهم می‌آورد. دانش‌آموزان می‌توانند از هر کجا و در هر زمانی از طریق دستگاه‌های الکترونیکی به پلتفرم‌های آموزشی آنلاین

هنرمندان به طور خاص اهمیت زیادی پیدا کرده است. هنرمندان انتظار دارند که زندگی شخصی و فرآیندهای خلاقانه آن‌ها مورد احترام قرار گیرد و پلتفرم‌های دیجیتال باید مکانیزم‌های سختگیرانه‌ای برای حفاظت از حریم خصوصی ایجاد کنند تا از سوءاستفاده یا افشای اطلاعات حساس هنرمندان جلوگیری شود.

### ابزارها و پلتفرم‌های دیجیتال در مدیریت هنری

#### پلتفرم حراج و تجارت آثار هنری

کاربرد ارز دیجیتال در معاملات هنری: ظهور ارز دیجیتال نیرویی تازه به تجارت هنر وارد کرده و روش‌های معامله و الگوهای بازار را بازتعریف کرده است. فناوری بلاک‌چین، به عنوان فناوری اصلی ارز دیجیتال، به طور گسترده‌ای در معاملات هنری استفاده می‌شود. از طریق بلاک‌چین، معاملات هنری به تأیید غیرمتمرکز و ردیابی جهانی دست یافته‌اند. این بدان معناست که هر معامله‌ای در بلاک‌چین ثبت خواهد شد و تاریخچه معاملات، اطلاعات ارزیابی و تغییرات مالکیت آثار هنری شفاف‌تر و غیرقابل تغییر می‌شوند، که پایه‌ای مستحکم برای اعتبار و قابلیت اطمینان بازار فراهم می‌آورد.

تأثیر فناوری بلاک‌چین بر شناسایی و ردیابی آثار هنری: فناوری بلاک‌چین به عنوان یک دفتر کل توزیع‌شده غیرمتمرکز و امن، تغییرات عمیقی در شناسایی و ردیابی آثار هنری ایجاد کرده است (Zhao&Sintonen&Kynaeslahti, 2015). فناوری بلاک‌چین تاریخچه‌ای دست‌نخورده از معاملات ارائه می‌دهد که شناسایی آثار هنری را قابل اعتمادتر و شفاف‌تر می‌سازد. هر معامله هنری در بلاک‌چین ثبت می‌شود، شامل اطلاعات دقیقی مانند تغییرات مالکیت، زمان و مکان معامله، که مدرک محکمی از اصالت اثر هنری فراهم می‌کند و به طور مؤثری از جعل و سرقت جلوگیری می‌کند.

#### ابزارهای تحلیل و پیش‌بینی بازار هنر

کاربرد تحلیل داده‌های کلان در بازار هنر: تحلیل داده‌های کلان نقش فزاینده‌ای در مدیریت هنر در دوران دیجیتال ایفا می‌کند و بینش‌های عمیق‌تری و پشتیبانی هوشمندتری برای تصمیم‌گیری در بازار هنر فراهم می‌آورد. تحلیل داده‌های کلان می‌تواند با ردیابی داده‌های معاملات، نتایج حراج و تاریخچه خلاقانه هنرمندان در بازار هنر، بینش‌های عمیقی درباره روندهای بازار و نوسانات ارزش آثار هنری ارائه دهد (Bo&Dandan, 2010). این امر به خانه‌های حراج، گالری‌ها و کلکسیونرها این امکان را می‌دهد که به‌طور دقیق‌تری ارزش بالقوه و روندهای توسعه آینده آثار هنری را ارزیابی کنند و به این ترتیب سرمایه‌گذاری‌ها و معاملات را هوشمندانه‌تر انجام دهند. نقش هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در ارزیابی هنر: کاربرد فناوری هوش مصنوعی (AI) و یادگیری ماشین (ML) در ارزیابی هنر، تغییرات عمیقی در مدیریت هنر در دوران دیجیتال به همراه دارد. با تحلیل حجم زیادی از داده‌های معاملات هنری و روندهای بازار، الگوریتم‌های یادگیری ماشین می‌توانند مدل‌های ارزیابی هنر دقیق‌تری بسازند. این مدل‌ها نه تنها شهرت هنرمندان و سوابق تاریخی معاملات آثار را در نظر می‌گیرند، بلکه به‌طور جامع‌تری دینامیک‌های آبی بازار را نیز در نظر می‌گیرند و نتایج قیمت‌گذاری و ارزیابی آثار هنری دقیق‌تری را ارائه می‌دهند و پشتیبانی قابل‌اعتمادتری برای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و پلتفرم‌های معاملاتی فراهم می‌کنند.

### نمایشگاه هنری و ارائه دیجیتال

#### نمایشگاه هنر مجازی

بازاریابی دیجیتال و مدیریت رسانه‌های اجتماعی: در دوران دیجیتال، جنبه کلیدی دیگری از مدیریت هنر، اهمیت روزافزون بازاریابی دیجیتال و مدیریت رسانه‌های اجتماعی است. بازاریابی دیجیتال به ابزاری مؤثر برای مؤسسات هنری، گالری‌ها و هنرمندان برای تبلیغ آثارشان تبدیل شده است. از طریق استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مانند بهینه‌سازی موتور جستجو، بازاریابی محتوا و تبلیغات آنلاین، آثار هنری می‌توانند راحت‌تر کشف شوند و توجه بیشتری از سوی مخاطبان جلب کنند. این امر نه تنها به افزایش دیده‌شدن مؤسسات هنری کمک می‌کند، بلکه فرصت‌های فروش بیشتری برای هنرمندان ایجاد می‌کند.

### تحول دیجیتال مؤسسات هنری

ساخت سیستم مدیریت دیجیتال: مدیریت هنر در دوران دیجیتال به طور فزاینده‌ای به سیستم‌های مدیریت دیجیتال پیشرفته وابسته است که می‌توانند داده‌های عملیاتی مختلف مؤسسات هنری را به طور مؤثر یکپارچه، تجزیه و تحلیل و مدیریت کنند، و بدین ترتیب کارایی مدیریت و سطح تصمیم‌گیری را بهبود بخشند. یک سیستم مدیریت دیجیتال می‌تواند جنبه‌های مختلفی را پوشش دهد، از جمله جمع‌آوری آثار هنری، ترتیب نمایش‌ها و مدیریت مالی. با یکپارچه‌سازی ابزارهایی مانند پایگاه‌های داده هنری، سیستم‌های مدیریت آرشیو الکترونیکی و نرم‌افزارهای مالی، مؤسسات می‌توانند نظارت جامع بر فعالیت‌های مختلف داشته باشند، اطلاعات تفکیک‌شده را کاهش دهند و همکاری‌های داخلی را بهبود بخشند.

پرورش استعداد و تنظیم فرهنگ سازمانی: با گسترش مدیریت هنری در دوران دیجیتال، مؤسسات نیاز دارند که استراتژی‌های پرورش استعداد خود را تنظیم کنند و استعدادهای حرفه‌ای‌ای پرورش دهند که با محیط دیجیتال سازگار باشند. برای این منظور، نیاز به برنامه آموزشی جامع‌تری است تا به کارکنان این امکان را بدهد که به طور ماهرانه از فناوری دیجیتال و ابزارهای تحلیل داده استفاده کنند. محتوای آموزشی باید شامل حوزه‌های مختلفی مانند نقاشی دیجیتال، فناوری واقعیت مجازی، بازاریابی دیجیتال و غیره باشد تا سواد جامع کارکنان را در دوران دیجیتال بهبود بخشد.

### تأثیر مدیریت دیجیتال در ارتباط فرهنگی ایران و فرانسه

در دنیای دیجیتال امروزی، هنر به‌طور عمیق و اساسی با پیشرفت‌های تکنولوژیکی و نوآوری‌های دیجیتال دستخوش تغییرات شگرفی شده است. هنر دیگر فقط به روش‌های سنتی محدود نیست و با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال، هنرمندان قادرند به شیوه‌هایی نوین آثار خود را خلق کرده و آن‌ها را به سادگی به مخاطبان جهانی ارائه دهند. این تحولات به‌ویژه برای کشورهایی همچون ایران و فرانسه که هرکدام دارای میراث هنری غنی، تاریخ پر بار و تنوع فرهنگی بی‌نظیر هستند، فرصت‌های ویژه‌ای فراهم کرده است. با استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال، هنرمندان ایرانی می‌توانند آثار خود را از محدودیت‌های جغرافیایی رها کرده و آن‌ها را به جهانیان، به‌ویژه به مخاطبان فرانسوی، معرفی کنند. این فرآیند نه تنها به معرفی آثار هنری ایرانی کمک می‌کند، بلکه بستری را برای هنرمندان فرانسوی فراهم می‌آورد تا آثار خود را در ایران و سایر نقاط جهان به نمایش بگذارند. بدین ترتیب، فضای دیجیتال به‌عنوان یک پل ارتباطی، امکان ایجاد تعاملات فرهنگی میان این دو کشور را فراهم کرده و تقویت روابط هنری و فرهنگی را به دنبال دارد.

یکی از ویژگی‌های خاص عصر دیجیتال این است که دیگر مرزهای جغرافیایی نمی‌توانند مانعی برای برقراری ارتباط و همکاری‌های هنری میان کشورها شوند. به عبارت دیگر، فناوری‌های دیجیتال این فرصت را فراهم کرده‌اند که هنرمندان از نقاط مختلف جهان به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار

دسترسی پیدا کنند، در دوره‌های زنده یا ضبط‌شده شرکت کنند و از زمان‌های پراکنده برای یادگیری بهره ببرند. این انعطاف‌پذیری نه تنها کارایی یادگیری را بهبود می‌بخشد، بلکه به اشتراک‌گذاری منابع آموزشی و تبادل‌های علمی در مقیاس جهانی نیز کمک می‌کند.

نیازهای آموزشی هنرمندان در دوران دیجیتال: ظهور دوران دیجیتال نیازهای آموزشی جدیدی را برای هنرمندان مطرح کرده است که نه تنها از آن‌ها می‌خواهد مهارت‌های هنری سنتی را داشته باشند، بلکه باید قادر به سازگاری و تسلط بر استفاده از فناوری دیجیتال باشند. استفاده گسترده از ابزارها و نرم‌افزارهای دیجیتال به بخشی از خلق آثار هنری تبدیل شده است، بنابراین هنرمندان باید آموزش‌هایی در زمینه خلق دیجیتال دریافت کنند، از جمله یادگیری مهارت‌هایی مانند نقاشی دیجیتال، تولید واقعیت مجازی و مدل‌سازی سه‌بعدی. این امر به گسترش مرزهای خلق هنری کمک کرده و به هنرمندان این امکان را می‌دهد که خلاقیت خود را به شکل انعطاف‌پذیرتر و مؤثرتری بیان و پیاده‌سازی کنند.

### ابزارها و نرم‌افزارهای خلق هنری

کاربرد نقاشی دیجیتال و ابزارهای خلاقانه: خلق هنری در دوران دیجیتال تحولی در نقاشی دیجیتال و ابزارهای خلاقانه تجربه کرده است که امکانات خلاقانه‌ای بی‌سابقه را برای هنرمندان فراهم می‌آورد. استفاده گسترده از ابزارهای نقاشی دیجیتال مانند تبلت‌ها، بردهای نقاشی دیجیتال و دستگاه‌های قلم به هنرمندان این امکان را می‌دهد که روی پلتفرم‌های دیجیتال خلق کنند. این امر نه تنها انعطاف‌پذیری و کارایی نقاشی را بهبود می‌بخشد، بلکه ادغام عناصری چندرسانه‌ای بیشتری مانند تصاویر، صدا، ویدئو و غیره را برای هنرمندان فراهم می‌آورد، و در نتیجه دامنه‌ای متنوع از آثار هنری دیجیتال را ایجاد می‌کند.

پذیرش و کاربرد فناوری دیجیتال توسط خالقان هنر: کاربرد فناوری دیجیتال در عرصه هنر به تدریج روش‌های خلاقانه و الگوهای تفکری خالقان هنر را تغییر داده است. تعداد بیشتری از خالقان هنر به پتانسیل فناوری دیجیتال پی برده و آن را در فرآیند خلاقانه خود به طور فعال می‌پذیرند و به کار می‌گیرند. فناوری دیجیتال نه تنها انتخاب‌های رسانه‌ای بیشتری را برای هنرمندان فراهم می‌کند، بلکه ابزارهای خلاقانه‌ای راحت‌تر و کارآمدتر به خالقان ارائه می‌دهد. انعطاف‌پذیری رسانه‌های دیجیتال به هنرمندان این امکان را می‌دهد که محدودیت‌های رسانه‌های سنتی را پشت سر بگذارند، روش‌های جدید بیان را امتحان کنند و آثار هنری متنوع‌تری خلق کنند.

### یادگیری مداوم و سازگاری با تغییرات

#### نیازمندی‌های مهارتی دوران دیجیتال برای مدیران هنری

تحلیل و تفسیر داده‌ها: یکی از روندهای اصلی در مدیریت هنر در دوران دیجیتال، کاربرد گسترده تحلیل و تفسیر داده‌ها است. دیجیتال شدن بازار هنر، حجم زیادی از داده‌ها در مورد فروش آثار هنری، ترجیحات مخاطبان و روندهای بازار را در دسترس قرار داده است، و تحلیل داده‌ها به ابزاری مهم برای کمک به مؤسسات هنری، کیوریتورها و سرمایه‌گذاران تبدیل شده است تا تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ کنند. از طریق تحلیل عمیق داده‌های بازار هنر، مؤسسات می‌توانند نیازها، ارزش بازار و روندهای رشد پتانسیلی در دسته‌های مختلف هنر را با دقت بیشتری درک کنند و به این ترتیب، جمع‌آوری، نمایش و تبلیغ آثار هنری را هدفمندتر انجام دهند. تحلیل داده‌ها همچنین کمک می‌کند تا ترجیحات و سطح مشارکت مخاطبان درک شود و مبنای عینی برای برنامه‌ریزی فعالیت‌های هنری فراهم آورد.

هنری کمک کنند تا آثار خود را به راحتی به فروش برسانند و به این ترتیب فرصت‌های اقتصادی جدیدی برای هنرمندان و گالری‌ها ایجاد کنند.

در دنیای دیجیتال، هنر و فرهنگ ایران می‌تواند به‌طور مؤثر به جهانیان معرفی شوند، به‌ویژه در کشوری مانند فرانسه که دارای نقش برجسته‌ای در دنیای هنر و فرهنگ است. از طریق پلتفرم‌های دیجیتال مانند نمایشگاه‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، و وبسایت‌های هنری، آثار هنری ایرانی می‌توانند به مخاطبان فرانسوی و جهانی معرفی شوند. این معرفی‌ها می‌توانند نه تنها به تقویت روابط فرهنگی میان ایران و فرانسه کمک کنند، بلکه فرصتی برای تبادل فرهنگی و آشنایی بیشتر مردم این دو کشور با یکدیگر ایجاد کنند. همچنین، هنر به‌عنوان یک ابزار دیپلماسی فرهنگی می‌تواند به تقویت روابط سیاسی و اجتماعی میان دو کشور کمک کند. از این‌رو، هنر دیجیتال و مدیریت آن می‌توانند نقش مهمی در گسترش روابط فرهنگی و هنری میان ایران و فرانسه ایفا کنند.

در نهایت، مدیریت هنر دیجیتال فرصتی بی‌نظیر برای تقویت روابط فرهنگی، تجاری، و آموزشی میان ایران و فرانسه فراهم می‌آورد. از طریق پلتفرم‌های دیجیتال و ابزارهای نوین، هنرمندان این دو کشور می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و به راحتی آثار خود را به نمایش بگذارند. این همکاری‌ها می‌توانند به گسترش هنر و فرهنگ ایران و فرانسه در سطح جهانی کمک کنند و نقشی مهم در توسعه دیپلماسی فرهنگی و تبادل هنری میان این دو کشور ایفا کنند.

### نتیجه‌گیری

مدیریت هنری دیجیتال در تبادل فرهنگی میان ایران و فرانسه جایگاه ویژه‌ای دارد، زیرا به‌عنوان یک ابزار نوآورانه، امکان برقراری ارتباط و تعامل میان هنرمندان و مخاطبان این دو کشور را بدون محدودیت‌های جغرافیایی فراهم می‌آورد. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال می‌تواند فرصتی باشد برای معرفی هنر ایرانی به مخاطبان فرانسوی و بالعکس. این تبادل دیجیتال می‌تواند علاوه بر معرفی فرهنگ و هنر، به تقویت روابط دیپلماتیک و اجتماعی دو کشور کمک کند. به‌ویژه در شرایطی که مشکلات سیاسی و اقتصادی ممکن است مانع برگزاری نمایشگاه‌ها یا رویدادهای هنری در فضاهای فیزیکی شود، پلتفرم‌های دیجیتال مانند گالری‌های آنلاین، نمایشگاه‌های مجازی، و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند جایگزین مؤثری باشند. در مدیریت هنری دیجیتال، ابزارهایی مانند پلتفرم‌های آنلاین برای نمایش آثار هنری، گالری‌های دیجیتال، نمایشگاه‌های مجازی، و شبکه‌های اجتماعی نقش کلیدی دارند. همچنین فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) می‌توانند برای خلق تجربه‌های هنری تعاملی و نوآورانه مورد استفاده قرار گیرند که مخاطبان از ایران و فرانسه قادر خواهند بود به‌صورت آنلاین در این تجربیات مشترک شرکت کنند. علاوه بر این، فناوری‌هایی مانند بلاک‌چین می‌توانند برای خرید و فروش آثار هنری دیجیتال (مانند NFT) در بازارهای بین‌المللی به‌ویژه در فرانسه استفاده شوند. این ابزارها نه تنها امکان تعامل هنری را فراهم می‌آورند بلکه باعث بهبود فرآیندهای مدیریتی و اقتصادی در صنعت هنر نیز می‌شوند.

بهره‌گیری از مدیریت هنری دیجیتال در ارتباطات فرهنگی ایران و فرانسه با موانع مختلفی روبرو است. از منظر فرهنگی، ممکن است تفاوت‌های فرهنگی، باورها و ارزش‌ها، و حساسیت‌های اجتماعی دو کشور چالش‌هایی ایجاد کند که بر نحوه معرفی و نمایش آثار هنری تأثیرگذار باشد. از نظر فنی، دسترسی به فناوری‌های پیشرفته در برخی مناطق ممکن است محدود باشد

کرده و پروژه‌های مشترک هنری ایجاد کنند. ایران و فرانسه به‌عنوان دو کشور با تاریخ و فرهنگ غنی، می‌توانند از این بستر برای تبادل هنری و فرهنگی بهره‌برداری کنند. با استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال، مانند گالری‌های آنلاین و نمایشگاه‌های مجازی، هنرمندان ایرانی و فرانسوی می‌توانند آثار خود را به جهانیان عرضه کنند، بدون آنکه محدودیت‌های فیزیکی یا جغرافیایی مانعی برای این فرآیند باشد. برای مثال، هنرمندان ایرانی که به دلیل مسائل سیاسی و فرهنگی ممکن است با محدودیت‌هایی در نمایش آثار هنری خود در برخی از کشورهای غربی مواجه شوند، با استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال می‌توانند آثار خود را به راحتی در معرض دید جهانیان قرار دهند و از فرصت‌های فروش و تبلیغات استفاده کنند. به‌ویژه در فرانسه، که یکی از مهم‌ترین قطب‌های هنر و فرهنگ در سطح جهانی است، این پلتفرم‌ها می‌توانند به هنرمندان ایرانی این امکان را بدهند که به راحتی وارد بازارهای هنری این کشور شوند و ارتباطات هنری جدیدی برقرار کنند.

در دنیای دیجیتال، همچنین برقراری همکاری‌های هنری و فرهنگی میان ایران و فرانسه از طریق ابزارهای آنلاین بسیار آسان‌تر شده است. هنرمندان، مؤسسات هنری و مدیران می‌توانند از امکانات مختلفی مانند وبینارها، کارگاه‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های دیجیتال استفاده کرده و با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این ارتباطات می‌توانند به برپایی نمایشگاه‌های مشترک آنلاین منجر شوند که در آن آثار هنری از هر دو کشور به نمایش گذاشته می‌شود. نمایشگاه‌های مجازی می‌توانند بستری برای آشنایی بیشتر مردم دو کشور با فرهنگ و هنر یکدیگر فراهم کنند. این نوع همکاری‌ها نه تنها به افزایش شناخت متقابل کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به ایجاد شبکه‌های بین‌المللی از هنرمندان و مدیران هنری منجر شود که در آن تبادل تجربیات و منابع مشترک صورت گیرد. این شبکه‌ها می‌توانند زمینه‌ساز نوآوری‌های جدید در هنر و تکنولوژی‌های نوین باشند و از این طریق شاهد رشد و توسعه بیشتر هنر در سطح جهانی خواهیم بود.

علاوه بر این، در عصر دیجیتال، دسترسی به آموزش‌های آنلاین و به اشتراک‌گذاری منابع آموزشی میان هنرمندان ایران و فرانسه به‌طور چشمگیری آسان‌تر شده است. هنرمندان ایرانی که ممکن است به دلایل مختلف از جمله محدودیت‌های سیاسی و جغرافیایی دسترسی کمتری به برنامه‌های آموزشی بین‌المللی داشته باشند، اکنون می‌توانند از دوره‌ها و کارگاه‌های آنلاین بهره‌مند شوند و مهارت‌های خود را در زمینه‌های نوین هنر دیجیتال، هنر تعاملی، و هنر مفهومی به‌روز کنند. این آموزش‌ها نه تنها به‌طور مستقیم به هنرمندان ایرانی کمک می‌کند تا در زمینه‌های تکنولوژی‌های نوین دیجیتال پیشرفت کنند، بلکه هنرمندان فرانسوی نیز می‌توانند از دانش و تجربیات هنری ایرانی بهره‌برداری کنند. این تبادل علمی و آموزشی نه تنها به گسترش مهارت‌های هنری کمک می‌کند، بلکه به تقویت همکاری‌های فرهنگی و هنری بین این دو کشور می‌انجامد.

یکی از مهم‌ترین فرصت‌های مدیریت هنر دیجیتال در روابط میان ایران و فرانسه، ایجاد و گسترش بازارهای جدید برای خرید و فروش آثار هنری، به‌ویژه آثار دیجیتال است. در این زمینه، بلاک‌چین و ارزهای دیجیتال مانند NFT (توکن‌های غیرقابل تعویض) وارد عرصه هنر شده‌اند و می‌توانند تأثیرات زیادی بر نحوه خرید و فروش آثار هنری داشته باشند. هنرمندان ایرانی می‌توانند از این بازارهای جدید بهره‌برداری کرده و آثار خود را به مخاطبان جهانی عرضه کنند. این فرآیند به هنرمندان ایرانی این امکان را می‌دهد که در بازارهای بین‌المللی، از جمله بازارهای فرانسه، حضور پیدا کنند و آثار خود را به فروش برسانند. علاوه بر این، پلتفرم‌های دیجیتال می‌توانند به مؤسسات

و نیاز به زیرساخت‌های دیجیتال و اینترنتی با کیفیت بالا وجود دارد. علاوه بر این، برخی موانع سازمانی از جمله عدم آگاهی و مهارت‌های کافی در مدیریت هنری دیجیتال و نیز ساختارهای اداری پیچیده و محافظه کار در مؤسسات هنری ایران و فرانسه می‌تواند بهره‌برداری از این فناوری‌ها را با مشکل مواجه کند.

برای تقویت مدیریت هنری دیجیتال در چارچوب سیاست‌های فرهنگی بین‌المللی، لازم است که ابتدا همکاری‌های بیشتری میان مؤسسات هنری، دولت‌ها و فعالان صنعت هنر در ایران و فرانسه شکل گیرد. این همکاری‌ها می‌تواند شامل ایجاد برنامه‌های آموزشی برای هنرمندان و مدیران هنری در خصوص استفاده از ابزارهای دیجیتال، ایجاد پلتفرم‌های مشترک برای نمایش آثار هنری، و تسهیل دسترسی به منابع دیجیتال باشد. همچنین، دولت‌ها باید زیرساخت‌های فناوری را بهبود بخشند و از ابتکارات خصوصی و عمومی در حوزه هنر دیجیتال حمایت کنند. از سوی دیگر، تقویت قوانین حقوق مالکیت معنوی و امنیت سایبری برای حفاظت از آثار هنری دیجیتال در برابر دزدی اطلاعات و کپی‌رایت بسیار حیاتی است. ایجاد شبکه‌های بین‌المللی از هنرمندان و مدیران هنری، برگزاری رویدادهای آنلاین مشترک، و استفاده از فناوری‌های نوین مانند بلاک چین و NFT نیز می‌تواند به تقویت این تعاملات کمک کند.

## مراجع

- القیسی، عمران (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۵
- پارکینسون، نورث کوت (۱۳۶۹) اندیشه‌های بزرگ در مدیریت، ترجمه مهدی ایران‌نژاد پاریزی، تهران: انتشارات مرکز آموزش بانکداری و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- چائونن، چن (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۵
- شرون، محمد رقیب ابولوره (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۴
- طالبی کهدویی، فضل‌الله (۱۳۸۰) مقالات پژوهشی سازمان اداری و هنر (پیشنهاد چارچوب نظری و عملی برای ساختار و تشکیلات اداری هنر)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- کرم بارنگی، آزاده؛ اسدالهی، مصطفی؛ کوکبی، مهرناز (۱۳۹۱) انسان به مثابه المان در هنر دیجیتال، نشریه نقش مایه، دوره ۵، شماره ۱۳: ۶۹-۷۴
- کلانتری، پرویز (۱۳۷۸) مدیر هنری یا هنرمند، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۷
- نورجانی، نظام (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۵
- واراگان، شری جی (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۵
- وندز، بروس (۱۳۹۴) هنر در عصر دیجیتال، ترجمه مهدی مقیم‌نژاد، تهران: انتشارات سوره مهر
- هرگوت، فابریس (۱۳۷۷) مصاحبه با میهمانان خارجی، گردهمایی مدیریت و هنر، مطالعات کاربردی هنر، شماره ۴
- هورتون، توماس (۱۳۷۳) مدیریت و رهبری، ترجمه محمدرضا رضاپور، تهران: نشر برگ‌ریزان
- Paul, Christiane (2016) A Companion to Digital Art, Hoboken: John Wiley & Sons
- Lim Y P, Omar N B, Jabbar E A. The Effectiveness of Digital Usage in Preserving Art and Its Aesthetics[C]// 2012 3rd International Conference on Education and Management Technology (ICEMT 2012). 0[2023-12-09].
- Ye, Fenghua. Research on the Representation Method of Digital Image Art in the Era of Media Convergence[C]// 2016 International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2016). 0[2023-12-09].
- ANDY, BINNS, J, et al. The Art of Strategic Renewal [J]. Mit Sloan Management Review, 2014
- Lee H, Cho C H. Digital advertising: present and future prospects[J]. International Journal of Advertising, 2020, 39(3): 332-341
- Zhao P, Sintonen S, Kynaeslahti H. The Pedagogical Functions of Arts and Cultural-Heritage Education with in Online Art Galleries and Musuems [J]. International Journal of Heritage in the Digital Era, 2015, 4(1):103-120.
- Bo T, Dandan D. Digital Art Creation Subjects of the Information Era[C]// International Conference on Technology Management and Innovation. 2010.