



پشتکار و کوشش با ماندانا فرهمند مدیر گالری خاک

گالری داری

یک شغل رؤیایی

احمد رضا دالوند

«نگاه‌هایی از هر جای دنیا به هنر معاصر ایران معطوف شده است، این یک اتفاق خوب و مغتنم است» ...

ماندانا فرهمند، گفت‌وگویش را با گلستانه با چنین عبارتی آغاز می‌کند، و با کمی مکث درحالی‌که دست‌هایش را مقابل صورتش قرار داده و چشم‌هایش را بسته، ادامه می‌دهد: «خریدار حتی اگر ده هزار تومان خرید کند، ایمان خودش را به بهتر زیستن و عشق خودش را به بهتر دیدن ثابت می‌کند.» در این لحظه، به نظرش می‌آید، این مسئله را به خودش و همکارانش گوشزد کند: «گالری‌دارها با هم هماهنگ نیستند و اتحاد ندارند...» و با تأکید و جدیت ادامه می‌دهد: «اگر گالری‌دارها و هنرمندها دچار هیچان نشوند و با تمرکز همکاری‌شان را تعریف نکنند، این فرایند را می‌توان به یک اقتصاد خیلی سالم و درست در هنر تبدیل کرد» و می‌افزاید: «هنرمند و گالری‌دار باید خریدار را آموزش بدهند که چه اثری بخرد، کجا بخرد و چرا بخرد...» این گفته فرهمند، نشان از توفیق گالری خاک در هفت سال تجربه گرانپایش دارد: «کلکسیونرهایی که همیشه به گالری خاک وفا دارند و از ارتباط خود با خاک راضی‌اند، هرگز تن به داد و ستد شخصی با بعضی آرتیست‌ها نمی‌دهند.»

ماندانا فرهمند برای صحنه گذاشتن بر روی مناسبات سالم و نظام یافته در چرخه اقتصاد هنر می‌گوید: «گالری‌دار می‌تواند خریدار را با اطمینان به سمت خرید اثری اورژینال، صاحب امضاء و واجد ارزش‌های هنری راهنمایی کند، هر چند که کلکسیونر اگر کلکسیونر باشد همه قواعد کار را می‌داند و رعایت می‌کند، هنرمند هم بهتر است به سود مقطعی تن ندهد.» و با جدیت می‌افزاید: «اصلاً خرید هر کالایی، بدون مشورت با کارشناس، معمولاً به ضرر خریدار منجر می‌شود. خرید از طریق گالری، درست مثل خرید از یک مؤسسه معتبر است که کالایش را با شناسنامه و گارانتی می‌فروشد، کلکسیونر و آرتیست هر دو باید متوجه خطر داد و ستد غیرکارشناسی باشند.»

در ابتدای گفت‌وگو با ماندانا فرهمند، آن‌قدر نکات ظریف و معنی‌دار از او شنیدیم که جز روایت آزاد برخی از این نکات، چاره‌ای نبود تا رشته سخن به آرامی در نظمی کنترل شده جریان پیدا کند، که می‌خوانید:

گالری‌داری چه طور حرفه‌ای است؟

گالری، محفلی درست، سالم، صمیمی و قانونمند برای ایجاد ارتباط میان هنر و خریدار اثر هنری است. و البته گالری‌داری، داد و ستد اثر هنری هم هست. داد و ستدی که حقیقتاً با تبادل حجم زیادی از نکات هنرشناسانه، ظرایف عالی و سلیقه‌های نفیس همراه است. به نوعی می‌توان گفت حرفه گالری‌داری مثل حرفه کارگردانی است، چون یک کار «میان رشته‌ای» است. باید از نور، رنگ، سطح، سقف، حجم، موزیک و... آگاه بود و توانایی‌های متعددی را برای مدیریت و تنظیم عوامل بسیار به‌کار گرفت، سزاوار نیست که به گالری‌داری صرفاً مثل یک Market نگاه بشود، و گالری‌دار فقط یک دیلر dealer نیست. باید در موقعیت یک گالری‌دار حرفه‌ای قرار بگیری تا بدانی، مردم ایران چه قدر جدی و سریع مدرن‌نیم را مثلاً در معماری داخلی

پذیرفته‌اند و چه قدر خوب در این رابطه متحول شده‌اند. اما سال‌های بسیاری طی شده و تجربیات زیادی انباشت شده که هم اینک مردم کم‌کم می‌فهمند و باور می‌کنند که نقاشی معاصر در شادتر بودن‌شان، در ارتقای فهم‌شان، حتی در درست غمگین بودن‌شان؛ چه قدر می‌تواند به آن‌ها کمک کند. دانستن و درک این ظرایف و نکات پیچیده نیز از وظایف گالری‌داری است. گالری‌دار اگر گالری‌دار باشد می‌داند هنر، اولین، مهمترین و جدی‌ترین تأثیر در نشان دادن سطح شعور، فرهنگ و سلیقه یک جامعه را منعکس می‌سازد.

از تجربه خودتان در گالری خاک بگویید...

هفت سال پیش باید به سختی A ریال کار می‌فروختی اما امروز چندین برابر هفت سال پیش را به سادگی می‌توان فروخت. این فقط یک رونق در داد و ستد هنر نیست، یک رونق در سطح ارتقای

هیچ وقت هنر نوگرا

(منظورم هنر بعد از امپرسیونیست تا پرفورمنس)

است) هیچ‌گاه این هنر، در میان ما از نیم قرن پیش

به این سو به مثابه سرمایه نبوده است

سرمایه بیشتر به سمت فرش، صنایع دستی و سینما

متماثل می‌شده است

ولی هنر تجسمی مدرن سرمایه نبوده؛ ولی

امروز این یک سرمایه است

فرهنگی است. در این رونق، گالری‌دارهای فرهیخته سهم زیادی داشته‌اند.

یعنی برخلاف آنچه به نظر می‌رسد گالری‌داری حرفه ساده‌ای باشد، اصلاً این‌طور نیست. از دور به نظر می‌رسد که شخصی اثری را خلق کرده و شخصی دیگری آن را به نمایش می‌گذارد، اما از حرف‌های شما می‌توان پی برد که با یک پدیده پیچیده رودرروئیم. مخصوصاً وقتی که با نیروی انسانی از جنس هنرمند سر و کار داشته باشی؛ آدم‌های خلاق با رفتارهای گاه غیرقابل پیش‌بینی، که اغلب در مدیریت امور مالی‌شان به اندازه خلق آثارشان تبحر ندارند و ممکن است ندانسته یا دانسته به گرایش‌های مقطعی و سودهای لحظه‌ای دل خوش کنند... از صحبت‌های شما چنین بر می‌آید که باید شکیبایی، تعامل و هوشمندی بسیاری به کار برد...

جدا از همه این نکات، مردم هم هستند. مثلاً اگر کسی که هیچ‌چیز از هنر معاصر نمی‌داند و چیزی از مدرنیسم در هنر نمی‌داند، وقتی که وارد یک نمایشگاه کاملاً متفاوت یا انتزاعی می‌شود، سؤال‌های زیادی در ذهن‌اش ایجاد می‌شود... خیلی که انسان خوبی باشد، تحمل می‌کند، چیزی نمی‌گوید و سالن را ترک می‌کند... اما، خیلی‌ها اگر نمایشگاه برخلاف عادت‌ها و فهم‌شان از هنر باشد، گالری‌دار را سؤال پیچ می‌کنند و سطح سؤال‌هایشان هم از این‌که، اصلاً این‌ها چی هستند، بالاتر نمی‌رود و تحت هیچ شرایطی حاضر به کنار آمدن نیستند و این امر را مطلقاً ناممکن می‌دانند که احتمال دارد لازم باشد سواد بصری‌شان را ارتقاء دهند. می‌خواهم بگویم بسیاری از مردم عادی هنوز به قدر لازم با نقاشی جدید آشنا نشده‌اند در این میان ممکن است شما با یک پزشک هم حتی روبه‌رو بشوید که سطح شناخت او از هنر جدید را می‌توان از کیفیت تابلوهایی که در مطب یا منزلش نصب می‌کند، حدس زد. ایجاد درک بصری در مردم از هنر نوگرا، وظیفه خطیری را بردوش همه مراکز هنری، از جمله گالری‌ها قرار می‌دهد. من معتقد هستم در درجه اول باید طبقه تحصیل کرده را که به هر حال از عموم روشن‌تر هستند، آموزش داد تا با پدیده هنر به‌طور کلی و هنر نوگرا به‌طور خاص آشنا شوند. و این مسئله به نظر من خیلی هم سخت نیست، چون مردم خیلی سریع مدرنیسم را وارد زندگی‌شان

سال‌های بسیاری طی شده و تجربیات زیادی انباشت شده

که هم اینک مردم کم‌کم می‌فهمند و باور می‌کنند

که نقاشی معاصر در شادتر بودن‌شان، در ارتقای فهم‌شان

حتی در درست‌غمگین بودن‌شان؛

چه قدر می‌تواند به آن‌ها کمک کند.

دانستن و درک این ظرایف و نکات پیچیده نیز از وظایف گالری‌داری

است. گالری‌دار اگر گالری‌دار باشد می‌داند هنر

اولین، مهمترین و جدی‌ترین تأثیر در نشان دادن سطح شعور، فرهنگ و

سلیقه یک جامعه را منعکس می‌سازد



می‌کند. مثلاً دیده شده که بهترین آثار مدرنیسم، مثلاً صندلی با طراحی «لوکوربوزیه» در منزل بعضی‌ها هست؛ اما آثار بهترین نقاشان نوگرای ایرانی مقارن دهه ۶۰ میلادی را به سختی می‌توان در خانه مثلاً ۵۰ تا ایرانی پیدا کرد. بنابراین مردم، مدرنیسم را در گام نخست در معماری، مبلمان، دکوراسیون و حتی پوشاک خود زودتر از مدرنیسم در نقاشی پذیرفته‌اند، چون معماری یک هنر کاربردی است. مردم در خرید مبلمان به تدریج فهمیده‌اند که به جای این‌که مبلمان طلائی ایتالیایی بخرند، بهتر است مبلمان مدرن با طراحی روز دنیا بخرند. زیرا که، هیچ‌وقت هنر نوگرا (منظورم هنر بعد از امپرسیونیست تا پرفورمنس است) هیچ‌گاه این هنر، در میان ما از نیم قرن پیش به این‌سو به مثابه سرمایه نبوده است، سرمایه بیشتر به سمت فرش، صنایع دستی و سینما متمایل می‌شده است، ولی هنر تجسمی مدرن سرمایه نبوده؛ ولی امروز این یک سرمایه است و برای شکل‌گیری این شرایط باید به افرادی که سرمایه لازم برای خرید اثر هنری دارند، این آگاهی منتقل شود که در جای خوبی سرمایه‌گذاری می‌کنند که جای پشیمانی ندارد و همواره بهره‌مندی و سود اقتصادی هم در پی دارد. این همه فروشگاه در این زمینه، سطح انتخاب و سلیقه مردم را ارتقاء داده است. این مسئله درباره هنرهای تجسمی هم باید اتفاق بیفتد تا مردم عادی با این قضیه آشنا بشوند و یک تحول بصری در بین مردم رواج پیدا کند و سلیقه بصری مردم بالاتر برود. در این صورت، بعد از مدتی مردم عادت می‌کنند که جست‌وجو کنند تا بفهمند که فلان هنرمند چه چیزی در ذهن‌اش بوده و روش بیان او چرا این‌گونه است...

اگر یک آرتیست به شما مراجعه کند و کارش بی‌نظیر باشد اما بیوگرافی قابل ملاحظه‌ای نداشته باشد، انتخابش می‌کنید؟

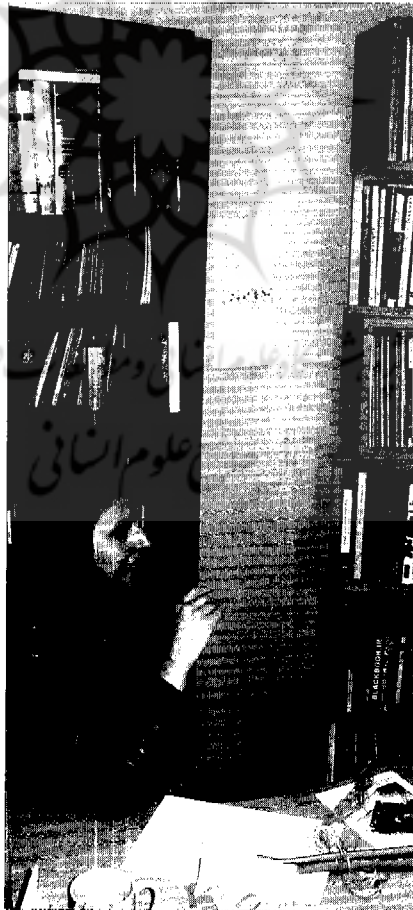
شاید انتخابش کنم که برای منزل خودم یک کار از او داشته باشم، یا شاید بتوانم چندتا کار از او بخرم، ولی به عنوان «هنرمند گالری خاک» با چنین موردی کار کردن خیلی سخت است...

یعنی اهمیت بیوگرافی هنرمند در چرخه هنر، بازار یا اقتصاد هنر این‌قدر مهم است؟

اتفاقاً این دعوایی است که ما با همه داریم. یعنی همه هنرمندان جوان یا هنرمندانی که Market

ندارند فکر می‌کنند گالری‌دار اولین انتخابش به بازار آن هنرمند مربوط می‌شود. در صورتی که این‌طور نیست و مسئله به آن تعریفی برمی‌گردد که هنرمند از خودش به محیط‌اش و جامعه‌اش منتقل می‌کند. از نظر من بیوگرافی به چنین چیزی مربوط می‌شود. به تعریفی که هنرمند از سوانقش، از نوع معاشرتش و روابطش با دیگران ارایه می‌کند... یک هنرمند می‌تواند بهترین هنرمند باشد ولی تا آخر عمر ناشناخته بماند و این به دلیل کوتاهی خود او نسبت به خودش هست. بگذارید صریح‌تر بگویم، آرتیست باید یاد گرفته باشد که برای خودش خرج کند، منظورم پول نیست، نه، باید بتواند یاد بگیرد با گالری‌دار، با محیط فرهنگی با جامعه چه‌گونه و با چه کیفیتی ارتباط برقرار کند. آرتیستی که این نکات را نداند، اگر گالری‌دار هر چه‌قدر هم انرژی صرف کند، از او هنرمند بیرون نمی‌آید. هنرمند باید Out Living قوی داشته باشد.

این گفته را قبول دارید که هنرمند بدشانس یا خوش‌شانس نداریم... هنرمند یا «برنده» است یا «بازنده»؟



متأسفانه یا خوشبختانه، بله. ببینید، استعداد و قابلیت‌های فردی دو مورد کاملاً متفاوت هستند که در عمل مثل دو روی یک سکه‌اند. یا این‌همه، در مرحله اول اثر هنری است که حرف خودش را می‌زند. در مرحله دوم، طرز نشان دادن اثر، آداب ارایه کردن اثر و طرز معرفی خودش به عنوان یک شخصیت بارز، مطرح می‌شود. هنرمندی که از پس این مقدمات برنیاید، بازنده است. این طبیعت قرن بیست و یکم است. یعنی، دنیای امروز گوش‌اش بدهکار ناله‌های یک هنرمند احساساتی با استعدادی که ارزش‌های واقعی (نه توهمات ذهنی) خودش را نمی‌تواند به درستی محاسبه کند، نیست. چون امروزه، یک هنرمند می‌تواند در یک اتاق ۱۲ متری یک گالری جهانی با یک وب‌سایت داشته باشد و خیلی راحت نظر هزاران نفر را درباره آثارش به دست‌آورد.

در انتخاب یک هنرمند، شما به عنوان یک گالری‌دار کدام وجه برای‌تان مهم‌تر است: اثر یا شخصیت آرتیست؟

اگر اثرش این پتانسیل را داشته باشد که جا بیفتد و خودش هم یک استعداد نو و جوان باشد و خاک نخستین سکوی پرش او باشد، من به احتمال زیاد روی چنین موردی ریسک می‌کنم، ولی اگر همه‌جا را طی کرده باشد و بخواهد خاک را هم مورد آزمایش قرار دهد، جواب من منفی است. من سؤال بسیار واضح و روشنی در این‌جور مقولات دارم: چه‌طور می‌شود از کسی خوش‌تان نیاید، ولی اثر او را خریداری کنی؟ یا طور دیگری مطرح می‌کنم: چه‌طور می‌شود نتوانی با کسی ارتباط برقرار کنی، ولی اثرش را مطرح کنی و موجب فروش آن شوی؟

از گفت‌وگو با شما بسیار سپاسگزارم

من هم همین‌طور، اما نمی‌توانم از بیان این نکات پرهیز کنم و قدرشناسی‌ام را بیان نکنم، این‌که اصلاً یادم نمی‌رود و منکرش نیستم که پیشکسوت‌های من چه زحماتی کشیده‌اند تا امروز من به یک ایده‌آلیسم در حرفه‌ام برسم. من هم وظیفه دارم راهی را طی کنم تا آیندگان به ایده‌آل‌های زیباتری دست پیدا کنند. نکته بعد آن است که باید از مجموعه‌دارهایی که برای خرید از آرتیست با من هماهنگی می‌کنند، یا از آرتیست‌هایی که از خریدار می‌خواهند که با مشاوره و حضور من اقدام به خرید اثر بکنند، بی‌نهایت سپاسگزاری می‌کنم. □