

یکی از معضلات هنرهای تجسمی ما ونحوه آرایه آن، در رابطه تعریف نشده و سامان نیافتة هنرمندان و نگارخانه داران نهفته است. امروز در فضای فرهنگی ما هر مکان می تواند نگارخانه و هر کس، نگارخانه دار باشد؛ درست به همان شکل که هر کس می تواند هنرمند تصور شود. طنز قضیه هم این جاست که همین نگارخانه دار که در پاره‌یی موارد در صلاحیت خود او برای انجام این کار فرهنگی شک هست، یکی دو وردست دیگر را به رتق و فتق امور می‌گمارد و خودش به کسب و کاری لابد مهم تر و نان و آب دار تر می‌پردازد. در این میان هنرمندی که ناگزیر برای نمایش آثار خود جلوی دکان گالری صاف می‌کشد و نوبت می‌گیرد نیز آب به آسیاب این بی‌سامانی می‌ریزد و خودش را در یک معضل فرهنگی سهیم می‌کند. البته انصاف باید داد که شکستن همه کاسه کوزه‌ها بر سر نگارخانه دار روا نیست و تولید کنندگان «چیز» هایی که در نگارخانه‌ها نمایش داده می‌شود هم بی‌تقصیر نیستند. از آن جا که گفته‌اند فرض محال، محال نیست، فرض کنیم که روزی یکی از نگارخانه داران ما به این فکر بیفتد که در اجرای نخستین وظیفه و تعهد فرهنگی خود، فقط آثار ارزنده تجسمی را ارائه کند، آیا در این صورت خواهد توانست در سال بیش از یکی دو نمایشگاه از آثاری که بتوان اسم هنر را بر آن گذاشت و به آن دل بست برگزار کند؟ در بی‌ینال‌ها و نمایشگاه‌های بزرگتر که با آن همه کبابیا و دنگ و فنگ و دبیر و داور و جایزه‌پخش کن برگزار می‌شود چه چیز تازه و مهارت چشم‌گیری می‌بینیم که به استناد آن از گالری دار انتظار معجزه داشته باشیم؟ باز هم جای شکرش باقی است که فضاهای نیمه و جیبی گالری‌ها امکان آرایه بسیاری از آثار محیرالعقول و بوالعجب را نمی‌دهد.

یکی دیگر از ارکان این معضل فرهنگی، خریدار آثار هنری است. تا زمانی که خرید آثار هنری بر مبنای چشم‌هم‌چشمی و برای سرپوش نهادن بر فرهنگی نداشتنه باشد، نگارخانه دار هم به فکر نمایش کارهای درشت‌ترها و صاحب‌نام‌ترها و جذب مشتریان امضاخر و حاضری خور خواهد بود. هیچ نگارخانه‌داری نقاشان با اسم و رسم را نمی‌گذارد تا وقت خود را به جوان‌ترها و اغلب با استعدادترها بدهد؛ اگر هم مجالی به آن‌ها داده شود برای وقت پر کردن و به‌شویوه و یزیت بین بیماران در مطب پزشکان خواهد بود. بدین سان جوان‌ترها و گمنام‌ترها همچنان در صف انتظار می‌کشند و این چرخه بدخیم همچنان ادامه می‌یابد. ظاهراً هر سه گروه از دست هم شکوه دارند، اما واقعیت آن است که تا زمانی که وضع تولید هنر و آرایه و خرید آن به این شکل باشد، در بر همین پاشنه خواهد گشت و انتظار دیگری نمی‌نوان داشت. اگر باز به تریج قبای کسی بر نخورد، باید گفت که «همه به هم می‌آیند»: آن هنر، این نگارخانه و این نگارخانه، آن خریدار و آن امضاخر، آن نقاش سری دوز تولیدکننده امضا را می‌طلبد و این بنا، به بهانه آن که خشت اول آن کج نهاده شده است همین‌طور کجگی تا ثریا خواهد رفت.

افسانه آخوندی با تلاش بسیار کوشیده است که باگفت‌وگو با هنرمندان و نگارخانه داران برخی از ابعاد این معضل چندوجهی را روشن کند. آن چه در زیر می‌آید حاصل همین گفت‌وگو است و چنان که در مواردی از این دست، رسم گلستانه است بی‌هیچ کم‌وکاست و تصحیح و حتی بدون دست بردن در رسم الخط چاپ می‌شود تا گویای جهات دیگر هم باشد. قطعاً خوانندگان این گزارش به کلمات نانوشته میان خطوط آن نیز توجه خواهند کرد.

رتال جامع علوم انسانی

مفاهیم تعریف نشده نگارخانه و هنر

افسانه آخوندی

واژه نگارخانه دربردارنده مفاهیمی چون نقش خانه و نقاش خانه است. شاید در واقعیت، فعالیت گالری‌های هنری شهر تهران بیشتر متمرکز بر نمایش آثار نقاشی باشد. اما در حقیقت این واژه مفهوم مناسبی را برای عرضه آثار سایر رشته‌های هنری و نیز فعالیت‌های میان رشته‌یی به ذهن متبادر نمی‌سازد؛ درست همانند خود فضای فیزیکی گالری‌ها!

کارهای حجمی، عکاسی، طراحی اینستالیشن^۱، مالتی‌مدیا^۲ و... در چه فضایی نمایش داده می‌شوند؟ گالری‌دار کیست؟ کارها توسط چه کسانی سنجیده و عرضه می‌شوند؟ رابطه‌ها و سلیقه‌ها چگونه در گالری‌های شهر نقش تعیین‌کننده‌یی به خود می‌گیرند؟ آن‌که خلاق بی‌جهت است و گرایش به این گونه روابط ندارد، چگونه به فعالیت اجتماعی خویش بپردازد؟

برای این منظور با هنرمندان در گرایش‌های متفاوت هنری از سویی و از سوی دیگر با گالری‌دارها؛ با طرح پرسشی کلی به گفت‌وگو نشستیم تا به پاسخ‌هایی دست بیابیم در جهت بهبود اوضاع! در میان گفته‌های آن‌ها هم جنبه‌های انتقادی - پیشنهادی یافت می‌شود و هم مسأله مشترکی به نام اقتصاد هنر.

هرچند هنگامی که پرسش‌گر در پی پاسخ این پرسش بود، می‌دانست که حرکتی است از معلوم به معلوم! اما آن‌چه اهمیت دارد ثبت کاستی‌هاست و رساندن به گوش سیستمی که باید!

می‌دانست که موضوع همچون مار اوربوروس^۳ (ماری که دمش را گاز می‌گیرد) در دایره‌یی بسته اتفاق می‌افتد. کنایت از هنر و فرهنگی است که با چرخه اقتصاد و حامیان اقتصادی نیروی حیاتش را جان می‌دهد و تازه می‌کند.

دکتر بهنام جلالی (نقاش)

یک گالری خوب در واقع خط‌مشی مشخصی دارد. می‌داند که از چه هنرمندانی می‌بایست استقبال کند و آثاری که نمایش می‌دهد چگونه است. خود گالری‌دار می‌داند چه سبکی را در چه مقطع زمانی انتخاب کند و به نمایش بگذارد. اگر بخواهم در مورد کشور فرانسه (جایی که در آن تحصیل کردم) صحبت کنم، به‌ویژه در پاریس چند نوع نمایشگاه وجود دارد.

این‌ها دارای صنف و سندیکا هستند که شامل قوانین منسجم و انجمن گالری‌داران می‌باشند. این انجمن شرح وظایف خود را بر طبق نظر خود گالریست مشخص می‌کند. گالریست یعنی کسی که مسئول گالری، تقسیم‌بندی و توزیع آثار در تمام نقاط شهر می‌باشد تا مردم بتوانند آثار معاصر و گذشته را بازدید کنند.

آن‌ها برنامه مشخصی دارند که برطبق آن پیش می‌روند. یعنی آثار گذشته یا معاصر را معرفی می‌کنند؛ یک‌سری کارهای جوانان را به صورت نمایشگاه گروهی نمایش می‌دهند و بعضی دیگر به معرفی آثار هنرمند بر طبق کروئولوژیک (به ترتیب زمانی یا تکاملی که هنرمند داشته) می‌پردازند و هماهنگی لازم برای نوع و تیپ کارهایی که می‌خواهند نمایش دهند را انجام می‌دهند. این گالری‌ها هنرمند را ضمن حمایت مالی و معنوی، به جامعه معرفی می‌کنند^۴ یعنی کارشان حالت پژوهش و جست‌وجو دارد مثلاً با انجمن هنرمندان یا دانشگاه‌ها در تماس هستند. کارهایشان را بررسی می‌کنند از امکانات گالری، مانند؛ چاپ پوستر، بروشور و کتاب برای معرفی هنرمند استفاده می‌کنند. بعد در انجمن او را مطرح و بررسی می‌کنند که آیا این هنرمند برای فرهنگ معاصر، سنن و تمدن ما مفید است یا خیر؟ پس این یک نوع سرمایه‌گذاری در ارتباط با اقتصاد هنر است. بعد هنرمند را به نهادهای حامی پیشنهاد می‌کنند و نمایشگاه بزرگتری از هنرمند مذکور ترتیب می‌دهند. مورخان و منتقدان کار آن‌ها را از لحاظ زیبایی‌شناسی نقد و بررسی می‌کنند سپس این هنرمند مورد قبول واقع می‌شود و نام‌اش در تاریخ هنر ثبت می‌شود. در واقع گالری‌دار عامل پیشرفت و پیشبرد بخشی از فرهنگ جامعه می‌شود.

بخش دیگر فضای فیزیکی گالری است. این فضا بایست به اندازه و تعداد اثر و نیز با بخش طراحی یا نقاشی در ارتباط باشد. به این نکته می‌بایست توجه شود که فضایی که اثر هنری اشغال می‌کند چقدر می‌تواند در رابطه با خود اثر باشد. در ایران گالری‌دارها و دستیارانشان با ابزارهایی چون زنجیر، گازانبیر و میخ در عرض چند ساعت آثار را به دیوار گالری نصب می‌کنند. در صورتی که آویز کردن تابلو به دیوار گالری^۵ خودش تخصص لازم را می‌طلبد تا هنرمند فضا را در نظر بگیرد و با

همکاری گالری‌دار ببیند با چه ترکیب و سیستمی کارها در این گالری می‌بایست چیده شود. با سیستم رنگ، سیستم هارمونی تابلو، سیستم کروئولوژیک، به ترتیب زمانی آثار چیده شوند یا به ترتیبی که فرم در تابلو تکامل یافته، و یا به ترتیب موضوعی در این زمان گالری‌دار و هنرمند هر دو می‌بایست در تمامی جزئیات آثار همکاری کنند. هنرمند با همان قوه خلاقه‌یی که خلق می‌کند می‌بایست در فضا سازی نمایش آثارش تأمل کند. مثلاً در موزه هنرهای معاصر این دقت و تأمل در چیدن آثار انجام می‌شود که خود تجربه خوبی است.

مسأله دیگر آن است که گالری الزامی ندارد تعداد زیادی تابلو را در خود جای دهد. شاید نیاز باشد که در یک گالری تنها سه کار ارائه شود. بدین‌سان تابلو در فضا زندگی می‌کند، نفس می‌کشد. یعنی تابلو فرصت تأمل به بیننده می‌دهد. اما در ایران امروزه گالری‌دارها در فکر اضافه کردن دیوار هستند. تجمع کارها و نهادن آن‌ها در فواصل کم و نزدیک به هم، فرصت دیدن و فکر کردن به اثر هنری را از بیننده می‌گیرد.

مسأله دیگر، نور گالری‌هاست که اصلاً مورد محاسبه قرار نمی‌گیرد. در این صورت بهتر است با یک متخصص نور کارکرد و از تجربیات آن‌ها استفاده کرد. یک گالری‌دار خوب تأکیدش بر بخش پژوهش هنری نیز هست. معرفی هنرمند توسط بروشور، کتاب، ارتباط با منتقد و نیز موزه‌های هنر از مهم‌ترین بخش‌های این مجموعه است.

در آخر بایست بگویم در ایران امکان این‌که گالری‌داران با هنرمندان معاصر مواجه شوند وجود ندارد یک گالری‌دار می‌بایست به هنرهای معاصر اهمیت زیادی بدهد. ما در حد استاندارد جهانی نیستیم. گالری‌دارهای تهران در واقع تفکر کلاسیک از هنر دارند و در کشورهای دیگر فضاهای معماری‌شان را برای ایجاد فضاهای نوین تغییر می‌دهند؛ از شهرداری‌ها، خیابان‌ها، و حتی در باچه‌ها برای هنر محیطی استفاده می‌کنند. تفکر کلاسیک گالری‌دارها و شرایط فیزیکی گالری‌ها در کشوری مانند ایران که دارای نسل جوان خلاق و صاحب اندیشه است جنبه کاربردی ندارد و بایستی در فکر تغییرات بنیادین گالری باشند.

بابک اطمینانی (نقاش)

واقعیت این است که ما یک گالری هنری خوب در

ایران نداریم. گالری چند وجه دارد: محل، رابطه، مجرا. منظور من از محل مکانی است که بتوان در آن کار هنری گذاشت و در عین حال می‌بایست فضا و معماری مناسبی داشته باشد. اگر این محل سیستم درستی داشته باشد رابطه میان مردم (مخاطب) و هنرمند می‌شود.

یک مجراست: به‌خاطر این‌که گالری وقتی تمرکزش در زمینه‌ی خاصی باشد هویت پیدا می‌کند. در این پیدا کردن هویت می‌تواند با هنرمندان خاص همکاری کند.

در بسیاری از کشورهای پیشرفته که تجارت هنر به‌عنوان یک مقوله جا افتاده در آن جامعه، عمل می‌کند. لیست هنرمندانی که با گالری‌ها فعالیت می‌کنند لیست محدودی است و اگر کسی بخواهد وارد این سیستم شود باید این شخص کار و خودش را از لحاظ کیفیت به آن حد مطلوب برساند. در این صورت گالری، سبک خاصی را در اختیار خریدار قرار می‌دهد و به این ترتیب کارش را انجام می‌دهد. در ایران این را نداریم می‌بینیم که گالری‌های معروف‌مان همه جور چیز را نشان می‌دهند و معلوم نیست هویت این گالری چیست؟ کار سطح پایین و بالا را یک جا به‌نمایش می‌گذارند. اصلاً ذهنیت حرفه‌ی‌گری در ایران وجود ندارد. در این‌جا سرمایه‌داران فهم‌شان در این قضیه شکل نگرفته است. با این‌که تعداد ثروتمندان در جامعه زیاد است اما حامی هنر، مفهومی ندارد. ثروتمند بودن فقط یک حساب بانکی نیست، فرهنگ هم هست. باید پول بتواند به زایش ایده‌های جدید، فرهنگ و هنر کمک کند. این هم مشکل هنرمند است و هم مشکل گالری‌دار.

محمدعلی شاکری‌راد (نقاش)

اکثر گالری‌دارها معتقدند که ذهنیت بینندگان را می‌خواهند ارتقاء دهند ولی گاهی می‌بینیم این ارتقاء در حد صفر است. باید ببینیم که اول مخاطبان چه کسانی هستند؟ و چگونه ارتقای می‌خواهیم به آن‌ها بدهیم؟ مخاطبان در اجتماع ما یک دست نیستند.

پس با کدام آن‌ها می‌بایست ارتباط برقرار کنیم؟ یک دست نبودن جنبه‌های متفاوتی دارد. گاهی حالت‌های سلیقه‌ی‌داری دارد گاه جنبه‌های مطالعاتی و گاه ویژگی‌های انتظاری خود بیننده را دارد مضافاً

به‌این‌که فرهنگ یک‌دست هنری نزد هنرمندان و دست‌اندرکاران آن نیست.

فرض کنیم یک گالری بخواهد هنر را ارتقاء دهد، اما این کار یک نفره نیست. حتی در انتخاب تک‌تک مراجعه‌کنندگان به گالری‌ها، سلیقه‌ها و ارتباط گالری‌دار مطرح می‌شود. در نتیجه فعالیت‌ها به‌نوعی دگماتیسم خاص محدود می‌شود. برای بررسی این حرکت باید بگویم که اصلاً نقادی هنری در ایران جایی ندارد ما تنها یکی دو منتقد قابل ذهنیت داریم بقیه در سطح محدودی اظهار نظر می‌کنند. چون نقد نداریم یک پای گالری می‌لنگد.

بعد دیگر، قضیه اطلاع‌رسانی گالری‌هاست که بسیار ضعیف رفتار می‌کنند. یک گالری می‌بایست واجد تیم بزرگی باشد. تا هر زمان خط مشی‌شان را اصلاح و بررسی کند یک نفر باید سرمایه‌گذار باشد و تنها به سود و زیان خویش فکر کند. ولی بقیه را باید به یک عده خاصی بسپرد. مثلاً یک تیم اطلاع‌رسانی و تبلیغات را عهده‌دار باشد و یک تیم کارها را انتخاب کند. اگر گالری بخواهد هنری را عرضه کند انعکاس‌اش کجاست؟ مضاف بر این‌که ما با واحدی به‌نام تلویزیون در تماس هستیم. این واحد نه نقد روز دارد و نه آگاهی به این مسأله، فقط دنبال آثار کلاسیک تا رئالیست می‌رود، چرا؟ چون قرار است تلویزیون از پنجاه سال به‌این‌طرف جلو نیاید.

دیگر در عصر حاضر گالری‌داری یک جنبه انفرادی نیست. اکنون گالری‌دارها به سلیقه خودشان از هنرمند دعوت می‌کنند! حتی موزه هنرهای معاصر هم همین‌طور شده هر زمان که موزه تولیتی پیدا می‌کند یک عده از هنرمندان قدرت می‌یابند.

مسأله مهم دیگر پایداری گالری‌هاست. لازم

است که تیم خاصی را با استقامت دنبال کنند. اگر آن تیم آونگارد است مشخص باشد و سبک خاص و حرکت خاص خودش را دنبال کند. در هر زمانی که فرصت می‌شود سمینار بگذارد بحث راجع به سبک و موضوع کار کند و این نکته که چه حرکتی در جامعه داشته و چه جایگاهی در جهان خواهد داشت بررسی کند. در انتها حضور برخی گالری‌دارهای خارج از ایران شاید راه‌گشای مشکلات گالری‌دارهای ایران بوده باشد که در سطح وسیعی بتوانیم بهره‌گیری کنیم.

مسعود رضوی (معمار)

می‌خواهم نوعی دیگر با این سؤال برخورد کنم! می‌خواهم بیرسم گالری چیست؟ چه مراکز هنری در ایران داریم و به چه ترتیب؟ و معلوم نیست میزان عرضه محصولات چقدر است؟ از دیدگاه من یک گالری هنری جایی است که محصولات هنری را عرضه می‌کند. حال این محصولات هنری چه هستند، چگونه و به چه میزان ارائه می‌شوند؟ به‌دست چه قشری می‌رسند؟ این مراکز هنری در چه گستره‌ی فعالیت می‌کنند؟ تا چه حد پراکنش دارند؟ از لحاظ کالبدی چگونه ارتباطی بایکدیگر دارند؟

اکثر آن‌ها جایی مثل منازل مسکونی حدود صد متری است که تنها ده تا بیست اثر را در خود جای می‌دهند. از نظر نوع ارتباط با محصولات هنری گالری خوب در سطح تهران خیلی کم است و در شهرستان تعداد بسیار کمتری وجود دارد، تنها چند مرکز دولتی فعالیت می‌کند. فرض کنید بخواهید در شهرستان جشنواردهایی براه بیندازید، اصلاً امکانی در این زمینه وجود ندارد.

در واقع این مشکل خاص کشوری است که دارای چنین پیشینه تاریخی و فرهنگی است و جایی برای عرضه محصولات فرهنگی نداشته باشد.

آیا جایی برای ارائه کارهای نو داریم؟ متأسفانه ما در ایران تفاوتی میان موزه و گالری قائل نمی‌شویم! در حالی که موزه به منظور ارائه محصولات خاصی می‌باشد. به این ترتیب میان موزه و گالری باید تفاوت عمده‌ی قائل شد. داخل گالری باید از نظر فرم دارای پتانسیلی باشد که همه نوع اثر هنری در آن ارائه شود. آیا یک چنین قابلیت انعطافی در این‌جا سراغ داریم؟

پروین هانی‌طباطبائی (نقاش)

در آغاز باید ببینیم هدف هنرمند از نمایش آثارش چیست؟ و از طرف دیگر یک گالری‌دار چه بشتوانه‌ی برای گالری و هنرمند دارد؟ قدم‌هایی که برای هنرمند برمی‌دارد، چیست؟ گالری‌دار از کجا تأیید شده و چه تخصص و بشتوانه‌ی برای اداره گالری دارد؟ گالری‌دار می‌بایست هنرمند را در جریان برنامه‌ریزی و قانونمندی گالری‌اش قرار دهد

تا هنرمند بداند که معرفی شدنش در این نمایشگاه چگونه است؟ بهتر است تبلیغات (پروشور، پوستر و کارت) به عهده گالری دار باشد اما این پشتوانه در جامعه ما معنایی ندارد.

از طرف دیگر اگر گالری مدام نمایشگاه نداشته باشد جوازش لغو می شود پس جنبه کیفی گالری ها به این ترتیب رکود می کند.

فرید مرشدزاده (نقاش)

یک نقاش از یک سو به خلق اثر هنری خویش می پردازد از سوی دیگر نیاز به ارتزاق دارد. نقش گالری دار این جنبه ارتزاق است. یک گالری دار، دلال اثر هنری نیست اما به عنوان کسی مطرح می شود که برای هنرمند نقش مدیر را ایفا می کند تا هنرمند دغدغه و مشکلی نداشته باشد. یک گالری خوب باید از نظام متشکلی برخوردار باشد واجد یک خبره اثر هنری باشد. این خبره می بایست هنر و هنرمندشناس باشد و درک کافی از این قضیه داشته باشد. بداند که چه کسی هنرمند است و چه کسی هنرش در جامعه برد دارد. ماحود هشتاد گالری هنری در تهران داریم.

از این میان چند نفر مسئول هستند؟ چند نفر تفاوت میان اثر خوب و بد را می دانند؟ باید رابطه نزدیکی میان گالری دار و هنرمند برقرار شود.

گالری دارها باید تعدادی هنرمند را دست چین کنند و به این گروه امکانات بدهند در این صورت هنرمند تنها با همان گالری می بایست فعالیت کند بعد گالری دار باید از آثار هنرمندان دست چین شده یک اثر را خریداری کند و در هر فصلی یا سالانه یک نمایشگاه دائمی انتخابی از آثاری که به نمایش درآمده برگزار کند^۷ تقریباً همان کاری که گالری طراحان آزاد با به امانت نگه داشتن بعضی از کارهای هنرمندان جوان انجام می دهد و یا ابتکاری که گالری اثر به کاربرد. این گالری با چاپ یک کتاب از آثار هنرمندانی که قصدش معرفی آنها بود به نوعی، چنین حرکتی را انجام داده بود.

علیرضا ایرانی نژاد (عکاس)

گالری ها از یک مشکل اساسی رنج می برند و آن مشکل فرهنگی تاریخی است. در مملکت ما هر پدیده یی پیش از آن که فرهنگش درست جایگزین شود آن پدیده همگانی می شود مثل

موبایل، اتومبیل و... فکر می کنم پیش از آن که فرهنگ گالری در بین مردم ما جا بیفتد این اتفاق افتاد.

البته این انتقادهایی که من بر گالری ها می خواهم وارد کنم چیزی نیست که سریع اصلاح شود چرا که ریشه دار است و نسلی می بایست بگذرد و آکادمی ها را بگذرانند بعد بتواند با آن مبارزه کند.

متأسفانه اکثر افرادی که در این گالری ها فعالیت می کنند به حساب یک دلال کار می کنند برنامه ریزی ها و سیاست گذاری هایی که روی این قضیه انجام می دهند با معیارهای اقتصادی است. هیچ ضرری برای خودشان ندارد طبعاً برایشان سودآور هم هست ولی برای هنرمندان ضرر وحشتناکی دارد.

مشکل دیگر معماری گالری هاست. اکثر گالری ها از نظر ارتفاع، سقف، رنگ، خود دیوار، سیستم نورپردازی، تهویه، سیستم صوتی و... بر پایه اصول بزن و درروئی است.

از سوی دیگر گالری دارها به صرف این که گالری دار هستند خودشان را مرجع تصمیم گیری و بر مسند قضاوت می بینند به خودشان اجازه می دهند در آن واحد به فاصله دو تا پنج دقیقه روی کار یک عکاس، یک نقاش و یک مجسمه ساز اظهار نظر کنند. معلوم نیست این کارها را از چه فیلتر و سیستمی بررسی می کنند؟

گاهی کار بعضی را رد می کنند و کار بعضی دیگر که به مراتب ضعیف تر هستند و با تجربه کاری کمتری هستند قبول می کنند. پس معلوم می شود که در پس این قضاوت ها جنبه های دیگری نیز در کار است.

شما اگر دانشجو یا مستقل باشید کارتان مورد قضاوت قرار می گیرد و گاهی رد می شود، ولی اگر آن را توسط استادی نشان دهید نیاز به قضاوت نیست، با منت بر دیوار نصب می شود. متأسفانه استادهای دانشگاه های هنری مان مادام العمر استاد می مانند و مادام العمر مدعی!

نخواستیم محاسن بعضی از گالری های خوب را بگویم چرا که حسن و خوبی ماندگار است و نیازی به برطرف شدن ندارد.

لیلی گلستان (گالری دار)

مدیر یک گالری هنری می بایست کسی باشد که از

هنر و فرهنگ به حد کفایت برخوردار باشد اگر کسی در مورد هنر و فرهنگ چیزی نداند نمی تواند پاسخگوی تماشاگر باشد که متأسفانه اکثر گالری دارهای ما این چنین هستند. تماشاگر را نبایست دست کم گرفت. باید کارهایی را عرضه کنیم که از اعتبار هنری کافی برخوردار باشند، اصالت داشته باشند و هر چیزی را به اسم هنر به خورد مردم ندهیم چرا که مردم به خوبی می توانند ما را مورد قضاوت خویش قرار دهند. یکی از مهم ترین هدف های یک گالری دار خوب این است که دنبال پیدا کردن هنرمندان جوان با استعداد باشد. من شانزده سال است که این کار را انجام می دهم اگر در سال ۲۰ نمایشگاه می گذارم حتماً نیمی از آن مختص هنرمندان با استعداد جوانی است که رفته ام پدیدایشان کرده ام و پی گیر کارشان شده ام.

به این کفایت نکنیم که آثار هنرمندان معروف را نمایش دهیم. نقاشان معروف راه خودشان را می روند. پس ما باید نقاشان دیگر را حمایت کنیم و معروف کنیم. مسأله مهم دیگر آن است که بین گالری دار بودن و تاجر هنری بودن تفاوت قائل شویم برای این که قبل از هر چیزی مردم می آیند تماشا کنند نه این که بخرند ما قبل از هر چیزی باید کار را به تماشاگر تفهیم کنیم اگر در صورت غیبت هنرمند بیننده سؤالی داشت برایش توضیح دهیم، آموزش دهیم. من گالری دار باید آن قدر فرهنگام بالا باشد که بتوانم جوابگوی تماشاگری باشم که علاقمند است ولی نمی داند.

مسأله دیگر مسأله تسهیلات قائل شدن برای خرید یک اثر هنری است باید مردم با اثر هنری آشنا شوند، اثر هنری به قیمت گران گذاشته نشود، این کارها به هر گالری داری اعتبار می دهد. باید رفتار گالری دار طوری باشد که مردم فکر نکنند به مغازه رفته اند بدانند که وارد مکان فرهنگی و هنری شده اند. وقتی اعتماد مردم جلب شود خودش اعتبار مثبتی برای یک گالری دار می شود.

منصوره حسینی (گالری دار)

گالری مکانی است که دیوار محیط آن برای نشان دادن، عرضه و فهماندن تابلو به کار گرفته می شود. در این جا آیا واقعاً جایی برای معرفی و عرضه تابلو وجود دارد؟ آیا هر گالری داری این توان را دارد که اثر هنری را تشخیص بدهد بفهمد بعد عرضه کند.

یک چیزی به نام ۸۰ تا ۸۵ نگارخانه در تهران وجود دارد! خودش کسب و کار است بهتر از بیکاری است فال است و تماشا! ولی ۶۰ میلیون جمعیت که ۷۰ میلیون هنرمند نمی‌خواهد. اصالت کدام گالری بیشتر است؟ اصالت گالری داری یعنی چه؟ در چه صورت نقاش و گالری‌دار راضی هستند؟ این‌ها به آسانی به دست نمی‌آیند به دلیل این‌که فضای مان فضای رضایت‌آوری نیست! به دلیل زیرورو شدن ذهنیت‌ها، پولدار شدن نوکسبه‌ها و...

خرید تابلو دو چیز نیاز دارد یکی جیب و یکی ذهن! به اعتقاد من تعداد هنرشناس به آن معنی خاصی که مورد نظر است چند نفر انگشت‌شمارند. مثلاً در داوری بی‌بنال‌ها سلیقه‌ها شخصی است. اگر داوری، نقاشی فیگوراتیو می‌کند به نقاشی‌های فیگوراتیو رای می‌دهد. یا اگر آبسترکتیو کار می‌کند به تابلوهای معادل آن رای می‌دهد.

یعنی اسیر زاویه دید و درک خودشان هستند در حالی‌که منتقد خارج از خودش سعی می‌کند آرتیست را بفهمد نه این‌که سلیقه خودش را به کار برد. من اگر کارها را داوری نکنم به دیوار نمی‌زنم. متأسفانه در این‌جا کمیت بر کیفیت می‌چربد می‌گویند: «۴۰۰۰ نقاش در بی‌بنال شرکت کردند که ۲۰۰ نفر از آن‌ها پذیرفته شده‌اند.» این‌جا سخن از کمیت است راجع به کیفیت سکوت است. مهم نیست یک گالری چه کارهایی را در یک سال نمایش داده است تنها مهم آن است که ۷۰ نمایشگاه گذاشته است.

یک نصیحت هم به همکاران ارجمندم دارم گاهی کارها را انتخاب کنید اگر در اثری هنر ندیدید آن کار را انتخاب نکنید.

رزینا شرف‌جهان (گالری‌دار)

ما در گالری‌ها استانداردهای کلی را مدنظر می‌گیریم. اما خیلی با ایده‌آل‌ها نمی‌توانیم منطبق باشیم در حالی‌که می‌بایست در جهت آن حرکت کنیم. اکنون ما مشکلات ابتدایی تری داریم که اگر در پی حل آن‌ها باشیم به دنبال آن کیفیت آثار بهتر می‌شود. برای من به‌عنوان یکی از گالری‌دارهای شهر تهران از لحاظ بخش فرهنگی مهم‌ترین مسأله آن است که در کشوری فعالیت می‌کنیم که از لحاظ ارائه نقاشی، گذاشتن نمایشگاه، فروش و... سابقه

فرهنگی زیادی نداریم. انرژی ما می‌بایست صرف آن شود که این فرهنگ را بین مردم ایجاد کنیم. مردم می‌توانند به‌عنوان وقت استراحت و فراغت که به سینما، رستوران می‌روند به گالری‌ها بیایند آثار تجسمی خوب یا متوسط ببینند بی‌هیچ هزینه‌ی بی‌هنرمند ارتباط بگیرند که شاید بخزند و یا نخزند. مهم‌ترین رسالت ما گالری‌دارها تشویق مردم به گالری رفتن و دیدن آثار هنری است. این امر در ارتقای فرهنگ بصری جامعه مؤثر است و موضوعی نیست که در کوتاه مدت جواب بدهد. هم اکنون با طیف خاصی به‌عنوان بیننده مواجه هستیم که اکثر آن‌ها فارغ‌التحصیل دانشگاه‌ها یا دانشجویان هستند که نسبت به جمعیت تهران و نیازی که در کشور وجود دارد بسیار ناچیز است.

جنبه دیگر مشکلات اقتصادی است. یک نمایشگاه خوب حداقل باید یک ماه در گالری بماند. هر چند که ممکن است فروش در شب اول اتفاق بیفتد اما این نمایشگاه حاصل یک تا دو سال کار هنرمند است. در این خصوص گله بسیاری از هنرمندان به‌جاست با توجه به تبلیغات محدود و دایره تنگ جامعه نقاشان به‌نظر می‌رسد هنر نمایشگاهی به‌مدت طولانی‌تر نیاز دارد تا افراد بیشتری را جذب خود کنند. کم‌وبیش زمان کوتاه نمایشگاه‌ها مربوط به مشکلات اقتصادی اداره نگارخانه‌هاست. من همیشه فکر می‌کنم نقاشی نسبت به سینما، ورزش و چیزهای دیگر دچار محرومیت است و آن قدر که شایسته است به آن بها داده نمی‌شود.

اگر سیستم بدانند که از طریق نقاشی یا فروش و نمایش آثار هنری در کشورهای خارجی می‌توانند درآمدی کسب کنند. شاید بتواند به جامعه نقاشان کمک‌های بیشتری کند.

اگر چرخ اقتصادی ما به حرکت بیفتد هم به حال گالری‌دارها، هم ارتقای فرهنگ بصری مردم و هم هنرمندان مفید است. این چرخ اقتصادی یک محور اصلی دارد و آن حمایت دولتی است در واقع مسئولان ماجرا باید بدانند که می‌توانند از این کار هم پول در بیاورند هم حیثیت برای فرهنگشان کسب کنند.

به‌نظر می‌آید ماجرای گالری و گالری‌دارها مربوط به مقطعی از تاریخ بوده است. (اگرچه گالری نقش عمده‌ی در پیشرفت نقاشی داشته است) مثلاً

در دوران رنسانس نقاش‌ها با یک‌سری سفارش‌دهنده مواجه بوده‌اند که یا کلیسا یا دربار فنودالیته آن دوره بوده، حتی تا اواخر قرن هجدهم این چنین بوده است. بعدها که فنودالیزم از بین می‌رود و طبقه بورژوا به‌وجود می‌آید کم‌کم شکل قضیه تغییر می‌کند. به تدریج ما شاهد اقبال بینابینی و متوسطی هستیم که دارای ذوق هنری نیز هستند. رئالیست‌ها و امپرسیونیست‌ها در زمانی کار می‌کنند که گالری‌ها تشکیل می‌یابند. در این دوره مردم عادی می‌توانستند به‌عنوان طبقه جدید با بودجه خودشان یک اثر بخرند. ماجراهایی که در تاریخ هنر اتفاق افتاد حرفه‌ی بی‌بنام گالری‌داری را به‌وجود آورد و رفت تا خط مشی برای نقاشی ایجاد کند ضمن این‌که منتقدان و کلکسیونرهایی را به‌وجود آورد. آن‌ها خریدار شدند و خوب و بد را به‌وجود آوردند. از پنجاه سال پیش در غرب، این قضیه روبه‌ضعف می‌رود. شیوه‌هایی در نقاشی به‌وجود آمده که دیگر ربطی به گالری ندارد اگرچه ما از این ماجرا عقب هستیم اما یک ذهن معاصر می‌تواند این نکته را درک کند که اگر جایگاه گالری در جامعه هنری خیلی دوام بیاورد نهایت صد سال است. دیگر دوره ارائه کار به گالری‌ها و نیز پرچم‌دار بودن گالری‌ها گذشته است و چارچوب فضاهای رسمی شکسته خواهد شد.

گفت‌وگو با ایرج زند

با طرح پرسش «ویژگی یک گالری هنری خوب چیست؟» ایرج زند گفت‌وگو را به‌سوی دیگری سوق داد. در این میان پیشنهادهایی مطرح شد که در بردارنده بحثی در خصوص مسائل هنر و حمایت فرهنگی-اقتصادی از هنر است. با در نظر گرفتن این نکته که پرداختن به تک‌تک آن‌ها از حیطه این بحث خارج است؛ گفت‌وگو به مسیری حرکت کرد که فضای هنری جامعه امروزمان در طلب آن است؛ با انعکاس آن، این بحث را خاتمه می‌دهیم.

با در نظر گرفتن آثاری که سال گذشته در موزه هنرهای معاصر و چند گالری دیگر، در جهت ارائه حرکت‌های نو نمایش داده شد، آیا گالری‌های شهرمان می‌توانند پاسخگوی این طیف از هنرمندان جامعه ایرانی باشند؟

سؤال شما سؤالی است که ذهن خیلی از هنرمندان را به‌خود مشغول کرده به‌ویژه جوان‌هایی که در این

خودش را می‌طلبد و در واقع در کشاکش شروع قرن جدید که به آن می‌توان قرن «ارتباطات تصویری» نام نهاد، شاید دیگر یک تصویر در کادریابی مثل نقاشی یا مجسمه یا عکاسی یا از این دست جای نگیرد و به واقع کادرها و مفهومی‌های جدید خودش را بیابد. کار و روحیه هنرمند ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نیست او نیز جست‌وجوی میدانی خود را دارد، لازمه جهش و به نتیجه رسیدن کار او به وجود آمدن سیاست‌ها و پیدا شدن حامیان جدیدی است که با این مفهوم آشنا باشند. □

اما من بادم به آثار کریستو^۱ هنرمند بلغاری الاصل که تخصص او در هنر «لندآرت»^۲ است می‌افتد. بارها از خود پرسیده‌ام که او چگونه می‌تواند این طور هزینه سنگین کارهایش را متحمل شود؟ کارهایی در اشل و اندازه دورگیری جزیره‌هایی در اقیانوس آرام با پارچه‌های صورتی فسفری که آب در آن نفوذ نمی‌کند. یا بسته‌بندی بناهای بزرگ مثل «یل جدید» در پاریس با کیلومترها پارچه، طناب، وسایل متعدد و کمک افراد بی‌شمار یا مثل دیگر کاری است که بر روی تپه‌های سبز کالیفرنیا با یکسری چترهای فسفری زرد در وسعتی زیاد شاید «کیلومترها» که با نظمی خاص چیده شده بودند.

واقعاً این چه تفکری در جامعه هنری آن‌هاست که مردم از کار او به‌عنوان یک پدیده استقبال می‌کنند و چطور برای آن سرمایه‌گذاری می‌شود کاری که موجودیت آن شاید بیشتر از چند ماه دوام نیاورد! و این‌که چطور می‌توانند بازده اقتصادی چندبرابر این سرمایه را به‌دست آورند؟

پانوشته‌ها:

1. Installation
2. Multimedia
3. Ouroboros
4. Lance
5. Acrocher
6. Flexibility
7. Stock gallery
8. Christo
9. Land Art

شنیده‌ام که از بدو شروع کار این هنرمند و اتوهای اولیه‌اش یک سری عوامل تبلیغاتی همان‌طور که گفتم مژده یک نوآوری و یک پدیده را در رسانه‌های جهانی اعلام کرده و توجه همه را برای حمایت از این حرکت جلب می‌کنند، و با شروع کار یا چیدمان اصلی، خبرنگاران و عکاسان رسانه‌ها مخصوصاً رسانه‌های هنری مطلب تهیه کرده و کار او را به توسط منتقدین اجتماعی، اقتصادی، هنری چه موافق و چه مخالف تفسیر می‌کنند و این چنین اذهان عمومی را متوجه کار هنرمند می‌کنند. اما هر رسانه‌یی که قرار است مقاله یا عکس چاپ کرده یا در این رابطه خبری پخش کند، باید درصدی به هنرمند اختصاص دهد. ارگان‌های کمک‌کننده نیز با ثبت آرم و مشخصات خود در این کار سهم می‌شوند.

نمی‌دانم صحبت‌هاییم تا کجا تفهیم شد اما اگر بخواهم یک جمع‌بندی داشته باشم این است که: بحث ما بحث عرضه آثار هنری بود که از چارچوب قاب و یا حجم معمولی بیرون آمده و می‌تواند و می‌بایست به نوع دیگری ارائه شود و مثالی که از این هنرمند زدم می‌تواند الگویی در طیفی وسیع از این دست کارها از لحاظ معرفی هنرمند، نقد اثر او و در نظر گرفتن مسائل اقتصادی این شیوه از کار باشد که سازوکارهای خودش را دارد و سیاست‌گذاری‌های

حیطه مشغول جست‌وجو در کار هنری هستند که به عقیده من هویت هنر آن‌ها در قبال همین جست‌وجوست و نیز آینده هنری این مملکت براساس شکل‌گیری و حمایت از این حرکت رقم خواهد خورد. هنرمندی که می‌خواهد با عوامل تأثیرگذار متنوع، خود را تعریف کرده و از فضای پیرامون خود بگوید تا از آن چارچوب دائمی تصویر و کادر مألوف بیرون بیاید. اگر یک گالری‌دار بخواهد طرفدار این روش عرضه آثار شود چه ویژگی‌ها و راهکارهای اقتصادی می‌تواند وجود داشته باشد. خصوصاً نمایشگاه‌هایی مثل کانسپچوال آرت، انستالاسیون در طیف‌های متفاوت، اکشن آرت، پرفورمانس هپنینگ و سایر هنرهایی که جنبه فروش در آن تقریباً به صفر می‌رسد.

برای آثار حجمی خودتان چه گالری‌هایی را در نظر می‌گیرید؟ چه شرایط فیزیکی برای ارائه آثارتان مناسب می‌باشد؟

در صحبت‌هایمان به مسأله مهم اقتصادی که انجام این نوع آثار و برقراری این دست نمایشگاه‌ها را تضمین می‌کند رسیدیم و این‌که آیا می‌شود این ایده‌ها و جست‌وجوها را در طیف وسیعی به اجرا درآورد؟ و آیا هنرمند در گزینه‌های مختلف اجازه عرضه این تپ کار را خواهد داشت؟ فضاهای درخور احتیاج او در اختیارش قرار خواهد گرفت؟ و به قول شما وقتی یک اثر از کادر متعارف یک دیوار گالری خارج می‌شود، ابعاد دیگری طلب می‌کند، فضا و بودجه اجرایی دیگری را می‌خواهد و شاید به‌آسانی نتواند در مجموعه خصوصی کسی قرار گیرد و نیز عرضه آن زمان محدودی را طلب کند؛ اگر غیر این باشد با مفهوم فکری و فلسفی خود اثر مغایر است، پس چگونه می‌تواند حمایت شود؟ مسلماً همه و همه این آبا و سؤال‌ها جوابی دارد که شاید در صحبت ما به معدودی از آن‌ها بشود جواب داد. خصوصاً که شما با یک تکنیسین مثل من دیالوگ برقرار کرده‌اید. در حالی که کار تئوری و برنامه‌ریزی دقیق این مسأله به‌عهده افراد دیگر است و یک جریان فکری خاص اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی باید پشتوانه این حرکت باشد و نیز حوصله و کار مداوم که کلید اصلی به‌نتیجه رسیدن این جست‌وجوهاست. همان‌طور که گفتم شاید شکل‌گیری هویت فرهنگی هنری فردای ما، در گرو همین جست‌وجو باشد.