

کلامی از جنس دیگر!

اندیشه بهره‌مندی از منابع غنی و سرمایه‌های گرانبها در فرهنگ ایرانی، ذهن هر ایرانی فرهنگ دوستی را به خود جلب می‌کند. اینکه چگونه می‌توان از سرمایه‌های کهن خود بهترین بهره را برده و به نسل آینده منتقل کرد و چگونه می‌توان ارزش‌های غنی در فرهنگ خود را به خوبی در تربیت ذائقه عزیزانمان بنشانیم؟ و اندیشه و خلاقیت‌هایمان را در شکل‌دهی از این مسیر به کار بندیم؟ در این اندیشه همیشگی ام؛ این هفته خود را در **گالری فرمانفرما** یافتیم؛ آن‌چه را آنجا می‌دیدم، در حقیقت بیان ایده‌ای بود که به زیبایی در کارهای دو هنرمند جوان، **سولماز نراقی** و **ساجده شریفی** دیده می‌شد. لحظه ورودم مصادف با لحظه‌ای شد که سولماز نراقی متنی از حکایت سیمرغ و مرغان را با بیانی شیوا قرائت می‌کرد و به توصیف مفهوم بینامتنی از متن و نقاشی بود... گویی بار دیگر نوای **سیمرغ را در دشت نینوا** به قلم می‌آوردم. تداوم این لذت با دیدن کارهای مشترک بین **سولماز نراقی** با **ساجده شریفی** همراه شد، هنگامی که ساجده از نوع انشش با قرآن می‌گفت و می‌خواند و برای گرفتن عکس از یک سوژه ساعات زیادی به تماشای یک کشاورز هنرمند، یا هنرمند کشاورز جنوبی در کنار ساحل با ماسه‌های مرجانی مجسمه‌هایی را می‌ساخت و به نظاره می‌نشست تا امواج آنها را بشوید، ساجده به قرائت این آیه در دل می‌پرداخت: ... و خواهید دید چگونه آنها را دوباره زنده خواهیم کرد.

پس از ساجده، این قلم پر آهنگ سولماز بود که آیت خدا را بر روی جنسی از چوب یا فلز می‌لغزاند و می‌غلطاند تا کلام زیبا را به یاری نام جمیل به نقاشی در آورد. این گونه تصویر، خط و کلام حق به هم می‌آمیختند و مخاطب را با خود می‌برد...

گویی نام‌های جمال و جلال خداوند، با روح زیباشناسانه این دو هنرمند در آمیخته بود تا اثر جان بگیرد.

براستی هنر و هنرمند کیست و چه می‌کند؟ و گالری چیست و چه نقشی برای ما در زندگی می‌آفریند؟ موضوع پرسشی در ذهنم گشت تا از دکتر فرمانفرما سوال کنم. استاد دانشگاه و هیئت علمی در حوزه فرهنگ؛ کسی که با رنگ و قلم مانوس است. آنچه در ذیل می‌آید پاسخ جامعی است که ایشان داده‌اند:

«گالری در حقیقت یک پل ارتباطی مخاطب و هنرمند است و در این روند ارتباطی، کار توزیع، اثر هنری بر عهده

گالری است. اگر گالری دار واسط هنرمند و مصرف کننده، نقش خود را به درستی انجام دهد، می‌تواند منتقل

کننده بیان ایده هنرمند باشد و این انتقال بیان، زبان گفتگو مابین مخاطب و هنرمند می شود، که به نوعی پیوند دهنده خالقان هنر از یک سو و دریافت کنندگان آن از سوی دیگر باشد.

جدا از مقوله معرفی هنرمند به جامعه هنری، او با گروه های متنوعی از مخاطبان مواجهه است به نظر من فراگیری دانش یکی از دلایل عمده بازدید مردم از گالری های هنری است. که در این مورد گالری می تواند نقش ذائقه سازی و ارتقای سواد بصری مخاطب را نیز داشته باشد. هر چقدر گالری بتواند ذائقه هنری و درک بصری مخاطبین را ارتقا دهد، می تواند در تربیت شهروند فرهنگی نقش داشته باشد و از آنجایی که شهروندان فرهنگی مسئولیت اجتماعی و درک و دریافت تعاملات اجتماعی بیشتری دارند می توانند جامعه را به سمت فرهنگ متعالی تری پیش ببرند، پس نقش گالری خیلی کلان تر از یک فعالیت صرفاً اقتصادی و نمایشی است و این نقش می تواند در چشم انداز یک شهر خلاق کاملاً تاثیر گزار باشد.

نقش دیگر گالری نقش اجتماعی آن است که می تواند در گسترش سرمایه اجتماعی افراد این حوزه بسیار تاثیر گزار باشد. حضور مخاطبان در نشست ها و گردهمایی ها و افتتاحیه ها منتهی به ورود به شبکه ای از افراد علاقمند به حوزه هنری و فرهنگی می شود. پس گالری مکانی برای ایجاد شکل گیری این شبکه اجتماعی می شود که می تواند ارتباط بین هنرمندان و این شبکه های اجتماعی را گسترده تر و غنی تر کند.

بعد دیگر بعد اقتصادی است که شامل اقتصاد هنر می شود که هم برای هنرمند و هم برای توسعه اقتصادی کشور می تواند موثر باشد مانند صادرات هنری که توسعه اقتصادی را در بر دارد. عدم کارکرد مناسب گالری ها، سطح سلیقه مخاطبان را کاهش داده و این امر نهایتاً موجب تضعیف و کاهش درآمد هنرمندان اصیل و پیشرو می گردد.

از جنبه کالبدی و شهری، مطمئناً حضور بازدیدکنندگان فرهنگی در منطقه شهری گالری باعث به وجود آمدن یک محیط فرهنگی برای محله یا شهری که گالری در آن واقع شده می شود. در واقع توسعه کالبدی گالری می تواند به توسعه کالبدی شهر هم منجر شود و ارتباط قوی تری را میان مردم شهر ایجاد کند.

یکی دیگر از کارهایی که گالری در ابعاد فرهنگی انجام می دهد ایجاد تکثر فرهنگی و ارائه انواع فرهنگ است و ایجاد برخورد متنوع از فرهنگ های متفاوت و تعامل در آنها است.

بعد فرهنگی گالری ها به ارتقا سلیقه ی خوب، شیوه و راه و رسم پسندیده، پذیرش آثار سطح بالای فرهنگی منجر می گردد که در اینصورت افراد جامعه با داشتن این سرمایه های فرهنگی که به مصرف فرهنگ و هنر متعالی منجر می شود جامعه را به سمت دموکراتیزاسیون فرهنگی هدایت می نمایند».

در توضیح از نقش گالری دار در روند تاریخی و اجتماعی هنر دکتر فرمانفرما اضافه کردند:

«هنرمند زمانی کارش به پایان می رسد که در جریان دید مخاطبین و منقدین قرار گیرد. هنرمندی که اثر تولید می کند ولی اثر تولید شده را در معرض نمایش قرار نمی دهد ممکن است تحولی در کارش صورت نگیرد ولی آرتیستی که کارش را به نمایش می گذارد این سیر تحول را بیشتر خواهد داشت، به این دلیل که بازخوردهای مخاطبین و منتقدین را در کارهایشان لحاظ می کنند. پس این یک حرکت یک سو نیست یعنی فقط هنرمند نیست که به مخاطب پیامی می دهد بلکه مخاطب هم با نقد خودش پیام هایی را به هنرمند می رساند این حرکت دوسویه در مخاطبین منجر به تفکر عمیق می شود و این تفکرات موجب تغییر در نگرش آنها خواهد شد. و این پل ارتباطی توسط گالری دار ایجاد می شود. گالری دار می تواند این حرکت ها و تولیدات هنرمندان را سمت و سو دهد که در حالت ایده آل و بلندمدت منجر به جنبش هنری شود.

هم چنین گالری دارها به نوعی آثار هنری دوره فعالیت خود را مستند سازی می کنند. کاتالوگ ها، نمایش ها، نشست ها، اخبار گالری توسط گالری دار منجر به ایجاد خوراک برای کار منتقدین می گردد که نهایتا نقدهای آنها مستند سازی می شود و چراغ راهی هم برای آیندگان می گردد».

و در توضیح ویژگی های لازم یک گالری دار و مشکلاتی که با آن روبرو است ایشان ادامه دادند:

«تجربه، تخصص و دانش در این حوزه خیلی لازم است، و طبعا سرمایه اقتصادی هم.

از آنجاییکه در زمینه اقتصادی نمی توان خیلی سریع به سوددهی رسید، بنابراین باید دارای اندوخته مالی باشد. که بتوان به پای آن صبوری به خرج دهد. ارتباطات، سرمایه اجتماعی و روابط عمومی در گالری داری خیلی موثر است البته باید این سوال را از گالری دارهای با تجربه تر هم پرسید چون من در این راه تازه کار هستم.

گالری داری دارای پیچیده گی های زیادی است و در ضمن دارای ماهیت پرورشی است که باید در آن مخاطب و هنرمند را همزمان پرورش داد و شاید چون پرورش با ذات زنان بیشتر همسو است بنابر این در این حوزه بیشتر زنان مشغول فعالیت هستند و البته این به این معنی نیست که گالری داری یک شغل زنانه است، ما مردان موفق بسیاری در این حوزه داریم که خیلی هم تأثیرگذار بوده اند.

در توضیح مشکلات گالری دار، ابتدا بازگردیم روی چرخه مدیریت؛ یکی از وظایف مدیریت کار برنامه ریزی است و باید در این زمینه خیلی منعطف بود انعطاف در این امر خیلی مهم است. در بحث منابع انسانی چون با هنرمندان با روحیه حساس و ویژگی های روحی و روانی متفاوت در ارتباط هستیم این مقابله خیلی حساس است. از بعد مارکتینگ (بازار) بازاریابی و مخاطبین بسیار محدود است و سلیق متفاوتی را باید پوشش داد. و این ظرافت امر پیچیده گی های زیادی دارد بنابراین مدیریت گالری یکی از سخت ترین کارها است. مبهم بودن قیمت و ارزش گذاری آثار هنری از معضلات این کار است. وضعیت ارتباطات بین المللی، اقتصاد جهانی و ... هم می تواند بر روی کار گالری تأثیرگذار باشد. یکی دیگر از شاخص هایی که تأثیرگذار است مشارکت فرهنگی و مشارکت اجتماعی در کار گالری داری است. فعالیت های هنری بدون این مشارکت ها در نهایت فعالیت مثمر ثمری، نخواهد بود».

ایشان در پاسخ به این پرسش که آیا گالری توجیه اقتصادی برای خود گالری دار دارد، ادامه دادند:

«نقش بازار را در بقاء هنرمند می دانیم، به نظر من تمام بازوی اقتصاد هنر روی گردن گالری ها، حراج ها، بینال ها و آرت فرها است. در کشور ما سالها است که بینال ها برگزار نمی شوند. آرت فر نداریم و یک حراج بیشتر نداریم. بنابراین همین یک حراج و گالری دارها تعیین کننده اقتصاد هنر هستند و در نتیجه تمام فشار بازار را هم به نوعی مدیریت می کنند.

گالری دارای یک کسب و کار فرهنگی است در حالیکه مدیران تجارت به دنبال سودآوری اند پس برای رسیدن به هدف سودآوری کاملاً آشکار است که می توانند آن چه مصرف کنندگان می خواهند را عرضه نمایند اما ویژگی خاص مدیریت فرهنگی و هنری این است که پیش بینی خواسته های مصرف کنندگان بسیار سخت است چرا که مشخصه این بازار بی ثبات بودن تقاضا است. مدیران هنری می دانند که تعداد کمی از محصولات آنها سودآوری زیادی خواهد داشت، و نیز این که نسبت متوسطی از آثار فروش متوسطی خواهند داشت. این هم قسمتی از کار فرهنگی است که در آن سود چشمگیری وجود ندارد. بنابراین اصولاً کسانی به سمت این کار کشیده می شوند که علائق فرهنگی برایشان حائز اهمیت است و گرنه بنگاه کسب و کاری راه می انداختند و در دوره خیلی کوتاه تری ثمره بیشتری از فعالیتشان بدست می آوردند. در نهایت فقط لذت انجام این فعالیت هنری می تواند به رضایت و خشنودی منتهی شود.

البته از سوی دیگر افزایش تعداد مجموعه داران و گسترش مالی بازار هنر از عوامل رشد و توسعه این حوزه فعالیت هم وجود دارد چرا که امروزه هنر به منظور حوزه ای برای سرمایه گذاری به پناهگاهی امن تبدیل شده است که اینها می تواند امیدی را برای توسعه و رونق این بازار برای گالری داران به همراه داشته باشد.

آنچه گذشت، از نگاه یک استاد مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی است، گالری داری که می کوشد تا در همدلی با هنر، هنرمند و مخاطب آن، راهی در تربیت ذائقه های متعالی، در جامعه غنی ایرانی بگشاید. او در آغوشی باز از دو هنرمند کشورمان، ساجده و سولماز با آنها قدم بر می داشت تا دلسوزانه به آموزش و تربیت مدیران فرهنگ بپردازد.

دکتر مهشید رضوی رضوانی