



گفت و گو با سعید فلاح فر

کارشناس مرکز هنرهای تجسمی

نگارخانه استاندارد نداریم!



صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری وصف صبا
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا شفیعی

www.rooznamehsaba.com

rooznamehsaba

تهران - خیابان آیت الله مدنی - کوچه خجسته منش - پلاک ۵
تلفن: ۶-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران
توزیع: نشر گستر امروز

نیز نگاه‌های دیگر داشته باشند. در واقع طیف‌های مختلفی در نگارخانه‌ها شکل گرفته است که هر کدام نیازها و توقعات خاصی دارند و در این میان خیلی راحت است که شخصی بیاید و پیشنهادی بدهد اما وقتی طیف‌های مختلفی وجود دارند، یک پیشنهاد مقطعی جوابگو نخواهد بود. فلاح فر در جمع بندی مطالب خود افزود: بنابراین ما با طیف‌های مختلفی از نگارخانه‌ها مواجهیم که هر کدام نیاز به شکل نظارتی و قانون متفاوتی دارند و تنوعی از ایده‌های نظارتی و حقوقی و قانونی به وجود آمده که هماهنگی آن برای همه نگارخانه‌ها، کار سختی به حساب می‌آید.

همچنین وی در پاسخ به این پرسش که کدام یک از نگارخانه‌های موجود از استانداردهای معتبر برخوردارند، گفت: تقریباً چنین گزینه‌ای نداریم! نگارخانه‌داران در حال خرید و فروش هستند و خریدار نیز برایشان مهم است و آنها می‌گویند بازدیدکننده هنری باید به سراغ دوسالانه‌ها بروند. چیزی که در حراج هنری نیز اتفاق می‌افتد؛ در حراج‌های هنری خریدار از هر چیزی مهم‌تر است و کیفیت آثار هنری از اهمیت چندانی برخوردار نیست. از طرف دیگر در دوسالانه‌ها، مساله مهم، تعداد بازدیدکننده‌ها و کیفیت آثار است. در واقع به اعتقاد من، نگارخانه باید وسط این دو طیف دوسالانه‌ها و حراج‌های هنری باشد و نمی‌تواند به صورت مطلق، مثل حراج یا دوسالانه باشد و باید بتواند با این دو طیف تجاری و فرهنگی ارتباط برقرار کند.

یکی از کارهای نگارخانه این است که باید منتقد هنری را روی هوا قاپ بزند در صورتی که چنین چیزی اتفاق نمی‌افتد و ترجیح‌شان بر میزبانی از خریداران است تا منتقدان هنری. این منتقد هنری در پایان تصریح کرد: حراج‌های هنری منتقد نمی‌خواهد و فقط خریدار می‌خواهد، موزه‌ها نیز فقط به دنبال منتقدان هنری هستند و خریدار نمی‌خواهند؛ نگارخانه باید بتواند این هر دو طیف را به صورت خیلی کارآمد مدیریت کند. این در حالی است که نگارخانه‌ها مادر یکی از این دو طیف افراط و تفریط دارند! و جایی که تعادل وجود داشته باشد، به اعتقاد من نداریم. امهر

اثری به فروش نمی‌رسید، روی درآمد فروش حساب نمی‌کردید، از هنرمند ورودیه اخذ می‌کردید چون باید خرج نگارخانه را بدهید. اما وقتی وارد دوره‌ای شده‌اید که افتخار یک نگارخانه، سولد اوت شدن (فروش رفتن همه آثار در یک ساعت یا یک روز) است، دیگر نیازی به ورودیه گرفتن نیست اما می‌بینیم که برخی نگارخانه‌ها نمی‌خواهند از این مورد عبور کنند! هم مدعی سولد اوت شدن هستند و هم از هنرمند ورودیه می‌گیرند! نگارخانه‌ای که در دهه ۷۰ فروش نداشته، در حال انجام کار فرهنگی بوده که با حداقل‌ها از هنرمندان جوان و دانشجویان حمایت می‌کرده است و به همین دلیل نباید مالیاتی پرداخت کند. آن دوره وقتی محرز شده بود که کاری فرهنگی توسط نگارخانه‌ها صورت می‌گیرد، معافیت مالیاتی تعلق گرفت. امروز اگر قرار است نگارخانه‌ای آثار مستر بفروشد و روی هر کدام از آثار، بیش از ۱۰۰ میلیون تومان سود کند، چرا نباید مالیات بدهد؟! این هنرمند عکاس ادامه داد: این تغییرات را هر کسی شامل مدیر دولتی یا مدیر نگارخانه یا هنرمند دوست دارد بخشی که به منافع او مرتبط است، انجام دهد اما حاضر نیستند تعهدات به هزینه‌های این امور را بپردازند.

هنرمند می‌گوید چرا باید بابت یک کار ۳۰ میلیون به دلال پول بدهد این در حالی است که کارش ۱۰۰ میلیون فروخته می‌شود! آن زمانی که هنرمند پولی نمی‌داد، کارهایش هم به فروش نمی‌رسیدند؛ بنابراین لازمه بازار این است که یک هنرمند به دلال هنری و نگارخانه دار میزانی از فروش بدهد.

وی با بیان اینکه این دوره عبور و گذار در فروش آثار هنری، دوره‌ای دشوار است، گفت: ذهن فرهنگی هر جامعه‌ای قرار نیست با هر تکانی تغییر کند! نکته جالب اینجاست که اتفاقات نگارخانه‌های ایران به صورت سریع و مقطعی تغییر کرده است اما در لختی بر نامه گرفتاریم و نتوانستیم از موج قبلی به موج جدید برسیم. البته اگر همه نگارخانه‌ها یک شکل می‌شدند، کار راحت‌تر بود؛ ما بیش از ۲۰۰ نگارخانه داریم که ممکن است تعدادی از آنها نگاهی صرفاً اقتصادی داشته باشند و تعدادی نگاه فرهنگی اقتصادی و برخی

سعید فلاح فر عکاس، نقاش و منتقد هنری و کارشناس مرکز هنرهای تجسمی درباره وضعیت فعلی نگارخانه‌ها و اینکه در مرکز هنرهای تجسمی اطلاعات دقیقی از عملکرد آنها وجود دارد یا خیر، معتقد است؛ اتفاق مهمی که در حوزه نگارخانه‌ها افتاده و سبب سردرگمی‌های فعلی شده، این است که نگارخانه‌ها در تهران و ایران تغییر ماهوی داده‌اند، یعنی نگارخانه‌های امروزی شاید شکل بیرونی و فیزیکی‌شان شبیه به چندین سال قبل باشد اما از لحاظ معنایی و جایگاه اجتماعی و هنری و عملکردی تغییر کرده‌اند. نگارخانه در دهه ۱۳۷۰ تقریباً شکلی فرهنگی هنری داشت اما کم‌کم تغییرات ماهوی پیش آمد که شکل و شمایل آن‌ها تبدیل به رویدادی اقتصادی شد. در این نوع، نگارخانه‌ها دیگر فضایی صرفاً فرهنگی هنری نیستند و نگاه‌شان به سمت تجاری نیز متمایل شده است که این نوع نگاه خیلی چیزها را تغییر می‌دهد. وی ادامه داد: بخشی از آشفتگی‌هایی که حس می‌شود به این دلیل است که همه نگارخانه‌ها این مسیر را یکسان طی نمی‌کنند و در واقع یکدستی نگارخانه‌ها که در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ شاهد آن بودیم، از بین رفته است و با چندین مدل نگارخانه‌ها مواجه می‌شویم که چنین سابقه‌ای را قبلاً نداشتیم. از طرفی رابطه نگارخانه‌ها با هنرمندان، مخاطبان و جامعه تغییر می‌کند که به دلیل فعالیت اقتصادی آنها خواهد بود و همه اینها سبب می‌شود نگاه منسجمی که قبلاً به نگارخانه‌ها داشتیم، از هم پاشیده شود و به سمت نگاه تازه‌ای عبور کنیم.

فلاح فر با تاکید بر اینکه ما هنوز در این روند به یک وضعیت ثابتی نرسیدیم، بیان کرد: هنوز عده‌ای متمایل به نگارخانه‌های دهه ۳۰ و ۴۰ تا ۷۰ هستند و از طرف دیگر عده‌ای نیز به نگارخانه‌های پاریس و لندن و نیویورک متمایل هستند. نوع مواجه شدن با این دسته‌های مختلف، متفاوت است و قطعاً قوانینی که در مورد اینها وضع می‌شود متفاوت است. وی با ذکر مثالی درباره عملکرد متفاوت نگارخانه‌ها توضیح داد: چیزی که کار را بسیار مشکل می‌کند، توقعاتی است که نگارخانه‌ها در بحران گذار برایشان به وجود می‌آید؛ یک مثال ساده اینکه وقتی در دهه ۷۰ نمایشگاه نقاشی برگزار می‌کردید و هیچ



فرهاد قائمیان
وحید رهبانی
مهدی حسینی‌نیا
محید نوروزی
امیر نوروزی
نازنین فراهانی
EXPEDIENCY
توسعه و طراحی مطبوعاتی
حسین دارابی
تهیه و تنظیم
محمدرضا شفا
اکران در سینماهای سراسر کشور