

## تجسمی، طبقه ای میان اقتصاد زخمی و تحریم های سرکش

17 خرداد 1401

چرا یک هنر در تبادل فرهنگی از بدنه جامعه دور می شود و شمایی شبیه یک کالای لوکس به خود می گیرد؟



تأثیرات سوء تنگناهای اقتصادی و دشواری های ناشی از آن نه فقط بر تمامی افشار اجتماعی اثر گذاشته که به همین نسبت و حتی شاید بیشتر، به هنرمندان هنرهای تجسمی نیز آسیب زده است. بدیهی است که دشواری های اقتصادی بیش از هر چیز خریداران بالقوه آثار هنری را از خرید آثار بازمی دارد. در وضعیت اقتصادی نابسامان که تأمین مایحتاج روزمره اولویت پیدا می کند، خرید آثار هنری که نقش کمتری در بقا و نیازهای هر روزه زندگی دارند، بی نتیجه به نظر می رسد. به این ترتیب بسیاری از خریداران بالقوه هنر از طبقات مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از خرید آثار هنری صرف نظر می کنند. این در حالی است که آثار هنری نه فقط می توانند نقش مهمی در زیبایی محیط زندگی ما ایفا کنند که در عین حال آثار هنری به زندگی ما معنی و مفهوم می دهند. همچنین که در بازار پررونق آثار هنری می توانند نوعی سرمایه گذاری هم محسوب شوند که ارزش پولی را که خرجشان شده حفظ کنند.

تداوم این وضعیت باعث می شود تا تنها طبقه فرهنگی، اقتصادی یا اجتماعی خاصی توان خرید آثار هنری را پیدا کنند. پس با این تفصیل آیا اثر هنری را می توان کالایی لوکس در نظر گرفت؟ حسین محسنی، مدیر گالری آرتیبیشن در این مورد توضیح می دهد: «در علم اقتصاد، کالای لوکس کالایی است که با افزایش درآمد، تقاضا برای برخورداری از آن بیشتر از آنچه متناسب و معقول است افزایش می یابد، به طوری که هزینه این کالاها یا خدمات سهم بیشتری از مخارج کلی را به خود اختصاص می دهد. کالاهای لوکس برخلاف کالاهای ضروری هستند که در آن تقاضا به نسبت کمتر از درآمد افزایش می یابد. لوکس یا آنچه در زبان پارسی بیشتر در معنای تجمل می شناسیم نیز به کالا یا خدماتی گفته می شود که ضروری نیست و معمولاً آنچه مشمول ضرورت نمی شود، هر آنچه که باشد، گران خواهد بود چراکه تقاضا نسبت به آن در بسیاری از موارد بیش از موجودی است.»

پس اگر قرار باشد هنر را به مثابه کالایی لوکس در نظر بگیریم، مجبوریم آن را به مثابه کالایی در نظر بگیریم که ضرورتی ندارد یا به شکل اختصاری ذیل تجمل قرار می گیرد. فرشید پارسی کیا، طراح گرافیک، مدیر فصل نامه پشت بام و مدیر گالری دنا، در

این باره نظر دیگری دارد: «به اعتقاد من جامعه ما در حال حاضر، جامعه‌ای اقتصادزده است و این موضوع باعث می‌شود تا تولید هنری ذائقه‌مند شود. نه فقط به این دلیل که مجموعه‌داران فقط آثاری را با ذائقه خاص می‌خرند بلکه این هنرمندان هستند که آثار را به سمت و سوی مشخصی می‌برند که بیشتر مورد پسند و پذیرش بازار قرار بگیرد». به اعتقاد پارسی‌کیا مشکلی که گاه دامن‌گیر هنر می‌شود، مسئله ناآگاهی است: «من به شخصه افرادی را می‌شناسم که از طبقه اهل دانش هستند، اما زمانی که صحبت از قیمت آثار هنری می‌شود، می‌پرسند مگر اثر هنری با قیمت زیر صد میلیون تومان هم وجود دارد؟ و همین تلقی غلط که تا حد زیادی هم ناشی از رسانه‌های ملی است، باعث می‌شود که بسیاری از خریداران بالقوه آثار هنری اصلا سمت گالری‌ها نیابند و پیشاپیش از خرید آثار هنری صرف‌نظر کنند».

حسین محسنی هم به شکلی دیگر گفته پارسی‌کیا را تأیید می‌کند. به باور او نیز آنچه هنر را به عنوان کالایی لوکس معرفی می‌کند، بیشتر بر اساس ناآگاهی است تا مواردی دیگر: «در جامعه کنونی ما، هنرهای تجسمی به عنوان هنر اندیشمندانه، یا در اصطلاح روشنفکرانه و غیرعمومی تلقی می‌شود اما این برداشت منجر به ایجاد سؤالاتی از این دست خواهد شد که آیا این امر ناشی از لوکس و گران بودن آثار تجسمی است که مانع ارتباط آن با بدنه جامعه تا این لحظه شده است؟ آیا هزینه تولید، تبلیغات و بهره‌برداری از سینما، تئاتر یا موسیقی به نسبت هنرهای تجسمی کمتر است؟ و کل جریان هنر ما نسبت به بقیه بازار در چه جایگاهی قرار می‌گیرد؟ میزان بودجه تخصیص داده‌شده از سمت بخش دولتی یا خصوصی به هنر در قیاس با سایر بخش‌ها در کشور ما چگونه است؟ و آیا برای بررسی سرمایه‌گذاری (خصوصی یا دولتی) به میزان اثرگذاری آن باور داریم؟ آیا عدم اولویت نیازهای هنری و اقلان این موارد به دلیل درگیری بخش عظیمی از جامعه با نیازهای عادی نظیر امرار معاش می‌تواند دلیلی برای برچسب‌زدن به بازار هنر و عدم بهره‌مندی از آن باشد؟ باید به این نکته توجه داشت که موسیقی، تئاتر، سینما و هنرهای تجسمی نه در تقابل هم که مجموعه‌ای در کنار هم و تکمیل‌کننده یکدیگرند که می‌توانند در همپاری هم توجه آدمی را به نیازی بس اساسی‌تر جلب کنند یعنی انسانیت، آنچه که نبود آن در بطن جامعه هزینه‌های گزافی برای سایر بخش‌ها خواهد داشت».

مدیر گالری دنا، برای توضیح بیشتر در مورد گفته‌هایش به تاریخ گالری‌داری در ایران هم رجوع می‌کند: «ما فضای فعال، تأثیرگذار و مردمی هنرهای تجسمی را پیش‌تر در دهه 1340 و در تالار قندریز تجربه کردیم. در تالار قندریز فعالیت گالری با پژوهش و ترجمه متون نظری همراه بود که بر کل فضای هنرهای تجسمی ایران تأثیر می‌گذاشته است. اما اشکال این است که این شکل از فعالیت فقط در دهه 1340 رخ داده و پس از آن کمتر شاهد همراهی هنر با پیش‌زمینه‌های نظری بودیم».

سعید شهلاپور، مجسمه‌ساز، نقاش و از اعضای فعال در تالار قندریز در مورد وضعیت کنونی هنر و سلطه موضوعات اقتصادی می‌گوید: «شرایط اقتصادی باعث شده فقط مسئله فروش آثار هنری مورد توجه قرار بگیرد. چون مسئله هنرهای تجسمی صرفاً به اهالی این شاخه هنری محدود شده است و افراد دیگر اجتماع کمتر به این شاخه هنری توجه دارند».

مدیر فصل‌نامه و وب‌سایت «پشت‌بام» در عین حال به گالری‌آپادانا هم اشاره کرد که نخستین گالری با رویکرد مدرنیستی در ایران به حساب می‌آید: «گالری آپادانا هم کم‌وبیش از همین رویکرد تبعیت می‌کرد و در کنار نمایش آثار به فعالیت نظری در حوزه هنر هم مشغول بود».

اما شکل تولید آثار هنری هم بر پیچیدگی شرایط می‌افزاید. به گفته مدیر گالری آرتیستیشن این بازار مثل دیگر بازارهای آشنا نیست: «بازار هنرهای تجسمی، بازار خاص و ویژه‌ای است چراکه هر هنرمند آثاری منحصره‌فرد یا با نسخه‌های محدود تولید می‌کند که خود منجر به تفاوت این بازار نسبت به سایر بازارها می‌شود. هنرهای تجسمی مخاطب خویش را به کشف و شهودی بدون تاریخ مصرف رهنمون می‌شود که با گذشت زمان بر ارزش آن افزوده شده و به این ترتیب خود را حتی از سایر انواع هنری نیز متمایز می‌کند. تفاوت مالکیت اثر هنری که فقط یک نسخه از آن تولید شده با یک محصول صنعتی و تولید کارخانه کتمان‌ناپذیر است».

به اعتقاد بسیاری از فعالان عرصه هنرهای تجسمی ناآگاهی بیش از دیگر مسائل بر شاکله و کلیت هنرهای تجسمی ضربه وارد کرده و آن را به هنر خواص تبدیل کرده است. سعید شهلاپور در این زمینه معتقد است که: «در سال‌های اخیر تلاشی برای توسعه این هنر و آشنایی مردم انجام نشده است. یکی از مهم‌ترین دلایل این کوتاهی سانسور است که مانع از نمایش بسیاری از آثار مجسمه‌سازی و حتی طراحی در تلویزیون و دیگر رسانه‌ها می‌شود. همین موضوع باعث می‌شود که عموم مردم با هنرهای تجسمی آشنا نشوند و صرفاً کسانی که سراغ این هنر بیابند که قصد کار اقتصادی دارند».

به باور مدیر گالری آرتیستیشن همین موضوع ناآگاهی باعث عمیق‌تر شدن فاصله میان عموم مردم و گالری‌های هنری شده: «هنرهای تجسمی فارغ از مرزبندی‌ها برای مخاطبان خود شامل هنرمندانی می‌شود که از بطن جامعه قلم به دست گرفته‌اند و به هیچ‌وجه تافته جدا بافته یا برج‌عاج‌نشین محسوب نمی‌شوند و مرزبندی‌های موجود تا حد زیادی توسط مخاطبان انجام شده است. نخبگان هر جامعه نقش مهمی در تأثیر بر بدنه آن دارند. اگر بخواهیم علت عدم نفوذ و رشد هنرهای تجسمی در بدنه جامعه را بررسی کنیم شاید بهتر باشد به بخش نخبگان جامعه‌مان از لحاظ جایگاه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و درک‌شان از

هنرهای تجسمی به عنوان یک ضرورت نگاه کنیم».

اما آیا برای برون رفت از این وضعیت راه‌حلی هم می‌توان در نظر گرفت؟ تقریباً همگان بر اهمیت آموزش در درک ضرورت هنرهای تجسمی در یک جامعه اتفاق نظر دارند. سعید شهلاپور معتقد است که وضعیت در یک دهه گذشته در نسبت با قبل رو به بهبود بوده و دلیلش را آگاهی نسل جوان می‌داند: «در 10 سال گذشته، نسل جدید از طریق اینترنت و فضای مجازی بیش از همیشه با هنر معاصر جهان آشنا شده و می‌تواند از اخبار و رخدادهای روز خبردار شود».

فرشید پارسی‌کیا هم معتقد است که: «بحران‌های اقتصادی و تحریم‌ها باعث شده امکان تبادل‌های فرهنگی به حداقل برسد و جامعه تجسمی کوچک و محدود باقی بماند. این در حالی است که عموم جامعه تجسمی شرایط اقتصادی مطلوبی ندارند و درگیر بحران‌های اقتصادی و معیشتی هستند».

حسین محسنی اما به اهمیت و نقش هنرهای تجسمی در بهبود وضعیت خانواده اشاره می‌کند: «برخلاف سایر هنرها، هنرهای تجسمی می‌تواند تمامی اقشار جامعه را از جهت هزینه و درآمد درگیر کند، زیرا برای بازدید و تماشای آثار تجسمی در گالری‌ها که عمدتاً در مرکز شهر نیز قرار دارند، هیچ هزینه‌ای پرداخت نمی‌شود و این امر فرصتی مهیا می‌کند تا گردشگری شهری و فرهنگی با کمترین هزینه میسر شده و گسترش یابد. پدیده‌ای که دولت می‌تواند فارغ از هزینه مستقیم، تنها فرصتی برای گسترش آن فراهم کند».

ثمره این ناآگاهی ورود مجموعه‌دارانی است که چندان از بازار و هنر تجسمی آگاهی ندارند و قرار هم نیست که آگاهی داشته باشند و دایره حضور خریداران بالقوه و دغدغه‌مند کم‌رنگ می‌شود و همه چیز در هنر تنها جنبه ویتترین و مادی به خود می‌گیرد. در نتیجه این وضع آثاری با ارزش مادی کمتر متضرر می‌شوند و در آخر تجسمی با تعداد محدودی از اهالی‌اش کوچک می‌ماند و همه زیان می‌بینند.