

حسین محسنی
متولد ۶۷
لیسانس عمران و دانشجوی
کارشناسی ارشد مدیریت
اجرایی

علیرضا جوادی
متولد ۶۵
کارشناس هنرهای تجسمی



ویژگی گالری مجازی از بین بردن واسطه‌هاست. هنرمندان از طریق سایت ما مستقیماً با خریدار در ارتباط هستند و تنها ۲۰ درصد از قیمت فروخته شده به ما پرداخت می‌شود در حالی که پیش‌تر اثر هنری چند دست می‌چرخید و در نهایت با ۲۰ درصد قیمت فروش به دست هنرمند می‌رسید

سرک کشیدن در کار اعضای یک تیم جوان که گالری مجازی دارند و از پس هر کاری در حوزه‌ی آی‌تی برمی‌آیند

هنر آن لاین

محمدرضا جعفری

«هنر» دروغی است که چشمانمان را به روی حقیقت باز می‌کند. پابلو پیکاسو

آمده‌اند دروغ بگویند، آن هم مجازی. با این‌که خیلی‌ها معتقدند هنر باید ملموس باشد ولی بچه‌های گالری مجازی «آرتیبیشن» ثابت کرده‌اند که می‌شود آثار تجسمی را هم به دنیای مجازی برد و حسایی هم مورد توجه قرار گرفت. بچه‌های آرتیبیشن با هزینه‌ی شخصی گالری مجازی‌ای راه‌اندازی کرده‌اند که تا حالا نه‌هزار اثر را برای نمایش و فروش گذاشته است. بر خلاف نمونه‌های مشابه، در این گالری هر اثری و با هر کیفیتی دیده نمی‌شود و تنها آثاری اجازه‌ی نمایش پیدا می‌کنند که از فیلترهای خاص کارشناسان عبور کرده باشند. مدبران جوان این گالری مجازی معتقدند که هنر ایران در دنیا شناخته شده نیست و می‌شود با ارائه‌ی این آثار به هنرشناسان جهانی، جهش بزرگی در شناساندن هنر ایرانی انجام داد. حسین محسنی و علیرضا جوادی می‌گویند در ابتدای شیب صعودی توجه دنیا به هنر خاور میانه هستیم و در آینده‌ای نزدیک چشم هنر دوستان جهان به خاور میانه خواهد بود.

بیشتر آثار ما نقاشیخط و نقاشی هستند. بیشترین فروش را هم همین دو ژانر دارند، چون شناخت خوبی از خوشنویسی ما در دنیا وجود ندارد؛ ولی نقاشی را طبق سبکی که دارد، می‌فهمند. نقاشیخط هم که بین این دو است، دیده می‌شود. به خاطر همین هم نقاشیخط در حال پیشرفت است.

همه برای هنر، هنر برای همه

خیلی طول کشید تا به نقطه‌ای قابل قبولی برسیم و بتوانیم اعتمادسازی کنیم. خریداران آثار هنری معمولاً دوست دارند، اثر را از نزدیک ببینند و لمس کنند و کار سختی بود که قبول کنند، از طریق سایت اثری رایج‌ترند. الان حتی از خارج از کشور هم درخواست خرید داریم. یک مشتری داشتیم که اثری ده‌میلیون تومانی را از استرالیا سفارش داد. خیلی به ما اعتماد کرد و از طریق صرافی پول را برای ما وایز کرد. ما مشکلات زیادی در انتقال وجه و محصول به خارج از کشور داریم ولی خریدارهایی از لبنان، اروپا و آمریکا داشتیم که دغدغه‌شان این بود که چطور پول را به دست ما برسانند. شرایط سخت شد و در نهایت از خرید منصرف شدند. ما کارمان را درست انجام داده‌ایم و برای مشتری اعتمادسازی کرده‌ایم اما دیگر انتقال پول به کشور که وظیفه‌ی ما نیست و مسئولان کشوری باید بسترسازی کنند. تا قبیل از ورود ما به این فضا، گالری مجازی از نظر قانونی تعریف نشده نبود و تنها فروشگاه‌هایی بودند که صنایع دستی می‌فروختند. کم‌کم مجوزهایی هم برای این کار صادر شد و امسال وزیر ارشاد وقت، اولین گالری مجازی کشور را افتتاح کرد که بعداً عنوان اولین را

برداشتند چون ما خیلی زودتر شروع به کار کرده بودیم. گروه ما جوان و خلاق است و مدام ایده‌های مختلف برای کار ارائه می‌شود؛ مثلاً ما در سایت و اپلیکیشن‌هایمان بخش مجموعه‌داران را داریم که در هیچ گالری‌ای نیست، حتی در نمونه‌های خارجی هم بخشی مختص به مجموعه‌داران نمی‌بینیم. همچنین بخشی برای معرفی خود هنرمندان داریم که می‌توانند مجموعه‌ی آثار و رزومه‌شان را به نمایش بگذارند. ما حتی برای کسانی که در حوزه‌ی پژوهش فعال هستند هم بخشی را در نظر گرفته‌ایم تا نتایج تحقیقاتشان را در اختیار دیگران بگذارند یا مقاله‌هایشان را به فروش برسانند. در بخش بلاگ هم اخبار روز و فیلم‌های آموزشی در ژانرهای مختلف هنری را ارائه می‌دهیم تا تمام نیازهای مخاطب را مرتفع کرده باشیم. میانگین ماندگاری هر کاربر در سایت ما نیم‌ساعت است، در حالی که میانگین حضور در سایت‌های مشابه خارجی ۱۵ دقیقه و کمتر است. به همین دلیل از نظر زمان بازدید در میان سایت‌های هنری ایرانی بین پنج سایت اول و ۵۰ سایت برتر جهان هستیم، البته بخشی از بازدیدهای ما روی اپلیکیشن‌هایمان است که در آمار بازدید حساب نمی‌شوند. با این‌که هیچ فعالیت خاصی در بازارهای جهانی نداشته‌ایم ولی بازدیدکنندگان زیادی از خارج از کشور داریم. سایت، دو زبانه است و قرار است به جز فارسی و انگلیسی، فرانسوی و عربی را هم به زبان‌های سایت اضافه کنیم. همچنین قصد داریم به زودی یک دفتر در فرانسه راه‌اندازی کنیم و تعداد هنرمندان و آثار خارجی را هم به مرور افزایش دهیم. الان چند هنرمند از کشورهای عراق، هند و انگلیس داریم و دفتر فرانسه می‌خواهد هنرمندان بیشتری را برای حضور در سایت ترغیب کند، چون نگاه اصلی ما، حضور قدرتمند در بازار بین‌المللی است و در حال قرارداد بستن با یکی دو گالری خارجی هستیم و قرار است نمایشگاهی هم از آثار منتخب گالری در خارج از کشور برگزار کنیم.

حامی شهرستانی‌ها

یک ویژگی دیگر گالری مجازی از بین بردن دست واسطه‌هاست. هنرمندان از طریق سایت ما مستقیماً با خریدار در ارتباط هستند و تنها ۲۰ درصد از قیمت فروخته شده به ما پرداخت می‌شود در حالی که پیش‌تر اثر هنری چند دست می‌چرخید و در نهایت ۲۰ درصد قیمت فروش به دست هنرمند می‌رسید. از ابتدای پاییز که فصل هنر محسوب می‌شود، تا الان بیشتر از ۴۰ اثر فروخته‌ایم. با این حال مسائل اقتصادی باعث شده خرید و فروش آثار هنری شاهد رکود باشد و خیلی از گالری‌ها ضررده باشند. مسئله‌ای هم که نمی‌شود خیلی با آمار نشان داد، این است که ما برای گالری‌ها و حراجی‌ها هم جذب مشتری می‌کنیم؛ مثلاً کسانی هستند که اثر را در گالری ما می‌بینند ولی می‌روند از گالری فیزیکی خرید می‌کنند. در عین حال با چند گالری و حراجی هم قرارداد بسته‌ایم و بخش آن لاین ما جراً را برگزار می‌کنیم. این‌ها را خیلی نمی‌شود براساس آمار مشخص کرد. تمرکزگرایی در هنر ما وجود دارد که باعث می‌شود آثار هنرمندان شهرستانی به خوبی دیده نشود. برای همین نمایشگاهی فیزیکی به اسم ایران‌شهر برگزار کردیم تا هنرمندان شهرستانی هم فرصت این را داشته باشند که آثارشان را به علاقه‌مندان، مجموعه‌داران و خریداران معرفی کنند. از نظر ما هنرمند شناخته شده که آثارش را می‌فروشد، باید برای هنرمندان کمتر شناخته شده، زمینه فراهم شود تا بتوانند خود و اثرشان را ارائه کند. بعضی هنرمندان آثارشان را در اختیار ما می‌گذارند تا خریداران بتوانند از نزدیک، اثر را ببینند. اگر هم خریدار از یک کار خوشش بیاید، نمونه‌های مشابه همان کار را نشان می‌دهیم تا با فرآغ بال خرید کند. بیشتر مخاطبان ما گالری‌گرد و هنر دوستانی هستند که هنر را می‌شناسند و می‌خواهند از این طریق لذت ببرند. بعضی هم به دید سرمایه‌گذاری دست روی اثری می‌گذارند. یعنی یک اثر را خریداری

فراخوان

از همان پنج سال پیش که صفحات جوان ایرانی راه اندازی شدند، هدف ما روایت زندگی جوان هایی بود که تصمیم های معمولی اما شجاعانه ای برای زندگی شان گرفته اند؛ آدم هایی که فارغ از سطح تحصیلات یا سطح مالی، برای زندگی شان ایده دارند و از آن لذت می برند؛ جوان هایی که ممکن است در همین تهران، پشت پنجره ی یکی از همین آپارتمان های بی شمار یا در یک روستای کوچک در یکی از چهار گوشه ی این کشور مشغول زندگی باشند. بی شک برای پیدا کردن چنین سوزه هایی از سراسر کشور، منتظر همکاری شما هستیم. اگر بین دوستان و اطرافیان در هر نقطه ی کشور، جوانی سراغ دارید که برای حضور در این صفحه مناسب است، از طریق تلگرام مجله به شماره ی ۰۹۲۳۱۰۰۹۰۴۲ یا ایمیل به آدرس javanirani.hj@gmail.com به ما معرفی بجه ما معرفی کنید. از طریق همین آدرس هم منتظر نظرات تان در مورد این صفحات هستیم.



مدیریت یک گالری مجازی به همین سادگی ها هم نیست؛ فوت و فن های خاص خودش را دارد

آرت پارت تایم

حسین محسنی و علیرضا جوادی برای مدیریت گالری مجازیشان با افراد خبره و کاربلدی مشورت کرده اند تا سایت شان از هر لحاظ قابل قبول و استاندارد باشد اما همیشه سختی و مشکلاتی در سر راه کارهای جدید هست که پیشروی را کند می کند. با این حال برویچه های سایت «آرتیبیشن» به مرور بین بزرگان هنر جا باز کرده و با وجود جوانی، اسم و رسم پیدا کرده اند.



ما باند و مافیای خاصی نداریم، به بخواهیم از این طریق با ارگان های مختلف وارد مذاکره شویم، چون گروه ما گروه جوانی است، هر جا که پروژه ای را مطرح می کنیم، هم از آینده و هم از انرژی و اشتیاقمان استقبال می شود و کارمان را با دو سه نفر در سال ۹۱ شروع کردیم و حالا حدود ۳۰ نفر کارمند داریم و بعد از انجام کلی پروژه، دانش بنیان شده ایم. در آینده ی نزدیک ما توجه به سرمایه گذاری های که می شود، پرسنل ما را دو سه برابر بیشتر خواهیم کرد تا پروژه های جدیدی تعریف کنیم

روشنایی های آینده

مسابقه ای به نام «آی بریج» در خارج از کشور بین استارت آپ های ایرانی برگزار می شود. همه ی استارت آپ های ایرانی داخل و خارج از کشور می توانند در آن شرکت کنند. بعد از ارائه، تمام استارت آپ ها بین کارشناسان و سرمایه گذاران داوری و برترین ها اعلام می شوند. آرتیبیشن امسال جزء پنج استارت آپ برتر آی بریج بود. جالب این که عمده ی استارت آپ های شرکت کننده در مسابقه، برای ایرانی های خارج از کشور بودند.

یکی از سوآل هایی که برای خودمان و دیگران مطرح است، این است که نمونه های مشابه خارجی ما چه کار می کنند؟ ما خیلی در این زمینه تحقیق می کنیم؛ مثلا سایت «ساجی» شبیه ماست ولی گالری فیزیکی هم دارد یا مثلا «آمازون» و «آی بی» در این حوزه وارد شده اند و حراج های آن لاین زیادی هم در حال برگزاری هستند. ما هم در حال توسعه دادن حراج های فیزیکی در فضای مجازی هستیم و تا الان به جز حراج تهران با تمام حراجی های داخلی همکاری کرده ایم، البته همچنان مشکل محدودیت های اقتصادی در جامعه روی کار تأثیر منفی می گذارد. الان نمایشگاه هایی زیادی برگزار می شوند که حتی یک مورد فروش هم ندارند. با این حال ما معتقدیم که در فضای رو به رشدی هستیم.

با وجود ذهنیتی که داریم، هنر ایران در دنیا شناخته شده نیست و فقط صنایع دستی و مثلا آثار استاد فرشچیان در دنیا شناخته شده هستند. متأسفانه پتانسیل موجود در هنر ایران به دنیا معرفی نشده است و در حراجی های بزرگ، ایرانی ها حضور ملموسی ندارند و آدم هایی مثل آیدین آغداشلو تک ستاره های هنر ایران به حساب می آیند، چون معمولا در خارج از کشور زندگی کرده اند و آثارشان را پرزنت کرده اند. این ناشناختگی همان قدر که کار ما را سخت می کند، می تواند سکوی پرتابی هم برایمان باشد. اگر به درستی آثار ایرانی را معرفی کنیم، می شود نگاه دنیا را به هنر ایرانی معطوف کرد، البته همچنان مشکل انتقال وجه را داریم و به همین دلیل دفتر فرانسه را افتتاح می کنیم تا انتقال وجه از این طریق انجام شود. به نظرم ان ارزشش را دارد که در این کار سرمایه گذاری کنیم، چون طبق تحقیقات ما، بازار آن لاین هنر به شدت رو به رشد است و ما به زودی می توانیم فروش آثار هنسری ایرانی را چند برابر کنیم. همین چند قرارداد کوچکی که بسته ایم باعث شده آثار ایرانی خیلی بیشتر به چشم بیاند.

بچه های خلاق گروه برای استارت آپ «توشه» طرح های بازمه ای منتشر کرده اند تا شیوه ی انجام کار به صورت گرافیکی توضیح داده شود

جامعیتی که در سایت آرتیبیشن وجود دارد باعث شده مخاطبان سایت زمان زیادی را به مشاهده ی بخش های مختلف سایت اختصاص دهند و تمام نیازهای هنری شان را همین جا مرتفع کنند



کره ای ها هم چند وقت پیش به شرکت ما سر زدند تا در رابطه با ویژگی های و هنرمندان و مجموعه داران زیادی از آثار استقبال کردند



نمایشگاه ایران شهر با حمایت از هنرمندان شهرستانی در گالری ملت برگزار شد



اعضای شرکت «سوشیاسافت» از زمان شروع فعالیت شان مختلفی انجام داده و چندین استارت آپ را به نتیجه رسانده اند. برای فهمیدن سرعت روند فعالیت بچه ها، پنج سال فعالیت شان را خیلی اجمالی بررسی کردیم.

۹۱ ۹۲ ۹۳ ۹۴ ۹۵

شروع فعالیت شرکت و بررسی ایده های مختلف. راه اندازی شبکه ی اجتماعی «گفتاک» ایده ای که هیچ وقت به هدف تعیین شده نرسید. شروع به کار گالری مجازی اضافه شدن توشه به آرتیبیشن و پیشرفت روز به روز پروژه. شروع به کار گالری مجازی اضافه شدن توشه به آرتیبیشن و پیشرفت روز به روز پروژه. استقبال هم قرار گرفت ولی طرح های بعدی هم مورد بررسی متوقف شد. قرار گرفتند.

بچه های گروه، ایده های هیجان انگیز دیگری جز آرتیبیشن را هم به نتیجه رسانده اند

ایده با من دویده

«آرتیبیشن» بخشی از فعالیت های شرکت «سوشیاسافت» است که بیشتر از دیگر فعالیت ها به چشم آمده ولی اعضای خلاق این گروه جوان، فعالیت های هیجان انگیز دیگری هم داشته اند که احتمالا اسمشان به گوشتان خورده است. این جا بخشی از دیگر فعالیت های شرکت را بررسی کرده ایم.

گفتاک شبکه ی اجتماعی ام اس ای

بچه های سوشیاسافت کارشان را با طراحی یک شبکه ی اجتماعی شروع کردند؛ «اولین پروژه ی شبکه ی اجتماعی مان «گفتاک» بود که شرکت با آن شروع به کار کرد. گفتاک، یک بستر ارتباطی بود که هر کاربر می توانست از طریق پیامک بگذارد و پست های دیگران را دریافت کند.» این پروژه را سال ۹۲ با یکی از اپراتورهای تلفن همراه شروع کردند و با وجود استقبال اولیه و حمایت از پروژه نهایت به دلیل نگرانی از تأثیرات مخرب شبکه های اجتماعی، با شکست مواجه شد؛ «این پروژه در همان ۹۲ متوقف شد و با وجود ۲۰-۳۰ هزار مخاطب فقط در بستر سایت و اپلیکیشن فعالیت می کند و فقط هزار گاهی رویش نظرات می کنیم که محتوای مجرمانه و توهین آمیزی بین کاربران منتقل نشود.»

توشه ایده بارتو بیرم

«توشه» یکی از مهم ترین و خلاقانه ترین پروژه های گروه است که جای خالی اش حسلی احساس می شده ایده ی خلاقانه ی عباس طهرانی، ایجاد سیستم حمل بار به همراه مسافر است؛ مثلاً من به عنوان مسافر سفرم را روی سایت ثبت می کنم و می گویم در فلان تاریخ می خواهم بروم اسپانیا و در فلان تاریخ هم برمی گردم. ۲۰ کیلو هم جای بار دارم. اگر کسی بخواهد جنسی به اسپانیا بفرستد یا از آن جا چیزی دریافت کند، از طریق سایت با نفر اول ارتباط می گیرد. طرف دوم بابت این درخواست پولی را در سایت توشه به امانت می گذارد تا وقتی که به مقصودش رسید پول در اختیار نفر اول قرار بگیرد. از این طریق، کسی که به سفر خارجی می رود بخشی از هزینه هایش را تأمین می کند و کسی هم که نیاز به ارسال یا دریافت جنسی دارد، با هزینه ی کمی به مقصودش می رسد. توشه هم درصد کمی برای هماهنگی و مرتب کردن آدم ها می گیرد. توشه جوایز زیادی در داخل کشور برنده شد و در «آی بریج» هم دیده شد. همیشه از آن به عنوان استارت آپ پیشرو یاد شده اما مشکلات متعددی سر راهش به وجود آمده که دست اندر کارانش تصمیم گرفته اند فعلا پروژه را تا حدی متوقف کنند؛ «یکی از سوآل هایی که همیشه از ما می پرسند، بحث اعتماد بود که همان ابتدا برایش راه حلی پیدا کردیم. اول اینکه کار را را به خرید از خارج سوق دادیم. راه حل دیگر هم استفاده از نظرات کاربران بود. در نهایت در این سامانه های بنا بر اعتماد بین افراد است و تا به حال مشکلی از این بابت نداشته ایم. در کل ما اگر بخواهیم در این حوزه موفق باشیم، باید سرمایه گذار خوب داشته باشیم که این حوزه را بشناسد. ما می خواستیم افراد از سفرهای دوستانه شبکه های اجتماعی شان باخبر شوند و از کسانی که به آن ها اعتماد دارند، بخواهند کارهایشان را در شهرها و کشورهای دیگر انجام دهند، چون خیلی وقت ها پیش می آید که دیر متوجه می شویم فلان دوستان به جایی که ما کاری آن جا داشته ایم، سفر کرده. این فعالیت ها درآمد زیادی برای ما ندارد، مگر در تعداد بالا برای خدمات دهی به تعداد مخاطب بالا هم نیاز به پشتوانه و سرمایه گذاری هست، چون کار خیلی نو و جدید است باید خیلی رویش کار کنیم تا بین مخاطبان جا بیفتد. الان این پروژه را

بر خلاف میلی باطنی مان متوقف کرده ایم. این کار جدید است و نیاز به سرمایه گذاری زیادی دارد.»

سنجاپ به نظر من توی می می گی؟

گروه سوشیاسافت سیستم دیگری هم به اسم «سنجاپ» دارند. سنجاپ یک سامانه ی نظر سنجی است که هزینه ی کار را یک سوم کرده است. بعضی نظر سنجی ها چند لایه هستند و می شود تعریف کرد که اگر این جواب را داد، سوآل بعدی این باشد. سنجاپ یک نظر سنجی هوشمند است که کاملاً داده ها را تحلیل می کند و تحویلت می دهد؛ «ما ربات تلگرام داریم و با شرکت های مختلف همکاری کرده ایم و مخاطب های زیادی برای نظر سنجی داریم. هفت هشت ماه است که راه افتاده و مدام به روز شده ولی هنوز به صورت جدی وارد این بازار نشده ایم و قصد داریم به زودی این کار را بکنیم، چون اطلاعات و نظر مخاطبان برای خیلی از کسانی که فعالیت مالی می کنند، بسیار مهم است.»

ژینو تلفیق واقعیت و مجازیت

«ژینو» اپ دیگر مان در حوزه ی واقعیت افزوده است. ژینو به این خاطر راه اندازی شد که مراکز میراث فرهنگی ما راهنمای خوبی ندارند و خیلی ها کامل متوجه نمی شوند چه اتفاقات تاریخی ای در یک محل رخ داده؛ «طر حمان این بود که مثلا وقتی وارد کاخ سعدآباد شوی و این اپ را روی گوشی ات اجرا کنی و همه چیز بازسازی نشود.» محتوایی که ارائه می شود می تواند بر اساس نیاز مخاطب، لینک سایت، متن، صوت، فیلم و حتی انیمیشن هم بعدی باشد. اعضای گروه، این ایده را تا حدی پیش بردند ولی میراث فرهنگی هنوز برای سرمایه گذاری احساس نیاز نکرده است. با این حال این کار برایشان خوش یمن بوده و یکی از دلایلی شد که شرکت، دانش بنیان شد. تفاوت اصلی ژینو با نمونه های دیگر این است که می تواند اپلیکیشن اختصاصی شما را بسازد؛ مثلا اگر شما یک آتلیه ی عکاسی دارید، می توانید برای هر مشتری یک اپ به اسم خودش تولید کنید که هر وقت گوشی را روی عکس های آل بوم عروسی بگیرند، بخشی از فیلم عروسی شان پخش شود؛ «ما این پیشنهاد را به شرکت های تبلیغاتی هم دادیم که بیلبوردهایشان را از این طریق متحرک سازی کنند.»

عباس طهرانی یکی از اعضای اصلی گروه است که ایده ی استارت آپ توشه را داده تا هزینه ی ارسال و دریافت کالا کمتر شود. استارت آپی که نیاز به حمایت مالی دارد تا بتواند بر قدرت به کارش ادامه دهد