هنر به‌میان شهر آمده

علی‌اکبر صادقی، نقاش: ما تابه‌حال چیزی به مردم از هنر نشان نداده‌ایم که نسبت به آن شناخت و آگاهی داشته باشند و جای خالی آن همیشه در زندگی احساس شده است. این کنجکاوی و دقت‌نظر روی آثار هنری باعث می‌شود روی دید بصری مردم نیز تاثیر بگذارد. در کشورهای خارجی کودکان را به موزه‌ها می‌برند تا با وجود آنکه درک درستی از آثار ندارند، اما آنها را ببینند، چراکه در آینده و روی زندگی آنها تاثیرگذار است. ما نیز باید هنر را بیش از این وارد زندگی مردم کنیم و از الان روی نسل آینده سرمایه‌گذاری کنیم به نظر من طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» این دیدگاه را به نسل آینده منتقل می‌کند. اجرای این طرح یکی از بهترین کارهایی است که در تمام دوران شهرداری انجام شده و کار فوق‌العاده‌ای است. چراکه مردم دیدشان نسبت به هنر تغییر می‌کند و بسیار چشم‌نواز است، به‌ویژه نمایش آثار مرتبط با شاهنامه بسیار حرکت ارزنده و شایسته‌ای است. اجرای این طرح چهره شهر را تغییر داده و این جای بسی خوشحالی است، چراکه هنر به میان شهر آمده است و بچه‌های ما که نقش بسیار مهمی در آینده دارند، بیشتر با این آثار روبه‌رو شده و از آنها تاثیر می‌گیرند. به نظرم باید بیشتر از این آثار به نمایش درآید و باید این آثار را در پارک‌ها نیز به نمایش گذاشت. بد نیست پس از اتمام دوره اجرای این طرح، این آثار را به پارک‌ها منتقل کنند تا مردم بتوانند با دقت‌نظر بیشتری آثار را دیده و به درک بهتری از آثار هنری برسند.

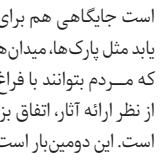
ازبین‌بردن بی‌تفاوتی مخاطب

کیانوش عیاری، کارگردان سینما و تلویزیون: من از دیدن این تابلوهای زیبای نقاشی در سطح شهر بسیار خوشحال شدم و آن را به فال نیک می‌گیرم، زیرا در کشوری که تجارت بر همه امور ازجمله هنر سایه افکنده، این تجربیات حائز اهمیت است. ممکن است مخاطب عادی در وهله اول با این تابلوها ارتباط برقرار نکند، اما به تدریج دیدن این تصاویر برای آنها مهم می‌شود و چشم را به سمت زیبایی هنر رهنمون می‌کند و شخص ترغیب می‌شود ساعتی را در طول هفته یا ماه صرف مطالعه و دیدن گالری‌های هنری کند. معتقدم این طرح بی‌تفاوتی مخاطب را در قبال هنر از بین می‌برد.

نیاز به چیدمان کارشناسی

نصرالله افجه‌ای، خوشنویس: به نظرم اجرای این طرح اتفاقی بزرگ است که در شهر ما تهران رقم خورده است. بسیار علاقه‌مندم و دیدم مردم همه علاقه‌مندند و آثار را دنبال می‌کنند و از دیدن آن لذت می‌برند. اما معتقدم آثار با این کیفیت، نیازمند دقت بیشتری هستند. مخاطب به‌تنهایی نمی‌تواند این آثار را ببیند و فرصت دقت عمل در سطح شهر را ندارد. بهتر است جایگاهی هم برای این امر در سطح شهر اختصاص یابد مثل پارک‌ها، میدان‌ها، ایستگاه‌های مترو و فرهنگسراها که مردم بتوانند با فراغ بال آثار را ببینند. اما درمجموع از نظر ارائه آثار، اتفاق بزرگی است که در شهر رخ داده است. این دومین‌بار است که طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» اجرا می‌شود و این جای تبریک دارد. اجرای این طرح، مانند کتاب‌خواندن است، کتاب باعث تغییر افکار می‌شود و ما را با موضوعات دیگر و با هرچه که در قرون گذشته رخ داده و در مقایسه آن با امروز آشنا می‌کند. درواقع این آثار راهنما و سازنده هستند و نمی‌توان گفت اجرای این طرح خوب نیست و حق هم نداریم این فکر را ندیده بگیریم یا شکی در آن داشته باشیم. امیدوارم در سال‌های آینده شاهد اتفاق بهتری باشیم و درمورد جایگاه‌ها و مکان‌یابی آثار دقت بیشتری درنظر گرفته شود. آثار خوشنویسی را دیدم، از خطوط نسخ، ثلث و... تا آیات قرانی بسیار زیبایی را هم در این طرح دیدم. درواقع آنچه بیش از هرچیز به نظر می‌رسد این است که این آثار باید چشم مخاطب را به شکلی به سوی هنر باز کند که اگر به سمت مطالعه هنری نمی‌رود، حداقل از راه دور و به این شکل فراگیرد. این اتفاق برای جوانان، خوشنویسان، نقاشان و هنرمندان ما بسیار تاثیرگذار است. تنوع آثار خوب بود، اما تفکیک منطقه‌ای باید دسته‌بندی شوند و نسبت به سطح شهر این اتفاق بیفتد مثلا در نقاطی که نقاشی مدرن را می‌پذیرند، آثار مدرن و در مناطقی که مرکزی‌تر و سنتی‌تر هستند، آثار کلاسیک و قدیمی به نمایش درآیند. برای چیدمان آثار باید کارشناسی درستی صورت گیرد.

مخاطب فرصت دیدن داشته باشد



آرمان استپانیان، عکاس: در برهه‌ای از زمان، دید بصری ما بسیار آسیب دید و حتی می‌توان گفت دید بصری‌مان به طرز وحشتناکی از بین رفت، چراکه چیزی برای دیدن وجود نداشت و درنهایت این قشر دانشجو و هنرمندان هستند که می‌توانند آثار هنری را ببینند و ارزیابی‌ای از آن داشته باشند که آن هم خیلی کامل و جامع نیست. ما هنوز هنرمندان معاصر خودمان را به‌خوبی و درستی نمی‌شناسیم و این معضل است، نه‌فقط در سطح شهر، بلکه در همه مراکز عمومی باید آثار هنری را به نمایش درآورد تا مخاطب ببیند. وقتی به اجرای این طرح در کشورهای اروپایی نگاه می‌کنید، می‌بینید آثار هنری در خیابان‌ها، متروها و بیلبوردها به نمایش درمی‌آیند و مردم هم می‌ایستند آثار را نگاه می‌کنند. به نظر من این آثار نیز باید بیشتر در جاهایی نصب شوند که مخاطب فرصت دیدن آن را داشته باشد. به نظرم اگر در ایستگاه‌های مترو یا اتوبوس باشد، بیشتر دیده می‌شود. هرچند ممکن است این آثار تخریب هم شوند، اما باید در جایی که مخاطب فرصت دیدن و اندیشیدن داشته باشد، نصب‌شان کرد تا شهروندان کم‌کم به دیدن آثار هنری عادت کنند.

هنرمندان از دومین دوره «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» گفتند

نگارخانه‌ای روی بیلبوردها

اولین دوره «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» اگر منتقدانی هم از نظر کارکرد کالایی‌شدن آثار هنری یا نحوه استفاده از هنر در موقعیت‌های شهری داشت، در دومین دوره به محلی برای طرح اختلاف نظر گروه‌های سیاسی تبدیل شد. شهروندان تهرانی برای دومین سال، شاهد نمایش ۸۰۰ اثر از هنرمندان ایرانی و خارجی روی بیلبوردهای شهر بودند. این طرح که از سال گذشته با عنوان «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» برگزار شد، در دومین دوره از دهم خرداد اجرا شد. شهری که از سوی بسیاری از فعالان هنری، از نظر نصب و ارائه آثار هنری آشفته است، یکباره با آثاری مواجه شد که بسیاری از آنها در موزه‌های معتبر نگهداری می‌شوند و از نقاشی‌های معاصر و مدرن تا معماری و آثاری از دوران اسلامی و قدما را نمایش می‌دهد هرچند ایده اصلی آن از سوی سعید شهلاپور، نقاش و مجسمه‌ساز، در سال‌های قبل ارائه شده بود. نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر در اولین دوره با بازتاب زیادی در شبکه‌های اجتماعی و حتی اظهارنظرهای هنرمندان و منتقدان مواجه شد. در بیشتر این نقدها نصب آثار هنری روی بیلبوردهایی که تا پیش از آن برای معرفی و تبلیغ کالاهای تجاری استفاده می‌شد، به عنوان امری مثبت برای آشنایی مردم با هنر تلقی شده بود. علیرضا سمیع‌آذر، منتقد و مدرس هنر، دراین‌باره به "شرق" گفته بود: «در تاریخ نیم قرن گذشته، تلاش‌های مختلفی صورت گرفته است که هنر از مکان‌های خاص به سطح عمومی جامعه و مخاطبان عمومی برسد. یکی از این تلاش‌ها، نقاشی‌های دیواری انقلابی هستند که نمونه آن نقاشی انقلابی مکزیک است. در آن دوره این اعتقاد وجود داشت که نقاشی سه‌پایه‌ای متعلق به اشراف است و نقاشی دیواری برای همه مردم. بعد از انقلاب ایران نیز تمایل به نقاشی دیواری در مقیاس بزرگ وجود داشت. همچنین تلاش‌های دیگری در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ در قالب گرافیتی‌آرت یا نقاشی‌های ترکیبی از متن و تصویر انجام شد تا هنر از مکان‌های خاص خارج شود. این پروژه در مقایسه با نقاشی دیواری یا گرافیتی‌آرت، که پیرو خواسته‌های سیاسی است، بالاتر است». اما تمام نظرها بدین‌گونه نبود و این طرح منتقدانی با نگاهی منفی نیز داشت. در نشستی که پنجم خرداد ۹۴ در خانه هنرمندان برگزار شد، ناصر فکوهی، آسیب‌شناس و انسان‌شناس شهری، از منظری دیگر به این رویداد نگاه کرد: «در دهه ۶۰ اثری از رنگ و بیلبورد در تهران نبود. تغییرات مدیریت شهری در دهه ۷۰ و رسیدن به درک اینکه می‌توان از همه‌چیز پول درآورد، منجر به افراط‌وتفریط شد و همه‌چیز در قامت بیلبورد ظهور پیدا کرد. در اولین برخورد با این آثار، کپی یا غیرکپی، حس خوبی در بیننده ایجاد می‌شود و این همان happening و رویدادی است که پیش‌تر به آن اشاره شد. شوک ناشی از برخورد با این رویداد می‌تواند مفید باشد و یک حرکت فکری را پایه‌گذاری کند. اما آیا چنین شوکی در واقعیت چنین قدرت بالقوه‌ای را دارد؟ من براساس تجربیات جامعه‌شناسی شهری‌ام می‌توانم در پاسخ به این سؤال بگویم نه و بیشتر در مقوله تصاحب‌کردن و درواقع هم‌ذات کردن شیء هنری با شیءِ کالایی است؛ به عبارت دیگر، کالایی‌کردن شیءِ هنری در خدمت چیزی که شیءِ هنری نیست».

فرزان سجودی، نشانه‌شناس و مدرس دانشگاه، هم در همان نشست گفته بود: «مجموعه‌ای از آثار هنری، بدون هیچ رابطه همگنی با یکدیگر، از کمال‌الملک گرفته تا رامبراند، از کاشی‌کاری گرفته تا خطاطی، از هنر معاصر تا هنر قرون هفدهم و هجدهم اروپا، از خاستگاه‌های متفاوت و مکان‌های متفاوت جابه‌جا شده‌اند. این اتفاق نمایانگر جداشدن و منزوی‌شدن اثر از بافت تاریخی-اجتماعی و مکان دیده‌شدن آن است. اثر از بافت خود منزوی شده، مهاجرت کرده و در یک کولاژ عظیم قرار گرفته تا پدیده نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر شکل بگیرد. تنها رویکردهای سنتی به آثار هنری آنها را درون یک قاب می‌بینند، درصورتی‌که آثار در بافت‌های فرهنگی-اجتماعی اتفاق می‌افتند و مکان نمایش آنها بخشی از تحقق آن اثر به شمار می‌رود. بنابراین آثار با کنده‌شدن از بستر خود و قرارگیری در کنار یکدیگر، توده‌ای را در شهر شکل داده‌اند». با اجرائی‌شدن دومین دوره این طرح باز هم اشتیاق مردم از طریق تصاویری که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کردند و نظرات تعداد دیگری از هنرمندان در رسانه‌ها منتشر شد. به‌نظر می‌رسید این طرح همچون سال گذشته از منظر هنر و کارشناسانی که در حیطه فرهنگی و اجتماعی فعالیت می‌کنند، موردنقد و بررسی قرار گیرد اما این‌بار منتقدان «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» مخالفانی از جنسی دیگر داشت.

مجتبی شاکری، یکی از اعضای شورای شهر، چهارم خرداد در صحن شورای شهر با لحنی تند طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» را فاقد توجیه فنی، اقتصادی و محتوایی و بعضا همراه با آثاری از مکاتب مطرود هنری برشمرد: «اگر مردم بدانند برای اجرای این طرح چقدر هزینه شده و اطلاعات صحیح دراین‌باره دریافت کنند، قطعا نسبت به آن موضع خواهند داشت». این عضو شورای شهر تهران با بیان اینکه برخی از شعارهای اکران‌شده در تابلوهای شهر از جنسی است که به کسی برنخورد و نمایشگر یک اسلام سکولار است، افزود: «تهران تعداد زیادی شهید مدافع حرم دارد که باید موردتوجه قرار گیرند. همچنین برخی از شعارهای اکران‌شده در سطح شهر نیز از جنس حجتیه است. در میان هزار تابلو توزیع‌شده در سطح شهر ۱۰ مورد درباره امام‌زمان(عج)، ۱۲ مورد درباره خرمشهر و ۱۳ مورد پیرامون جبهه بوده است. بنابراین اینکه علما و بزرگان اعتقاد دارند امام‌زمان(عج) در فضای شهر گم شده، درست است».

البته صحبت درباره اختصاص بیلبوردها به فضاهای شهری، از سوی دیگر اعضای شورای شهر هم مطرح شد. عبدالحسین مختاباد، رئیس کمیته هنر شورای شهر تهران، تاکید داشت دوران تبلیغات کمونیستی تمام شده و نباید انتظار داشت به سبک قدیم شهر را زیبا کنند. او به «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» اشاره کرد: «سال گذشته در سالروز پیروزی خرمشهر، ۱۶ اثر به موضوع فتح خرمشهر اختصاص داشت و امسال ۳۰ عرصه فرهنگی به سالروز فتح خرمشهر اختصاص داشته و تبلیغات با موضوع نیمه‌شعبان، ۱۰ برابر سال‌های گذشته شده است». احمد دنیامالی نیز به هجمه‌ها علیه عملکرد زیباسازی و «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» اشاره و تأکید کرد اجرای این کار قابل‌نکوهش نیست: «دوسوم آثار به کار گرفته‌شده در این طرح، متعلق به هنرمندان ایرانی است و درکل حرکت قابل‌قبولی صورت گرفته است». از سوی دیگر عیسی علیزاده، مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران، در پاسخ به این انتقادها در مورد بی‌توجهی به ایام نیمه‌شعبان و آزادسازی خرمشهر به مهر، گفت: «امسال سه برابر سال گذشته سازه‌های تبلیغاتی به موضوع نیمه‌شعبان و آزادسازی خرمشهر اختصاص داده شد اما به نظر می‌رسد به دلیل آنکه همه سازه‌های تبلیغی شهر به موضوعات هنری اختصاص داشته، این آثار زیاد به چشم برخی از شهروندان نیامده‌اند. در زمان اجرای این پروژه یعنی در فاصله زمانی ۱۰ تا ۲۵ اردیبهشت سال گذشته، نمایشگاه کتاب و مسابقات بین‌المللی قرآن برگزار شد، بنابراین زمان را به خردادماه تغییر دادیم».

همچنین نسیم‌آنلاین در گزارشی درباره نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر چنین نوشت: «نکته‌ای که در سخنان علیزاده است و آن اشاره به نفع شخصی صاحبان گالری‌هایی است که آثارشان در طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» به نمایش در آمده است. این نفع را صرفا نمی‌توان منحصر به آثار ایرانی دانست. شهرداری در ابعاد وسیع در حال تبلیغ آثار موزه‌ای کشورهای خارجی است. این در حالی است که هیچ هزینه‌ای برای تبلیغات گسترده فرهنگی آن کشورها اخذ نشده و بیلبوردهای گران‌قیمت شهری در تهران به‌رایگان در اختیار فرهنگ و هنر کشورهای غربی قرار گرفته است». در ادامه این گزارش آمده است: «به احتمال زیاد، طرح « نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» سال‌های آینده نیز برگزار خواهد شد، بهتر است شهرداری تهران از هم‌اکنون فکری برای جلب مشارکت جهت نمایش آثار خارجی داشته باشد تا حداقل در ۱۰ روزی که بیلبوردهای تجاری درآمدی ندارند، بخشی از هزینه‌های آنها بازگردانده شود».

از سوی دیگر رضا تقی‌پور، سخنگوی شورای شهر تهران، ۱۶ خرداد به تسنیم گفته است: «با توجه به اینکه تهران ام‌القرای جهان اسلام به شمار می‌آید و همواره میهمان‌های خارجی بسیاری در آن تردد دارند، باید به پیامی که در آثار به نمایش در آمده منتقل می‌شود، توجه داشت اما طرح نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر از این مزیت هم بی‌بهره بود. مدیران شهری باید به این موارد توجه داشته باشند اما با این شیوه‌ای که در پیش گرفته شده در صورت لزوم باید ماده‌واحده‌ای تعیین کنیم تا براساس آن چارچوب‌های اجرای کار در شورای شهر تعیین شود و دیگر چنین اتفاقاتی رخ ندهد». اگر از اختلاف نظرهایی که از سوی اصولگرایان و اصلاح‌طلبان درباره نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر مطرح شده است، بگذریم، هنرمندان ایرانی همچنان از اجرائی‌شدن این طرح حمایت کرده‌اند، هرچند آنها پیشنهادهایی نیز برای اجرائی‌شدن بهتر آن ارائه کرده‌اند .

تعجب از اجرای یک ایده

آیدین آغداشلو، نقاش: اجرای طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» فکر بسیار خوبی است و نکات مثبت بسیاری در خود دارد. این ایده درخشانی است که در کمترجایی در دنیا اجرا شده است. خوبی‌اش این است که زمینه‌های مختلف هنری را دربر می‌گیرد و چشم‌انداز کلی‌ای از تاریخ هنرهای تجسمی را در شکلی خوش‌چاپ‌وخوش انتخاب عرضه می‌کند. بقیه نکات کاملا بر مبنای سلیقه شخصی است که شاید نمونه‌های دیگری می‌توانست در این طرح انتخاب شود. اما به نظرم آثار بسیار باسلیقه و در نوع خود هوشمندانه، انتخاب شده‌اند و حاصل آن مجموعه‌ای بسیار متفاوت است که در شهر عرضه شده است. این روزها وقتی در خیابان‌های تهران حرکت می‌کنم، بسیار لذت می‌برم از دیدن نمونه‌های هنری‌ای که در این ابعاد در اختیار عموم قرار گرفته است. به نظر می‌رسد برگزارکنندگان به هدفی که در نظر داشتند، رسیدند و تعجب می‌کنم شهرداری با کارنامه متفاوت خود، به چنین کاری دست زده است، چراکه عمدتا کارهایی که برای زیباسازی شهر انجام می‌شود از کیفیت‌های مختلفی برخوردار است. گاهی مجسمه، نقش برجسته و نقاشی دیواری‌هایی نه‌چندان جذاب و زیبایی را بر شهر تحمیل می‌کنند، اما اینکه شهرداری و سازمان زیباسازی چنین فکر درخشان، مفید و تعلیم‌دهنده و راهگشایی را انتخاب کرده است، برای من جای شگفتی دارد و با همه اشکالاتی که داشته، به اجراکنندگان آن تبریک می‌گویم، چراکه از قدیمی‌ترین زمان تا معاصرترین را در انتخاب آثار در نظر گرفته‌اند. عده‌ای ممکن است به دلایل مختلف ذوقی و سیاسی، با اجرای آن مخالف باشند، اما به‌هرحال این دوستان کار خودشان را به‌درستی انجام داده‌اند. البته بهتر است از نقاشان معاصر هم آثاری را به نمایش بگذارند و پیشنهادم این است نمونه‌هایی از نقاشی معاصر ایران در طول ۷۰ سال گذشته را انتخاب و به همان شکل وسیع عرضه کنند تا مردم با هنر معاصر نیز آشنا شوند. درست است که دیدن نقاشی‌های یک هنرمند شرقی یا اروپایی لذت‌بخش است، اما بد نیست کار جمع کثیری از هنرمندان معاصر را هم به نمایش گذاشت تا مخاطب به داشته‌های خود بیفزاید. اجرای این طرح روی سطح سواد بصری به معنای عمیق، خیلی اثر نمی‌گذارد چراکه بسیار پراکنده هستند و آن هدف آموزشی را برآورده نمی‌کنند، اما چون توضیح دارد و انتخاب درستی بوده، می‌تواند فتح بابی شود برای کسانی که زمینه علاقه‌مندی را دارند و به دنبال آن می‌روند. درواقع این آثار اشاره هستند و می‌شود آنها را تعقیب کرد تا معنای دقیق را دریافت کرد. مخاطب هم باید احساس مسئولیت کند و به سمت عمق بستر برود و آن را بکاود و نگاه کند تا سواد بصری‌اش نیز بالا رود.

فرهنگی‌شدن چهره شهر

ناصر چشم‌آذر، موسیقی‌دان و آهنگ‌ساز: هر اقدام هنری‌ای که باعث زیبایی و فرهنگی‌شدن شهر تهران شود، برایم جالب‌توجه و حائز اهمیت است، زیرا مردمی که در سطح شهر تردد می‌کنند، از آن روحیه و نشاط خوبی می‌گیرند. طرح «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» هم در همین راستا است و روحیه مردم را دگرگون کرده است. در روزگاری که گستره اطلاعات هنری در اختیار همه مردم است و با کلیک یک دکمه اطلاعات روز را دریافت می‌کنند، وظیفه سازمان‌های مختلف است که به فرهنگی‌شدن چهره شهر کمک کنند تا گرایش مردم به هنر بیشتر شود و اوقات فراغت‌شان را برای دیدن گالری، کنسرت، سینما و تئاتر صرف کنند. هنر ما در همه رشته‌ها حتی در موسیقی، نیاز به چنین حمایت‌هایی دارد.

پویایی هنرهای تجسمی

همایون ارشادی، بازیگر سینما: هر نوع تلاش فرهنگی برای معرفی رشته‌های مختلف هنر در میان مردم مثبت و اثرگذار است و می‌تواند باعث پیوند بین مردم و هنر شود. متأسفانه هنر در کشور ما چندان شناخته‌شده نیست و در برخی از عرصه‌ها مثل هنرهای تجسمی، هنرمندان مهجور و ناشناخته در میان عموم مردم هستند. جامعه‌ای به سمت تکامل و پویایی می‌رود که مردمش به فرهنگ و هنر توجه داشته باشند. این مسئله زیربنای رشد اجتماعی در همه زمینه‌هاست و طرحی نظیر «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» می‌تواند در راستای چنین هدفی خیلی تاثیرگذار باشد. البته باید به این نکته نیز توجه داشت که هیچ هنری بدون داشتن مخاطب گسترده نمی‌تواند به تکامل برسد و این طرح برای عرصه هنرهای تجسمی، پویایی به همراه خواهد داشت.

خارج‌کردن نقاشی از وضعیت گلخانه‌ای

محمدعلی سجادی، نقاش و فیلم‌ساز: اقدام بسیار نوآورانه و خوبی در شهر تهران انجام شده است. این طرح باعث ایجاد ارتباط بین مردم با هنرها و به‌ویژه نقاشی می‌شود و تلاشی جدی برای خارج‌کردن نقاشی از حالت گلخانه‌ای و محدودش و تلاشی است تا به هنرهای ارزشمند تجسمی عمومیت بخشد. این طرح فرهنگی می‌تواند نظر مخاطبانی را که معمولا از نقاشی اطلاعی ندارند، به خودش جلب کند تا به‌تدریج با نقاشی رابطه تنگاتنگی پیدا کنند، البته نباید انتظار داشته باشیم کار فرهنگی در لحظه جواب دهد و باید صبور باشیم و با برنامه عمل کنیم. هیچ‌وقت با یک گل بهار نمی‌شود و این طرح به همراه اضافه‌شدن تدریجی تعداد زیادی از گالری‌ها، نوید وضعیتی خوب را برای هنرهای تجسمی می‌دهد.

مکعب سفید

نقد «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر»

وسمه بر ابروی کور کشیدن

رحمان سهندی

می‌گویند دنی دیدرو احساس رضایت‌بخشی از گنجه لباس‌هایش داشت تا زمانی که شلوارِ خوابی هدیه گرفت. ازآن‌پس، به دلیل سنخیت‌نداشتن شلوار با دمپایی‌اش مجبور به عوض‌کردن دمپایی شد. برهمین‌منوال، نوبتِ سایر لوازم رسید تا اینکه همه گنجه‌اش تغییر کرد. «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» در ابتدا این‌گونه می‌نماید. دراین‌زمینه، همواره سؤال از دامنه ارتباطی و میزان تاثیرگذاری مطرح است، اما طرح مسئله اصلی درباره بی‌معنایی (کم‌معنایی) آثار هنری در مکان‌ها و علل شکل‌نگرفتن فضا در شهر و شناخت جایگاه هنر در بین مدیران شهری است. معنادارنکردن مکان و به‌وجودنیامدن فضا در شهر حاصل سیاست نادرست ظهور هنر در شهر است. درنتیجه سنخیت‌نداشتن بازیگران فضایی شهر، آثار هنری همان جایگاهی را پیدا کرده‌اند که تبلیغات کالاها از پیش داشته‌اند. پهن‌شدن آثار هنری در گستره بیلبوردهای تبلیغاتی به تعبیر استوارت هال خوانش متضادی را در پی دارد که مخاطبان قرائتِ ترجیح داده‌شده را درک می‌کنند، اما سرانجام در رمز متنی آن سهیم نمی‌شوند. نتیجه‌ای که بودریار نیز همانند مک لوهان می‌گیرد ظَفریافتن رسانه بر پیام و به‌نوعی بر معناست که حاصل چیزی جز وانمودکردن نیست. هماره، مانا و ماندگاری چنین طرح‌هایی در ارتباط عمیقِ «فضای جغرافیایی» و «معنا»ست که شکل‌نگرفتن یکی سبب سترون‌شدن دیگری می‌شود.

آثار هنری در معنادارکردن مکان (بیلبوردها) و تبدیل آن به فضا ناموفق بوده‌اند. مکان در مواجهه با کنشگر معنادار می‌شود. مکان معنادار حاوی نشانه‌هایی است تا این امکان را به آن بدهد که نه‌تنها خوانده، بلکه ساخته شود. بنابراین، فضا و به‌تبع همان، نظام فضایی (ساختاری که باید کارکردی داشته باشد) موجودیت می‌یابد. دراین‌میان، مکان ممکن است با ازدست‌دادن عناصر حیاتی یا با پرشدنِ عناصر اضافی از معنای خود تهی شود. در نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر، مکان برای تبلیغات در طول سال‌ها معنادار شده است. ظهور یک‌باره آثار هنری روی آنها به دلیل ارتباط برقرارنکردن با کنشگرها بی‌معنا یا دست‌کم کم‌معنا می‌نماید، چراکه در آن عمل فضایی نمی‌شود.

درباره اهمیت فضا، براساس نظام یاکوبسنی باید به رسانه (عنصر تماس) اشاره کرد که آثار هنری را می‌نمایاند؛ یعنی جایی که پدیده در آن قرائت می‌شود. پیدانکردن رسانه مناسب یعنی ناآگاهی از چگونگی ظهور آثار هنری در شهر. تیترهای درشتی که بتوان از فاصله دور خواند فقط مثالی است برای شناخت «ظرفیتِ ظرافت» بیلبوردها و زمینه ارجاعی خاص آنها، چراکه فرایندهای ایجاد معنا در چنین مکان‌هایی برای پدیده‌های خاصی (تبلیغات) پیش‌بینی شده است.

کشاکش اصلی بر سر شکل تماس آثار هنری و حدود دگرگونی ناشی از تماسِ آنهاست. به گفته آدورنو، اثرِ هنری در فرایند نمایان‌شدن همواره به چیزی بیش از آنچه هست بدل می‌شود. آیا چنین ارائه‌ای در این طرح به برداشت‌های جدید زیبایی‌شناسی منجر شده است؟

برای بنیامین شکل تماس هنری و تازگی در ابزار بیان اهمیت داشت. مسئله برای او دگرگونی ابزارها و تاثیرهای پراتیک ناشی از آن بود. آدورنو، در نقدی، چنین برداشتی را شیوه بت‌واره تولید کالا دانست که رسانه‌ها در دوران سرمایه‌داری براساس عادت‌های حسی انجام می‌دهند.

ادامه در صفحه ۱۲

آونگ

یادداشت‌هایی درباره هنر معاصر

زنگ‌های ضدزنگ

علیرضا امیرحاجبی

آنچه هنر معاصر را از هنر کلاسیک و سنتی متمایز می‌کند، تنها دیدگاه و تعاریف زیباشناختی نیست. در هنر معاصر رویدادها، زمان و تفکر به اشکال فوق‌العاده متنوعی به هنر الصاق می‌شود. انسان در مواجهه با هنر معاصر تنها یک بیننده نیست. بلکه خود نیز می‌تواند سهمی هرچند کوچک در این حوزه داشته باشد. حتی مدرنیست‌های دهه‌های ۴۰ و ۵۰ میلادی نیز این‌چنین آزادی و هویت‌یابی‌ای را نمی‌توانستند تجسم کنند؛ هویت‌یابی یا بهتر بگوییم «باز- هویت‌یابی» انسان در قالب هنر معاصر.

معاصریت توانست به مخاطب اعلام کند که می‌تواند نقشی سازنده و گاه مخرب در هنر داشته باشد. از سوی دیگر همین معاصریت بود که توانست هنرمند را قانع کند تا با ساخت فضایی انتزاعی و فرضی که به آن «جعبه سفید» می‌گوییم انسان امروز را از قیدوبند بسیاری از بایدهاونبایدهای هنر سنتی رها کند. اما این «جعبه سفید» یا «مکعب خنثی» (Blank) دقیقا چیست؟

جعبه سفید به ما و هر هنرمند دیگری اجازه می‌دهد تا هر رویداد یا هر اثر غیرهنری را بر مبنای یک ایده مشخص یا حتی نامشخص در فضایی قرار دهیم که وابسته و مربوط به هنر است. یک صفحه روزنامه را در نظر بگیرید. اگر این صفحه در خانه یا دفتر روی میزی قرار گیرد، ارزش‌های مشخصی دارد. اول ارزش فیزیکی وزن، نوع کاغذ، نوع چاپ، ابعاد، تعداد کلمات و مختصات گرافیکی. ارزش دیگر این صفحه روزنامه اطلاعات و داده‌هایی است که در آن درج شده. شما براساس این داده‌ها می‌توانید به نتایج مشخصی دست پیدا کنید. شما می‌توانید با دیدن همان یک صفحه با عقاید و پوزیسیون سیاسی نویسنده آشنا شوید و به این نتیجه برسید که این نویسنده به چپ یا راست گرایش دارد.

هرچند این نتایج مختصر باشند اما درنهایت ارزش انفورماتیو دارند. پس تا به اینجا مشخص شد که یک صفحه روزنامه می‌تواند دلالت‌های مختلفی داشته باشد. حال تجسم کنید همین صفحه روزنامه را بدون کمترین دخل‌وتصرفی داخل یک قاب گذاشته و بر دیوار یک گالری بیاویزیم. از این به‌بعد ارزش‌های فیزیکی و انفورماتیک به حاشیه می‌روند یا بهتر بگوییم به‌طور موقت ساکت می‌شوند. حال ارزش دیگری به میان آمده؛ ارزش الحاقی یا دلالت ضمنی. این ارزش توسط دو عنصر به صفحه روزنامه می‌چسبد یا الصاق می‌شود: اول مکان که همان گالری است و دوم هنرمندی که این صفحه روزنامه را در قاب قرار داده و آن را به‌عنوان یک اثر هنری معرفی کرده است. این صفحه روزنامه بعد از معرفی و نمایش در یک گالری، دیگر یک صفحه روزنامه نیست. اما باید جمله را اصلاح کنیم: هم روزنامه است و هم یک اثر هنری. چرا؟ چون هم واجد ویژگی‌های یک روزنامه است و هم به دلایلی هنرمند آن را انتخاب کرده و یک گالری آن را به نمایش گذاشته

است. انتخاب و اراده جهت به‌نمایش‌گذاشتن یک چیز غیرهنری همان فضایی است که به آن «جعبه سفید» هنر معاصر می‌گوییم. ایده جعبه سفید شاید برای اولین‌بار توسط مارسل دوشان ملعون با نمایش کاسه توالت (چشمه) معرفی شد اما به‌طور مشخص و مدون این ایده در مقدمه مجله هنر و زبان توسط هنرمندان مفهومی منتشر شد. بسیاری از هنرمندان قبل از انتشار این بیانیه دست به اقدام زده بودند و این ایده تا به امروز با قوت تمام مورد استفاده قرار می‌گیرد. انتخاب یک هنرمند خود یک اقدام هنری و خلاقانه است و لزومی ندارد تا هنرمند دست به خلق چیزی بزند که تابه‌حال وجود نداشته. وی می‌تواند با انتخاب و چینشی خاص در مکان و زمانی خاص به بیان موضوع یا مفهومی بپردازد. اشیا در هنر معاصر روی تیغ قرار دارند؛ هم می‌توانند هویت‌های ذاتی خود را داشته باشند و هم می‌توانند به‌عنوان یک چیز هنری که توسط هنرمند انتخاب شده به مخاطب معرفی شوند. درنهایت می‌توان گفت که معاصریت شکل و تعریف جدید از اشیا و زیبایی را در جعبه سفید به انسان ارائه کرده است.

تمام این تعاریف را ارائه دادم تا به رویدادی اشاره کنم که چندروز پیش در موزه هنرهای مدرن سانفرانسیسکو موجب خنده و سرگرمی مخاطب شده بود. نوجوانی به نام تی‌جِی که در سرکارگذاشتن مردم مهارت دارد، در دو مرحله با قراردادن کلاه و عینک خود در یکی از سالن‌های موزه، واکنش مخاطبان را با یک دوربین مخفی ضبط و در حساب توییتری خود گذاشت. مخاطبان به عینک و کلاه دقت می‌کردند و عکس می‌گرفتند و آن دو شیء را آثاری هنری قلمداد می‌کردند. آیا این دو چیز آثاری هنری بودند؟ در نگاه اول به رویداد پاسخ منفی است اما ایده همین نوجوان خود یک ایده خلاقانه و هنرمندانه است. موزه نیز به شکل‌گیری این ایده کمک کرده. آثار هنری دیگر در سالن‌های این گالری نیز فضای مکعب سفید را به وجود آورده‌اند هرچند با بررسی صفحه تی جی متوجه می‌شویم که وی هیچ‌گونه ارتباطی با هنر معاصر ندارد اما معاصریت بدون سروصدا به او کمک کرده تا یکی از شاخصه‌های هنر معاصر توسط او به نمایش گذاشته شود. بدون آنکه این نوجوان احساس هنرمندبودن/ شدن داشته باشد. این جوهر هنر معاصر است.