آزاده جعفریان

عکس: نهاره اسدی

محمدحسین عماد در گفت‌وگو با «شرق»:

با نور می‌توان مجسمه ساخت

باز هم «محمدحسین عماد» با مجسمه‌هایی که شبیه هیچ‌چیز در دنیای پیرامون نیستند به گالری اثر باز آمد؛ این‌بار انتزاعی‌تر از همیشه و ناشناخته‌تر. آثاری که علاوه بر شکل‌های ساده و بی‌پیرایه‌شان به‌لحاظ برخورداری از کانسپت نور حایز ویژگی‌های مفهومی نوظهوری هم هستند؛ مجسمه‌هایی که همچنان سبکی در بافت هویتی آنها یک شاخصه به حساب می‌آید اما این‌بار در همنشینی با نور تامل‌برانگیزتر از همیشه به‌چشم می‌آیند. با عماد در چهاردهمین نمایشگاه انفرادی‌اش درباره «سایه‌روشن» (مجموعه تازه مجسمه‌هایش) به گفت‌وگو نشستیم.

عنوان «سایه‌روشن» به چه مفهومی اشاره دارد؟

من در این مجموعه متریال ساخت آثارم را تغییر دادم و از پلی‌کربنات و ورق آلومینیوم استفاده کردم. بنابر همین ماده‌ای که کار کردم و این منفذهایی که نور را عبور می‌دهد و در نهایت نورهایی که پس از عبور از اثر، سایه‌ای را ایجاد می‌کنند نام «سایه‌روشن» را برای این مجموعه مناسب دیدم.

فکر می‌کنید آثار قبلی‌تان قابلیت برگزیدن این عنوان را نداشت یعنی این نام تنها به علت تغییر متریال ساخت بوده؟

بله. کارهای قبلی در فضاهای دیگری بودند و این کارها در زمینه‌های دیگری هستند. یعنی باید بگویم کارهای قبلی‌ام به درون توجه داشتند و من درون حجم‌های خالی را به نمایش می‌گذاشتم ولی اکنون رویه‌ام فرق کرده و حتی متریال ساخت آثارم نیز متفاوت است. این مجسمه‌ها به‌نوعی نور را از خود عبور می‌دهند و این عبور نور و ایجاد سایه باعث انتخاب نام «سایه‌روشن» شد.

آثار حاضر در گالری اثر، نسبت به آثار قبلی‌تان حایز چه ویژگی‌های تازه‌ای هستند؟

در مجسمه‌های چوبی معمولا از تنه درخت استفاده می‌کردم. در آن آثار، کل ماده وجود داشت یعنی من از کل چیزی را برمی‌داشتم البته در این روند تغییراتی را هم ایجاد می‌کردم. در اصل آن یک کلیتی موجود بود که با آن کار می‌کردم و به شکلی که می‌خواستم درمی‌آوردم. اما در این آثار هیچ‌چیز موجود نبوده فقط یک ورق پلی‌کربنات بود و کار تنها با یک ورق شروع شد و ریزریز گسترش پیدا کرد تا به این شکل رسید. در این آثار وقتی نور از میان اثر عبور می‌کند محیط را درگیر خودش می‌کند یعنی مجسمه دیگر خودش نیست و محیط اطراف را هم دربرمی‌گیرد.

در شناسایی و معرفی آثار شما بارها در رسانه‌ها اعلام شده که سبکی و کم‌وزنی یکی از شاخصه‌های اصلی است. سبکی چه خصوصیتی دارد که اینقدر به آن علاقه‌مندید؟

سبکی در مجسمه‌سازی نکته مهمی است. درواقع یک مجسمه‌ساز به‌سمت سبک‌کردن کارهایش پیش می‌رود. یکی از دلایل این است که در عین استحکام، حمل راحت‌تری داشته باشد. البته سبکی در انسان هم هست. انسان هم دوست دارد سبک باشد و از سنگینی دوری می‌کند در ادبیات هم مصداق دارد؛ اشعار زیادی در زمینه سبکی داریم که روح به پرواز علاقه‌مند است. در مجسمه هم این موضوع به شکل‌های مختلفی بروز می‌کند مثلا هنرمند ماده سبک‌تری را انتخاب می‌کند یا اینکه مفهوم کلی سبکی را در اثر مستتر می‌کند که من در این آثار بر این مفهوم تاکید ورزیدم. مثلا در اثر سیاه‌رنگی که در نمایشگاه دارم، نور که به آن می‌تابد به‌نوعی تعبیه شده که به بی‌وزنی کار کمک می‌کند و اگر نور گرفته شود، وزن به آن اضافه می‌شود.

همان‌طور که گفتید بعضی از آثار زیاد هم سبک به نظر نمی‌رسند و شکل عظیم‌الجثه‌ای دارند، در حالی که مفهوم سبکی را هم القا می‌کنند. از این پارادوکس بگویید؟

خب این پارادوکس برایم جالب است. آنچه سبک است که سبک است و اگر من هم بخواهم جسم سبک را به همان شکل نمایش دهم کار خاصی نکرده‌ام؛ در شرایطی اثر دیده می‌شود که نمای سنگینی داشته باشد و حجم عظیمی به نظر بیاید. آن‌وقت من به‌عنوان هنرمند باید آن را سبک نشان دهم تا بیننده تصور سبک از آن داشته باشد. این است که اثر را جالب نشان می‌دهد.

در مجموعه «سایه‌روشن» نقش نور خیلی پررنگ است و شما تعادل و عدم‌تعادل را با نور به نمایش گذاشته‌اید. این چیزی است که در مجسمه‌سازی کمتر دیده شده انگار شما در این آثار به نور وزن داده‌اید. چگونه این فضاها را با هم تلفیق کردید؟

نور در اینجا به‌عنوان ماده معنایی مطرح است. یعنی همان‌طوری که در حجم به‌صورت یک ترازو وارد شده و کار را سبک کرده و حالا اینکه چگونه به این مفهوم رسیدم باید بگویم در روند کار صورت گرفت. تجربه باعث شکل‌گیری این کارها شد. اینطور نیست که یک موادی را انتخاب کنیم و بعد بگوییم این ماده معنایش این است. نمی‌توانیم بگوییم پلاستیک و خلاصه کنیم که در تکنولوژی معنایش این است. برای یک مجسمه‌ساز اصل اینگونه نیست؛ مجسمه‌ساز با ماده ور می‌رود، زیروبم آن را درمی‌آورد و قابلیت‌های ماده را درک می‌کند. فقط کافی است هنرمند روی یک ماده مثلا پلاستیک تمرکز کند به حتم چیز دیگری از آن استخراج می‌کند. مفهوم این است که شناخت ماده ساده نیست. من ۱/۵ سال تا دوسال است که دارم با اینها سروکله می‌زنم، کارهای مختلفی ساختم که محصولش بالاخره یکی‌یکی به این صورت درآمد.

در آثار قبلی شما نگاه به طبیعت موج می‌زند و اکنون استفاده از پلی‌کربنات و ورق آلومینیوم، این‌دو چه سنخیتی با هم دارند؟ از طرفی شما در کارهای قبلی‌تان با طبیعت کار کردید و به نوعی‌طبیعت را به فرم‌های دلخواهتان تبدیل نمودید و در اینجا فرم‌های مابه‌ازایی از طبیعت را ساختید تا با طبیعت آشتی کنند. مثلا یک جسم مخروطی‌شکل مشبک که ناخودآگاه کندوی عسل را در ذهن مخاطب تداعی کند. از دو نگاه به طبیعت بگویید؟

من چندسالی با چوب کار کردم، به‌هرصورت کار با چوب در ساخت این کارها تاثیر داشته است. البته اینکه من چطور به این آثار بافت بدهم تحت‌تاثیر کارهای قبلی‌ام است. خیلی در این وادی نیستم که چون با چوب کار می‌کردم حتما باید همیشه با چوب کار کنم، من مجسمه‌سازم و آنچه اهمیت دارد نگاه هنرمند است. یعنی هنرمند باید از فرم به معنا برسد و آنچه مهم است تمرکزی است که با جهان‌بینی و نگاهی که دارد روی یک ماده می‌دهد.

> **این‌روزها اقتصاد هنر اوضاع بهتری دارد. حتی جوان‌ترهای این حوزه هم خوب کار می‌فروشند و خیلی از جوان‌ها هم کارگاه دارند. ما که در ابتدای کار کارگاه نداشتیم. البته اوایل کار همیشه خیلی سخت است. هنرمند باید این سختی‌ها را تحمل کند**

این معناگرایی شما در بازی با نور خلاصه می‌شود. انگار فرمی دارید که می‌خواهید با نور به آن معنا بدهید؟

نه، ساخت مجسمه‌هایم به این صورت نبوده که فکر کنم چه می‌خواهم بسازم. اینها در طول کارکردن شکل می‌گیرد. در کلاس‌های آموزش مجسمه‌سازی هم همین است. هنرجویان برای اینکه سرعت ساخت اثر را بالا ببرند از ابزاری استفاده می‌کنند که کیفیت ندارد. وقتی هنرمند با شیء ور می‌رود، آن را می‌ساید و روی آن کار می‌کند، رفته‌رفته باعث می‌شود فرم موردنظر در ذهن هنرمند رسوب کند و در اصل اثر پخته می‌شود و می‌توان با این روش در درازمدت محصول خوبی ارایه کرد و آنچه اصلا اهمیت ندارد سرعت است.

فرم بسیاری از آثار شما ناشناخته‌اند گویا هیچ مابه‌ازای بیرونی‌ای ندارند. گویا مخاطب باید خود دنبال فرم آشنایی بگردد...

بله این فرم‌ها بسیار ناخودآگاه آمده‌اند. البته نه ناخودآگاهی که هیچ‌چیز نمی‌دانستم و اینها خودشان بیایند. نوعی ناخودآگاه آگاهانه، یعنی قدم‌به‌قدم جلو می‌روم و اجازه می‌دهم که اگر شکلی جذاب است خودش بیاید و در این صورت است که روی فرم کار می‌کنم و در نهایت با ماده ترکیب می‌شود و ماحصل کار چیز دیگری می‌شود. همین‌طور تغییرات را روی اثر می‌پذیرم البته تغییراتی که مناسب باشد. حتی در چیدمان هم این تغییرات صورت می‌گیرد. امکان دارد کاری حتی در مرحله چیدمان هم تغییر کند. مثلا کاری را معلق می‌کنم یا نور را از وسط آن عبور می‌دهم و این تحولات معانی آثار را هم تغییر می‌دهد.

از معلق‌شدن آثار گفتید، شما در دوره‌های مختلف کاری‌تان علاقه زیادی به معلق‌نگاه‌داشتن اثر دارید.

یکی از دلایل معلق‌کردن آثار، فرار از پایه است. استفاده از پایه یک مدل سنتی و موزه‌ای است. روشی که مجسمه را روی پایه قرار دهیم یک محدوده برای اثر تعریف می‌کنیم و ارتباطش با مخاطب به حداقل می‌رسد. در آثار من پایه معنای دیگری دارد. این پایه‌ها به‌خاطر ارتفاع نور است و با هدف طراحی شده‌اند. گاهی هم مجسمه باید روی پایه‌ای با ارتفاع خاص گذاشته شود تا مخاطب به آن اشراف کامل داشته باشد. معلق‌کردن روشی است که من با آن زاویه نگاه مخاطب را می‌گیرم. من مجسمه‌ای دارم که در کتابم هم تصویرش هست با عنوان «سید و تشریح» که این اثر باید در حد پایینی از قد مخاطب معلق شود و بیننده باید شبیه میز تشریح و به همان اندازه که سید تسلط دارد به اثر واقف باشد؛ به نوعی نگاه مخاطب اثر را تشریح می‌کند.

اگر مجموعه‌دار یا فردی از شما کاری را بخرد و نوع دیگری چیدمان کند شما چه احساسی دارید؟

بالاخره ناراحت می‌شوم ولی چاره چیست. خیلی از مجسمه‌های من هستند که الان هم در گالری اثر چیده شده‌اند. باید اینگونه باشند و مدل دیگری نمی‌شود از آن استفاده کرد. باید عبور نور را به همین صورتی که هست به نمایش بگذارد درغیر این‌صورت معنی کار عوض خواهد شد ولی برایم پیش آمده در نمایشگاه‌های گروهی یا در اماکن عمومی آثارم را طور دیگری چیده‌اند. خب چاره‌ای نیست تنها باید توضیح داد.

از اقتصاد مجسمه بگویید. آیا از راه هنر مجسمه‌سازی می‌توان زندگی را گذراند؟

بله می‌شود زندگی کرد. این‌روزها اقتصاد هنر اوضاع بهتری دارد. حتی جوان‌ترهای این حوزه هم خوب کار می‌فروشند و خیلی از جوان‌ها هم کارگاه دارند. ما که در ابتدای کار کارگاه نداشتیم. البته اوایل کار همیشه خیلی سخت است. هنرمند باید این سختی‌ها را تحمل کند و در کنار این سختی‌ها ادامه دهد در غیراین‌صورت خودش کار را رها می‌کند. قرار هم نیست هنرمند مثل یک کارمند هرماه حقوق و درآمد داشته باشد در این‌صورت به حتم کار را رها می‌کند و سراغ استراحت می‌رود. زمان می‌برد تا آدم پستی‌وبلندی‌ها را تحمل کند و اینها لازمه هنرمند است تا بتواند به شناخت برسد.

کانسپت

نگاهی به اجرای «واپسین اجرا»

راه رفتن روی تیغ دولبه

مریم امیرفرشی

«واپسین اجرا» نام نمایشگاهی در گالری زیرزمین دستان بود که سوگل کاشانی و ژوبین میراسکندری آن را نمایشگاه‌گردانی کرده‌اند. آثاری از واحد خاکدان، عادل یونسی، هادی کمالی، مینا بزرگمهر، زهرا شفیعی، علیرضا موسوی، رضا شریفی و نامدار شیرازیان در این نمایشگاه به تماشا گذاشته شد. واپسین اجرا سال گذشته در یک خانه قدیمی قبل از تخریب برگزار شد و هنرمندان مختلف در آن کارهای مختلفی را اجرا کردند. امسال اجرای آن کاملا با سال گذشته تفاوت داشت. این‌بار سوژه یک پیکان سوخته بود که هنرمندان با ارجاع مفهومی به آن آثاری را خلق کرده بودند. از لحاظ مفهوم این اجرا با اجرای سال قبل تفاوت‌هایی داشت اما کمابیش موضوع واحدی را دنبال می‌کرد.

وقتی از پله‌های زیرزمین دستان پایین آمدم و با پیکر سوخته پیکان شاید مدل ۱۳۴۸ با نان سنگک‌هایی که از وسط پنجره‌های آن به هوا پرتاب شده بودند، مواجه شدم فکر کردم اشتباه آمده‌ام. اگر فضای تروتمیز و پر از نور گالری نبود، فکر می‌کردم وارد یک پارکینگ شده‌ام. آدامس خروس‌نشان، کفش ملی، صندلی ارج، جنرال استیل، خانه‌هایی بدون هشتی و طاق ضربی و حوض و حیاط مرکزی ولی با استخر و اتاق خواب‌های بزرگ و باغچه‌های شمالی یا جنوبی بخشی از گذشته نه‌چندان دوری هستند که از دهه‌های ۱۳۳۰ به بعد چهره پایتخت و شهرهای بزرگ را تغییر داده‌اند. کشوری که طی قرون گذشته صادرات تک‌محصولی مشابه افغانستان داشت با کشف نفت و به برکت پادشاهان بلندپرواز از قافله عقب نیفتاد و به میان موج مدرنیته شیرجه زد. ورود صنایع مختلف، به تغییر خیلی موارد در ایران منجر شد و خیلی از الگوها تحت‌تاثیر قرار گرفت. فرهنگ، باور، روش زندگی و حتی زبان تحت‌تاثیر قرار گرفت. یکی از بزرگ‌ترین و موثرترین این تغییرات احداث کارخانه خودروسازی در پایتخت بود که دریچه جدیدی بر تاریخ این سرزمین گشود و با خودش افتخار و قدرت آورد. قصد من بررسی یا آسیب‌شناسی جامعه بعد و قبل از ورود پیکان یا شکل‌گیری عنصری به نام خودرو ملی در حکومت‌های توتالیتر نیست اما برای درک بهتر این نمایشگاه اشاره کوتاهی به شکل‌گیری پیکان می‌تواند کلید درک آثار از دریچه‌ای متفاوت باشد. در نگاه اول این نمایشگاه به‌صورت سمبولیک تنها یادبود و مرثیه برای خاطرات فراموش شده است. مسافرکشی به‌خصوص با خودرو پیکان در دهه‌های اخیر خیلی از معلمان، استادان دانشگاه، ورشکستگان، کارمندان و بی‌هنران را در بحران‌های اقتصادی از سقوط حتمی نجات داد. خیلی‌ها از آن خاطره دارند. اگرچه مدل و رنگ پیکان در تصویر ذهنی آن برای مخاطبان تفاوت داشت. شاید کسانی در پیکان آبی احساس راحتی نمی‌کردند و خیلی‌ها در پیکان سفید حرف نمی‌زدند. مفاهیم ارجاعی آثار ارایه شده چند لایه بودن آنهاست که خوانش‌های متفاوتی را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد اما اگر فرض کنیم که پیکان مورد نظر توسط خود هنرمندان سوزانده شده یا ایشان از یک پیکان سوخته استفاده کرده‌اند یا این پیکان متعلق به کسی است که در این پیکان بوده، برداشت‌تمان کاملا متفاوت خواهد بود. سوختگی پیکان با حجم انبوهی از اشارات مختلف تبدیل به یک مفهوم غالب شده که دیگر مفاهیم ارایه شده را تحت‌تاثیر قرار داده و بار احساسی آن به نوعی به فضای کوچک گالری تحمیل شده. واپسین اجرا شاید یک جریان است. شاید به‌صورت نمادین سعی در به فکر واداشتن انسان شهری دارد که با شتابی سنگین در حال حرکت به سمت جلوست و در این مسیر هیچ‌چیز برای او اهمیت ندارد. او همه چیز را با خاک یکسان می‌کند. انسان امروز نمی‌خواهد از قافله عقب بماند. او خانه‌های قدیمی را خراب و ماشین‌های قدیمی را معدوم می‌کند. نان جو تست می‌خورد. رژیم می‌گیرد و ویترین‌های مملو از اشیای مادربزرگ و خاندان را به دیگری بزرگ می‌بخشد چراکه آپارتمان فسقلی جدید جای این خرده‌ریزها را که به قول بعضی انرژی نسل‌های قبل را با خود حمل می‌کنند، ندارد.

خط و نقطه

نقد گرافیکی تابلوهای مبارزه با «تکدی‌گری»

«زیباسازی» کجاست؟

تورج صابری‌وند
طراح گرافیک

شهرداری تهران در طرح‌هایی که خود به آن «تبلیغات فرهنگی» می‌گوید، همچنان به برخوردهای غیرحرفه‌ای‌اش ادامه می‌دهد. شهرداری تهران همچنان در سطح شهر، طرح‌هایی اکران می‌کند که از لحاظ زیباشناسی و کپی‌رایتینگ (پیام و متن) به‌غایت غیرحرفه‌ای هستند و به‌رغم نقدهای رسانه‌ها و شهروندان، همچنان طرح‌هایی در سطحی وسیع به نمایش درمی‌آیند که ردپای هیچ طراح یا انسانی خلاق یا متخصصان طراحی پیام را در آن نمی‌توان دید. طرح‌هایی که حداقل کیفیت‌های زیباشناختی را ندارد همچنان مخرب زیبایی پایتخت هستند و به نظر می‌رسد مسوولان رسانه‌ای شهرداری تهران، یا رسانه‌ها را رصد نمی‌کنند یا کمترین وقعی به نقدهایی که در رسانه‌ها منعکس می‌شود، نمی‌نهند. از شهرداری تهران انتظار می‌رفت پس از انتخاب مجدد قالیباف به‌عنوان شهردار تهران، در طرح‌های تبلیغاتی «تغییررفتار»، دست‌کم اندک تغییری نیز در بخشی از رفتارهای غیرحرفه‌ای خود می‌داد. شهرداری تهران همچنان با اکران تبلیغات فرهنگی‌اش، در رسانه‌هایی که قیمت اجاره هر یک از آنها به میلیون‌هاتومان در ماه می‌رسد، همچنان به زشت‌کردن منظر شهری مشغول است و همزمان در طرح‌هایی که از جمله در اتوبان امام‌علی(ع) از تیرهای چراغ برق (lamppost) آویز کرده، می‌نویسد «آرامش بصری در گرو داشتن شهری زیباست». کنار هم گذاشتن تصویر چند گل و نوشتن این جمله به یکی از غیرزیباترین راه‌های ممکن، ادعا و پیام طرح را باطل می‌کند. اینکه منظور شهرداری تهران از آرامش بصری چیست که در مبانی هنرهای تجسمی (بخوانید هنرهای بصری) نیز هرگز در مورد آن چیزی نوشته و گفته نشده، سوالی است که در پی این پرسش مطرح می‌شود که تعریف شهرداری تهران، از زیبایی چیست که منجر به طراحی و اکران چنین طرح‌هایی در پایتخت می‌شود؟

از وظایف شهرداری، نظارت بر کیفیت بصری تبلیغات تجاری محیطی است. نگاه گذرایی در سطح شهر نشان می‌دهد که ترکیب‌بندی، هارمونی و گاهی خلاقیت در تبلیغات تجاری، ردپایی از حضور طراحان گرافیک حرفه‌ای و کپی‌رایترهای خلاق دارد. تبلیغاتی که شهر را با رنگ‌ها، فرم‌ها، عکس‌ها و حتی چراغ‌های نئونی که برای معرفی آبمیوه طراحی شده‌اند، بی‌آنکه ادعایی داشته باشند شهر را زیباتر و دیدنی‌تر می‌کنند. این در حالی است که طرح‌هایی که شهرداری تهران آن را «تبلیغات فرهنگی» نامیده یکی از معضلات جدی زیبایی پایتخت شده است، آن هم با وجود داشتن زیرمجموعه‌ای که نام «سازمان» و نام «زیباسازی» را یدک می‌کشد؛ سازمان زیباسازی شهرداری تهران. اما این‌روزها «تکدی‌گری» سوژه طرح‌های جدید شهرداری تهران است. در طراحی بیشتر این طرح‌ها از یک فونت استفاده شده است: تیتر بولد. این

فونت در بین طراحان گرافیک، ضرب‌المثل و سمبل زشتی و کج‌سلیقگی در تایپوگرافی و نوشتن است. جمله‌های طرح‌ها، نوشته‌هایی هستند که اصول اولیه ویرایشی از جمله فاصله‌ها و نیم‌فاصله‌ها را هم رعایت نکرده‌اند. جمله‌ها گاهی به علامت‌های تعجب بیهوده‌ای ختم می‌شوند که هیچ تداعی و معنایی ندارند. شاید تنها کارکردش تشدید لحن دستوری جمله‌هاست که در ماه‌های اخیر در بسیاری از طرح‌های شهرداری دیده می‌شود از جمله «انسان‌دوستی را با گداپروری اشتباه نگیریم!» تو گویی این جمله از زبان فرمانده عصبانی‌ای گفته می‌شود که در پادگانی به سربازان خود دستور می‌دهد.

متکدیانی را که در تابلوهای شهرداری تصویر شده‌اند، در دو گروه می‌توان دید. متکدیان متمولی که خود را به جای انسان‌های فقیر جا زده‌اند. یکی از اینها مردی است با کیف پرپول و چهره‌ای زشت و دندان‌هایی کشیده. دیگری مرد جوان‌تری است که در گوشه‌ای از شب نشسته و دست بریده‌ای نوری تابانده، تا چهره واقعی پولدار و سیگار به لب او را نشان دهد. یکی از طرح‌ها، متکدیان پولدار را هم مخاطب قرار داده و آنها را فرومایه می‌خواند: فرومایه کسی است که به قیمت آبروی خود مال به دست آورد.

گروه دیگر متکدیان اما، انسان‌های درواقع فقیری هستند که عاملان مردان ثروتمند و پشت‌پرده شده‌اند. در طرح‌ها که دست‌های بریده‌شده‌ای به این مردم فقیر کمک می‌کنند، اینگونه القا می‌شود که اینان به‌نفع مردان پشت‌پرده تکدی‌گری کنند. از جمله پیرزنی که در گوشه پایین کادر معصومانه به صندوق کمیته امداد امام(ره) تکیه کرده است یا مردمانی که در یک گاری چوبی، فشرده و پرتراکم سوار شده‌اند و توسط سواری لوکسی یدک می‌شوند. جایگاه این گروه در طرح‌ها مناقشه‌برانگیز است. نوشته‌ها و جمله‌های منفی کنار طرح‌ها، شهروندان را دعوت می‌کند که به این گروه از مردم کمک نکنند، در حالی که این گروه نه‌تنها شخصیت‌های منفی این داستان‌های تک‌فریمی نیستند بلکه شخصیت‌های تراژیکی هستند که اسیر دست مردانی فرومایه شده‌اند و حس همدردی و انسان‌دوستی مخاطب را جلب می‌کنند، اما نوشته‌ها مانع حس همدردی و یاری هستند.

البته بعضی از طرح‌ها از شهروندان می‌خواهند که از طریق مرجع‌های قانونی به مردمان نیازمند کمک کنند اما اینکه از شهروندان با چنین رویکردهای ساده و سهل‌انگارانه و چنین ادبیات ناپخته‌ای می‌خواهند که احساس‌های انسان‌دوستانه را کنترل کنند از زاویه دید مطالعات فرهنگی و اجتماعی و تاثیر بلندمدت آن در جامعه، مساله‌ای مهم و پرخطر است.

البته شهرداری تهران باید نقدهای رسانه‌ها را به‌مثابه آن باد مخالفی بداند که در یکی از طرح‌هایش به‌کار گرفته بود «بادبادک با باد مخالف به بالا می‌رود» و کاش طرح‌های «تبلیغات فرهنگی» شهرداری تهران نیز استانداردهای پوسترهای قالیباف، در انتخابات ریاست‌جمهوری را داشت؛ پوسترهایی که چهره به‌روز و جوان‌پسندی از او نمایش می‌داد و کاش زیبایی بصری همان طرح‌هایی را داشت که قالیباف در فاصله نزدیکی از دوربینی حرفه‌ای با نور و فلاش‌های بی‌نقص پشت‌پرده نشست و عینکش را برداشته بود تا لنزهای آبی چشمانش را به رخ بکشد. اما طرح‌های تبلیغاتی، فرهنگی شهرداری، هیچ نشانی از تیزبینی و هوشمندی طرح‌هایی که قالیباف را با لباس سفید خلبانی در کنار هواپیمای ایرباس به تصویر کشیده بود، ندارد.

به نظر می‌رسد که صدای نقدها به گوش شهرداری تهران نمی‌رسد تا انتظار داشته باشیم علاوه‌بر توقف و تغییر مسیر، برای جبران لطمه‌هایی که به‌زیبایی شهر زده فکری کند. در نهایت تا زمانی که شهرداری تهران اندک دقت و توجهی به کیفیت و تبعات طرح‌های تبلیغاتی و فرهنگی پایتخت ندارد، از شورای شهر تهران باید خواست تا با ورود به این موضوع، با نگاهی کارشناسانه، شهرداری را موظف به رعایت سازوکارهای حرفه‌ای در حوزه فرهنگی کند.

ادامه از صفحه ۷

دردسرها را به جان می‌خریم

البته قبول داریم که بخش عمده‌ای از انرژی شما صرف برداشتن موانع شده است مثل زمانی که یک مدیر دولتی جلوی برگزاری نمایشگاه ما را گرفت...

اقبال: بله، اما فقط دولت نبوده که انرژی ما را گرفته است. نداشتن حامی مالی و عدم درک این موضوع که چرا باید این نمایشگاه کتاب داشته باشد، ما را اذیت کرد. واقعا ما امکان مالی برای چاپ کاتالوگ نداشتیم. شما می‌گویید دولت باید حمایت می‌کرد اما اگر دولت هم حمایت نمی‌کرد باید حامیان مالی دیگری می‌داشتیم. خیلی سخت است که چنین حامیان مالی‌ای نداریم. البته به این معنی نیست که ما سراغ آنها نرفته‌ایم یا از آنها نخواسته‌ایم.

برای چاپ کاتالوگ چقدر پول نیاز داشتید؟

اقبال: ۴۰میلیون‌تومان. بخش فرهنگی حامی مالی شد؛ ولی در حد توان خودش.

بخش فرهنگی که نمی‌تواند حامی مالی شود...

اقبال: بله. وگرنه ما حامیان مالی‌ای مانند «چارسو» که طرح کارت‌ها را داده بود یا «کانون انفورماتیک» داریم. اما همه اینها در حد توانشان به ما کمک کردند.

سلحشور: حتی شهرداری می‌توانست حامی ما باشد تا بتوانیم از بیلبوردها برای تبلیغات نمایشگاه استفاده کنیم.

درخواست کردید؟

اقبال: بله. به سازمان زیباسازی این پیشنهاد را ارایه کردیم اما هیچ‌وقت موافقت نشد. آیا برای زیباسازی خیلی موضوع پیچیده‌ای است که برای ۱۰ روز ۱۵ بیلبورد در سطح شهر را به یک حرکت فرهنگی اختصاص دهد؟ الزما حامی مالی شدن به این نیست که پولی بدهند. موضوعی که همیشه اعلام کرده‌ایم، این بوده که پول نمی‌خواهیم، اما شرکتی می‌تواند حامی مالی شود و بگوید مثلا ۱۰۰میلیون‌تومان خرید می‌کند تا ما با یک آسایش خیال کتاب نمایشگاه را چاپ کنیم چون می‌دانیم ابتدا به ساکن ۱۰۰میلیون‌تومان فروش کرده‌ایم.

این دوره خریدهای دولتی انجام نشد؟

گلستان: خیر.

یادم است در دوره‌ای شهرداری خریدهایی کرد...

ثمری: اما یک سال بعد تسویه حساب کرد.

اقبال: حالا که صحبت از حامیان شد لازم می‌دانیم به این نکته اشاره کنیم که هفت نگاه با پیشنهاد سیدمحسن هاشمی شکل گرفت. ایشان آن زمان مدیر موزه امام‌علی(ع) بود. ما آن زمان در موسسه «ماه مهر» کلاس‌هایی برای مدیران گالری‌های سازمان فرهنگی- هنری شهرداری برگزار می‌کردیم که آقای هاشمی هم گاهی به این کلاس‌ها سر می‌زد. یک روز گفت که چرا شما گالری‌دارها کار مشترکی با هم انجام نمی‌دهید و اکسپوی خصوصی برگزار نمی‌کنید؟ ما خندیدیم و گفتیم که نمی‌دانیم فروشی خواهیم داشت یا نه. او گفت که همین الان تضمین می‌کنم که سازمان فرهنگی هنری شهرداری ۳۰میلیون‌تومان از این نمایشگاه خرید کند.

گلستان: آن زمان ۳۰میلیون‌تومان پول زیادی بود.

اقبال: ما هم با کسانی که می‌شناختیم تماس گرفتیم و یک جلسه برگزار کردیم که همگی موافقت کردند. اگر آن روز آقای هاشمی این پیشنهاد را نمی‌کرد شاید هفت نگاه واقعا تشکیل نمی‌شد یا اگر ایجاد می‌شد خیلی دیرتر از آن زمان بود. همان موقع بانک اقتصاد نوین هم اعلام کرد که به اندازه ۵۰میلیون‌تومان اثر می‌خرد. ما با این اعتماد خاطر شروع به برگزاری نمایشگاه و چاپ کتاب کردیم. موضوع پول نیست. موضوع این است که حامی مالی‌ای پیدا شود که بگوید خرید می‌کند تا ما هم با اطمینان خاطر کاتالوگ چاپ کنیم.

تا پیش از این نشست فکر می‌کردیم بخشی از دغدغه‌های شما مثل برپایی نمایشگاه در فرهنگسرای نیاوران، از بین رفته است اما الان می‌بینیم دشواری‌های شما خیلی زیاد است و یکی، دو تا نیست!

ثمری: البته هنوز دغدغه مکان برگزاری نمایشگاه حل نشده است. ممکن است با تغییر یک مدیر این مشکل دوباره ایجاد شود.

اقبال: هنوز نتوانسته‌ایم دو هفته بیشتر را برای برگزاری نمایشگاه در فرهنگسرای نیاوران جابیندازیم. بعد از هفت سال فرهنگسرای نیاوران به ما دو هفته بیشتر وقت نمی‌دهد.

جواهری: یکی از موضوع‌هایی که ما از ابتدا روی آن تاکید داشتیم برگزاری نمایشگاه در یک زمان خاص بود ولی هنوز نتوانستیم.

اقبال: فکر می‌کنم تنها کار مهمی که آن را ثابت کردیم، ماندگاری بوده که در ایران خیلی مهم است و اینکه سطح کارمان پایین نیامده.

البته حرف‌هایی که در مورد نمایشگاه زده شد، نقض‌کننده ارزش کار شما نیست. همین که در این شرایط شش زن گالری‌دار توانسته‌اند یک حرکت فرهنگی را برای هفت سال مداوم ادامه دهند، قابل تقدیر است. به هرحال الان به‌نظر می‌رسد شرایط تغییر کرده است...

اقبال: فکر کنم ما چون ایران را دوست داریم دردسرهای اینجا را هم به جان می‌خریم و مایلیم که اینها حل شود. همه‌مان این احساس را داریم.

سلحشور: این یک حرکت فرهنگی است که هرسال اتفاق می‌افتد. البته حراج تهران هم دو سالی است که شور و هیجانی برای بازار هنر ایجاد کرده اما واقعا «هفت نگاه» بود که این فروش‌ها را نگه داشت چون نتیجه اکسپوهای دولتی را که دیده‌ایم. ما هر سال تعداد بیشتری متقاضی پیدا می‌کنیم. هنرمندانی نیز که با ما کار نمی‌کنند سی‌دی آثارشان را می‌آورند که از میان آنها بهترین‌ها را انتخاب می‌کنیم اما اگر موقعیت بهتری از نظر مکان و امکانات بیشتری داشتیم مطمئنا این برنامه مفصل‌تر برگزار می‌شد.

جواهری: ما نیازهای جامعه هنری را می‌دانیم و دوست داریم کار کنیم ولی تصمیم‌مان در این نمایشگاه، فروش آثار هنری بود و می‌دانیم نیازهای دیگری هم هست.

اقبال: امیدوارم این تغییرات آنچنان باشد که ما در ۱۰سالگی نمایشگاه بتوانیم اتفاق‌های خیلی خوبی داشته باشیم.

وقتی در شرایط توام با دشواری حرکتی انجام می‌شود، ضرب آن کاسته می‌شود. الان دولت جدید روی کار آمده که با چالش‌های زیادی روبه‌رو است اما همین که معاون هنری و وزیر در حرکت‌های خصوصی شرکت می‌کنند، خوش‌بینی را بیشتر می‌کند هرچند اینها حداقل‌هایی است که برای تداوم یک حرکت نیاز است.

گلستان: حمایت دولت خیلی مهم است. یادمان باشد شش دوره از برگزاری هفت نگاه در دولت احمدی‌نژاد روی داد و کارمان خیلی سخت بود چون نگران بودیم که هر آن جلو کارمان را بگیرند، یا جایی به ما ندهند و اینها از نظر روحی از ما انرژی می‌گرفت ولی حمایت دولتی که هنرشناس باشد و بداند باید با هنرمند و گالری‌دار چه‌کار کند، مهم است. بنابراین امیدواریم الان مورد حمایت قرار بگیریم برای اینکه کسی معاون هنری شده است که مسایل را درک می‌کند و در چند باری که آقای مرادخانی را دیده‌ام، متوجه شده‌ام که خیلی دوست دارند کار مثبتی برای هنرهای تجسمی ایران کنند. چندین‌بار از ما خواسته‌اند که نظرات خود را بگوییم که ما هم این کار را خواهیم کرد.

هفت نگاه در این سال‌ها با فروش آثار ایرانی در حراج‌های خارجی همزمان شد. آیا هفت نگاه از این فضا تاثیرهایی گرفته است؟

سلحشور: تمام اتفاق‌هایی که افتاده است نتیجه دولت آقای خاتمی بود چون افرادی بر سر کارهای فرهنگی آمدند که باعث شدند درها باز شود...

منظور هفت سالی است که هفت نگاه فعالیت خود را آغاز کرد چون با اتمام دوران محمد خاتمی مدیران ایشان به بخش خصوصی رفتند.

سلحشور: درست است اما تاثیر خود را گذاشته بودند.

گلستان: همان مدیران خیلی ما را از نظر معنوی حمایت کردند و این تشویق‌ها از سوی مهندس کاظمی یا دکتر سمیع‌آذر خیلی کارساز بود.

ثمری: چیدمان و ویدیوآرت از سوی مدیران همان دوره وارد کشور شد. وقتی موزه هنرهای معاصر نمایشگاه چیدمان برگزار کرد، مردم آگاه شدند و هنرمندان تشویق شدند که کارهای چیدمان بکنند. دولت‌ها می‌توانند فرهنگ را بالا ببرند.

سلحشور: نمایشگاهی نیز از مجسمه‌سازان انگلیسی برگزار شد که آثار عجیب و غریب ساخته بودند و از آن به بعد مجسمه‌سازان