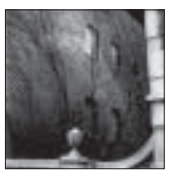
رسانه و سینما

رحمانیان و ادامه نیمکت ۱۶
فضای خاکستری ۱۷



ادبیات و کتاب

آدرس‌های اشتباهی ۱۸
تاملی دیگر در سنت و نوآوری ... ۱۹

حکمت و اندیشه

چه اهمیتی دارد که چه کسی حرف می‌زند ۲۰
فریاد از هویت گم‌شده ۲۱

تاریخ مشروطه

جنگ سرد و تنش‌های مرزی ایران .. ۲۲

گزارش نمایشگاه آثار هنری دوره قاجار در گالری صبا

قرار مصاحبه با کمال‌الملک

فرناز شهیدثالث

دوره قاجار برای بسیاری از ما ایرانی‌های قرن چهارده، چیزی جز نام چند پادشاه، آن هم بدون حفظ ترتیب زمانی جلوس بر سلطنت و یکی، دو اتفاق مهم مثل شقاوت آغامحمدخان در برابر وکیل‌الرعایا و انقلاب مشروطه و به توپ بسته شدن مجلس نیست. اگر صحبت از هنر دوره قاجار باشد، به لطف یکی، دو فیلم هنری- تاریخی که دیده‌ایم یاد ناصرالدین شاه عکاس می‌افتیم: بعید است که از خاطره ورود دوربین و عشق به این نماد مدرنیته در دوره قاجار فراتر برویم.

این نوع نگاه و سلطه این ناآگاهی دلایل مختلفی دارد. مهمترین دلیل آن، همان فرهنگ تاریخی سلسله‌های مختلف پادشاهی است که هیچ‌کدام چشم دیدن هنرورزی و فرهنگ‌پراکنی سلسله پیش از خود را نداشته‌اند. همان کاری که قاجارها مثلاً در کاخ چهلستون اصفهان با نقاشی‌های دیواری دوره صفوی کرده‌اند: در دو دیوار اصلی کاخ، روی نقاشی‌های صفویه را با صحنه‌هایی از شکست لشکر صفوی پرکرده‌اند تا ضعف سپاه آن دوره را به چشم بازدیدکنندگان آثارش فرو کنند. در دوره پهلوی همین بلا، در ابعادی گسترده‌تر بر سر هنر قاجار آمده است. حتی «فرح» با همه گرایش هنری که داشت هیچ کاری برای حفظ و ارائه هنر این دوره نکرده است.

مسئولان فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، با همین نگاه پیشنهاد جمع‌آوری و نمایش آثار نقاشی، عکس و چاپ‌سنگی این دوره را مطرح کردند. «شهروز نظری» دبیر اجرایی نمایشگاهی که تا روز ۱۰ مردادماه در نگارخانه صبا برپاست، در مورد مراحل برگزاری نمایشگاه می‌گوید: «از یک‌سال و نیم پیش شروع کردیم به کدگذاری و عکاسی از مجموعه‌های دولتی و خصوصی که آثار دوره قاجار را نگهداری می‌کنند.» آثاری از کاخ موزه‌های مختلف در این نمایشگاه به چشم می‌خورد. نقاشی‌هایی از کاخ موزه گلستان، نیاوران، سعدآباد، موزه پارسه عمارت کلاه‌فرنگی شیراز، آثاری که با همکاری سازمان میراث فرهنگی شهرهای مختلف مثل کاشان و شیراز به نگارخانه صبا منتقل شده است. همچنین از موزه رضا عباسی و مجموعه‌های شخصی فریال سلحشور و آقای کازرونی، آثار قدیمی و نسخ چاپی سنگی وجود دارد. ابعاد کار، کمی هم از دامنه مرزهای امروز فراتر رفته و حتی از موزه کشور گرجستان تابلوهایی آورده شده است. شهروز نظری در مورد همکاری مراکز مختلف دولتی می‌گوید: «مسئولان کاخ- موزه‌ها خیلی خوب همکاری کردند. سازمان میراث فرهنگی هم همین‌طور. اما مراکزی مثل بنیاد مستضعفان هم بودند که بعد از انجام کدگذاری و عکاسی از آثارشان، در مرحله آخر به دلیل مشکلات اداری، آثار را برای نمایش به نمایشگاه تحویل ندادند.»

مسئله دیگری هم در مورد مجموعه‌های خصوصی و آثاری که در دست افراد مختلف نگهداری می‌شود وجود دارد: «بسیاری از آنها به دلیل ترس از دست دادن آثارشان حتی اجازه عکاسی نمی‌دهند.» دلیل این بی‌اعتمادی ضعف قانون است. اگر از دارندگان این مجموعه‌های خصوصی که نه تنها آثاری از دوره قاجار در اختیار دارند، بلکه از آثار به‌جای مانده از سال‌های بسیار دورتر هم نگهداری می‌کنند، بخواهید آثارشان را به نمایشگاه‌هایی از این دست امانت دهند خواهند گفت چه تضمینی وجود دارد که بعد از خاتمه نمایشگاه تصاحب نشود!

به هر شکل بعد از یک‌سال و نیم تلاش مسئولان فرهنگستان هنر، بیش از هزار قطعه هنری از آثار دوره قاجار جمع‌آوری شده و به نمایش گذاشته شدند. «علی صفایی» مسئول روابط عمومی نگارخانه صبا به آمار این آثار اشاره می‌کند.: «در گالری خیال نگارخانه صبا آثاری از موزه‌های مختلف به نمایش گذاشته شده است. در گالری خیال شرقی، ۲۷۱ اثر معماری و ۴۷ نقوش مهر و ۶۲ دیوارنگاری دیده می‌شود. در گالری آینه ۱۷۱ اثر چاپ سنگی و کار پشت شیشه و نقوش روی مهر است. آثاری هم از موزه حضرت عبدالعظیم حسنی نمایش داده شده. همچنین عکس‌های دوره قاجار که در طبقه پایین نگارخانه است.»

■ آدم‌ها و تصویرها

نقاشی‌های موجود را می‌توان به دو بخش عمده تقسیم کرد. دسته اول بیشتر پرتره هستند و خالقان آنها سعی کرده‌اند چهره درباریان را به زیباترین شکل ممکن البته با معیار زیبایی‌شناسی زمان خود تصویر کنند. مردانی با چشم‌های بسیار سیاه و کشیده و قامتی بلند و میانی باریک. دسته دیگر آثار کمال‌الملک و پیروان او. تعداد آثار دسته دوم به خصوص تابلوهای استادشان کمال‌الملک زیاد است. شهروز نظری از ایرادی که بعضی از بازدیدکنندگان به نمایشگاه گرفته‌اند و به زیاد بودن نقاشی‌های کمال‌الملک اعتراض کرده‌اند می‌گوید. او عقیده دارد: «بسیاری از ما ایرانی‌ها نقاشی دوره قاجار را فقط با نام کمال‌الملک می‌شناسیم.» حضور این نام و تکرار آن در میان آثار نمایشگاه انگیزه بسیاری از بازدیدکنندگان برای رفتن به نمایشگاه است تا جایی که بعضی از علاقه‌مندان دوست دارند اطلاعات بیشتری در مورد آثار او و تاریخچه زندگی‌اش بگیرند و حتی خبرنگاری از مسئولان نمایشگاه می‌خواهد امکان گفت‌وگو با کمال‌الملک را برقرار کنند و قرار مصاحبه‌ای با استاد بگذارند.

نظری عقیده دارد حضور کمال‌الملک برخلاف آنچه در تصور عموم جای گرفته به معنای پایان هنر ایرانی است. توضیح می‌دهد: «تعداد زیاد آثار کمال‌الملک در نمایشگاه برای مشاهده این واقعیت است که هیچ‌کس به اندازه این بزرگمرد که ما به‌عنوان هنرمند ملی می‌شناسیم، با فرهنگ ملی ایران غریبه نیست.» و ادامه می‌دهد: «سنتی که او در مقابل سنت صد و پنجاه ساله قاجار پایه‌گذاری کرد، چهل دهه بیشتر دوام نیاورد.»

گستردگی و عمق هنر دوره قاجار حتی به مرزهای خارج از ایران هم نفوذ کرده است. در داخل مرزها هم این تفاوت‌های اقلیمی به خوبی نمایان است. با نگاهی به آثار مختلف نمایشگاه، می‌توان تفاوت مکتب‌های مختلف را به خوبی دریافت. مثلاً: «در مکتب کاشان می‌توانید حضور قدرتمند تفکر مذهبی را به وضوح ببینید. در حالی که مثلاً در مکتب شیراز اوضاع متفاوت است.» تفاوت مکتب‌ها در شرایطی که نمونه‌های آثار در کنار هم قرار گرفته‌اند نمایان‌تر است تا زمانی که هر کدام از آنها را در موزه‌ای جداگانه یا در شهرهای مختلف ببینیم. به همین دلیل «نظری» عقیده دارد برگزاری این نمایشگاه بیش از هر چیز می‌تواند شروع یک جریان تحقیقی و پژوهشی باشد.

نبودن پیشینه تاریخی پژوهش در آثار هنری دوره قاجار، در به‌وجود آمدن کاستی‌هایی در این نمایشگاه بی‌تاثیر نیست. با وجود اینکه زمان زیادی صرف کدگذاری و تحقیق در مورد این آثار شده است، اما تعداد زیادی از تابلوها اطلاعات دقیقی ندارند. مثلاً نام نقاش، تاریخ خلق اثر و یا نام آن در بعضی از تابلوها مشخص نیست. همچنین توازن مطلوبی میان آثار دوره‌های مختلف وجود ندارد. برای مثال وزن آثار دوره ناصری بسیار سنگین‌تر است. اگرچه می‌توان حضور نیم‌قرنی ناصرالدین شاه را توجیه موجهی برای این مسئله دانست، اما هنرمندان هم‌عصر با دیگر پادشاهان قاجاری نیز چندان بی‌کار نبوده‌اند. نظری با این نکته موافق است و با اشاره به تلاش‌های فرهنگی زیادی که در زمان سلطنت فتحعلی‌شاه برای بازگشت به فرهنگ ایرانی علاوه بر حوزه ادبیات، در نقاشی هم اتفاق افتاده، می‌گوید: «دوست داشتیم آثار دوره فتحعلی‌شاه بیشتر از این باشد اما موفق نشدیم. امیدواریم در آینده شاهد فعالیت‌های بیشتری در مورد هنر این دوره باشیم.»

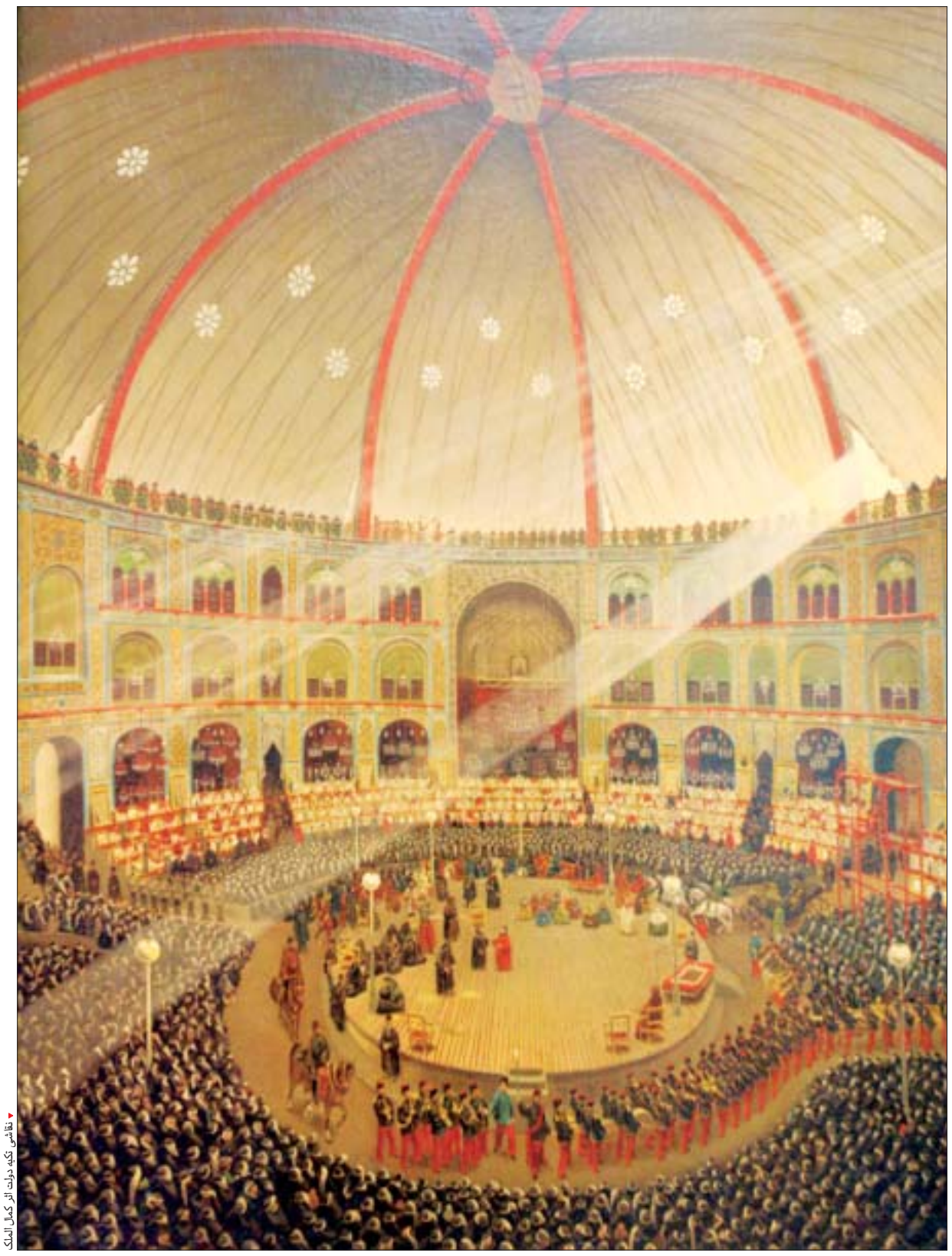
مسئله دیگری که شهروز نظری به‌عنوان مانعی در تحقیقات ذکر می‌کند، مسئله تطابق تاریخ خورشیدی با تاریخ قمری است. چون: «تطبیق تاریخ خورشیدی با میلادی کار ساده‌ای است. همه ما می‌دانیم در سال ۱۳۸۵، یا سال ۲۰۰۶ میلادی هستیم. اما تاریخ قمری که بسیاری از آثار دوره قاجار و دوره‌های پیش‌تر با آن مشخص شده‌اند چندان مرسوم نیست.» به عقیده او باز شدن این مبحث به‌عنوان یک موضوع تحقیقی که کار را در بسیاری موارد مشکل کرده است، می‌تواند به پیشرفت پروسه‌های تحقیقی کمک بسیاری کند.

■ آگاهی بیشتر- فاصله کمتر

دغدغه اصلی مسئولان فرهنگستان هنر و برگزارکنندگان این نمایشگاه آشنا شدن مردم، به خصوص جوان‌ها با هنر گذشته‌مان است. گذشته‌ای که اگرچه چندان دور نیست، اما بسیاری از ما حتی اطلاعات اولیه و محدودی هم نداریم. همین مسئله است که باعث شده نام کمال‌الملک را به‌عنوان نقاش مدرن بشنویم و تصور کنیم نقاشی معاصر است. «نظری» عقیده دارد مهمترین نکته برپایی این نمایشگاه یا نمایشگاه‌هایی از این دست، ارتباط برقرار کردن مردم با هنر است. «هنر موزه‌ای» که در واقع یعنی آثار هنری که صاحب اصلی آن مردم هستند، برای ما تعبیر دیگری دارد. گویا موزه‌ها دیواری شده‌اند میان مردم با هنرمندان و آثارشان. نظری می‌گوید: «چنین کارهایی می‌تواند فاصله با مردم را کم کند.» با این حال استقبال مردم را در سطح خوبی نمی‌داند: «اگر چنین کاری در کشور دیگری انجام می‌شد آن را جدی‌تر می‌گرفتیم و اهمیت بیشتری به آن می‌دادیم.»

اینکه از کشورهای دیگر، مثلاً آمریکا و فرانسه، بازدیدکنندگانی داشته‌ایم که تنها با هدف دیدن این نمایشگاه به ایران آمده‌اند کم‌کاری ما را بیشتر نشان می‌دهد. کم‌کاری‌ها حتی در حوزه آموزش دانشگاهی و تالیف کتاب هم به چشم می‌خورد: «تقریباً هیچ کتاب جدی و دقیقی در مورد هنر ایرانی نداریم که مولف آن ایرانی باشد.» اگرچه غربی‌ها کارهایی داده‌اند، ولی: «مثل این است که بخواهیم حجم آب را با متر اندازه‌گیری کنیم.»

قرار است فرهنگستان هنر براساس کاری که برای برگزاری این نمایشگاه انجام شده، کتابی از آثار هنری دوره قاجار منتشر کند. این کتاب می‌تواند راه‌هایی در اختیار علاقه‌مندان به تحقیق و بررسی هنر و حتی تاریخ گذشته قرار دهد. راه‌هایی با هدف آگاهی بیشتر و فاصله کمتر.



▲ نقاشی تکیه دولت اثر کمال‌الملک

▲ چاپ سنگی / کتاب عجایب المخلوقات

▲ نقاشی رنگ و روغن/ پرتره ناصرالدین شاه

▲ نقاشی پشت شیشه

تکه‌های تجسمی

بازاریابی قومی

ایرج اسماعیل‌پور قوچانی

پروژه بازاریابی قومی یا Ethnic Marketing نام فعالیتی گروهی با رویکرد هنر مفهومی بود که در اوایل سال‌جاری و در مکان‌های دانشگاه تهران و نگارخانه‌های طراحان آزاد و گالری ۱۳ ونک برگزار شد، و تیرداد ذوالقدر به عنوان curator در این پروژه سعی در به چالش کشیدن مقولات متنوعی از قبیل جهانی شدن، مک‌دونالدیزاسیون، کسب و کار هنری، اقتصاد هنر، جهان‌های سوم و کشورهای جنوب، شرقی‌سازی، بیگانه‌گرایی، قوم‌شناسی و... داشت. به‌رغم آنکه در کل این رخداد بیش از چهل هنرمند ایرانی و غیرایرانی شرکت داشته‌اند باید اذعان کرد که وی توانسته بود حداقل در سطح نظری تمامی این معانی واگرا را در درون ترکیب خودساخته‌ای به نام «بازاریابی قومی» گرد هم آورد و به آنها سامان بخشد. آشنایی با این مفهوم فارغ از آنکه آن را به مثابه پدیده‌ای تمام و کمال بپذیریم یا خیر یا اینکه تمامی آن لغات کلیدی که در بالا فهرست شده‌اند در زندگی و جهان زیست ما وارد شده باشند یا نه، می‌تواند برای هنرمندان وطنی شکلی از خودآگاهی ناب را پدید بیاورد و به او کمک کند تا با اعتماد به نفس، به تحلیل گالری‌داران و دلالان هنری اروپایی و آمریکایی به مثابه یک قوم بپردازد. مسیری که تاکنون و عرفاً به برعکس آن عادت کرده‌ایم. حداقل از زمان ابن‌سینا به این طرف قاعده «انظر بما یقول» به عنوان یک اصل منطقی به ما حکم می‌کند که «چه می‌گوید مهم است، نه که می‌گوید» اما این اصل به‌رغم بداهتش هیچ‌گاه در طول تاریخ به‌کار گرفته نشد و لذا عادت کرده‌ایم تا در فضایی میان‌ذهنیتی مخاطبان خود را با در نظر گرفتن عوامل پیچیده و در عین حال مبهمی همچون سن، تحصیلات دانشگاهی، رنگ پوست، مو و ملیت و قومیت تخمین بزنیم. چنین مجادله ذهنی‌ای، هم‌اکنون در میان هنرمندان جهان سومی برای انتخاب شدن، از یک سو و گالری‌داران اور-آمریکایی از سوی دیگر در جریان است، جریانی که به طرز خطرناک، نابرابرانه و وقیحانه‌ای یک‌طرفه است به طوری که در نهایت، این مباحثات به چیزی جز انتخاب تعدادی انگشت‌شمار و اتفاقی، از هنرمندان با رونمایی باسمه‌ای و مشحون از اخلاقیات بیگانه دوستانه Xenophilia ختم نشده‌اند. اخلاقیاتی به ارث برده شده از تئوری «وحشی نازنین» با رویکردی ذاتاً نابرابر که سنگ اول بنای خود را بر قبول تفاوت گذاشته است. در بازاریابی قومی به مثابه فعالیتی که کماکان ادامه دارد، سعی شده است تا نحوه‌ای رویارویی موثر و رندانه به هنرمندان و مخاطبان آنان آموخته شود تا بتوانند ابتکار عمل را در این مناسبات عاری از منطق در دست گیرند: «این طرح از هرگونه تلاشی برای برجسته کردن یک پدیده بومی در پیشگاه ناظران بین‌المللی و معرفی آن به مخاطبان جهانی احتراز می‌کند. دست‌افزارهای مفهومی این پروژه نه قوم‌شناسانه نه رمانتیک، نه جامعه‌شناسانه و نه سازشکارانه است، بلکه می‌کوشد تا برتری ماهوی یک مشتری اروپایی آمریکایی را به چالش بکشد و او را به عنوان خریداری دمدمی و بی‌قید اما پولدار مطالعه کند.» اگر انسان‌شناسی کاربردی را شاخه‌ای از انسان‌شناسی در نظر بگیریم که سعی در یاری‌رسانی به قومیت‌های مورد مطالعه خود را دارد باید گفت که پروژه بازاریابی قومی، به نوعی یک پروژه انسان‌شناسی کاربردی محسوب می‌شود با این تفاوت که پژوهشگر، جماعات گالری‌دار، دلالان، واسطه‌های آثار هنری، موزه‌داران و دست‌اندرکاران خرید و فروش این آثار را به مثابه یک قوم و به عنوان مجموعه هسته‌ای مورد مطالعه خود برگزیده است اما هدفش یاری رساندن به قومیت‌هایی است که این جماعت مذکور با ظاهری خیرخواهانه با آنها در حال اندرکنش هستند یعنی تمامی هنرمندان دیررسیده بر سر خوان هنر مدرن. پروژه اگرچه در سطح نظری بر کلیشه‌ای بودن و سطحی بودن آثار هنری که موج‌های برگشتی جهانی شدن با خود به اروپا و آمریکا آورده است انگشت می‌گذارد ولی در بعد عملی خود سعی دارد تا به هنرمندان جهان سوم، مسلمان، سیاه‌پوست، آسیای شرق دور و خلاصه همه هنرمندانی که به دلایلی بیولوژیک و یا جغرافیایی و یا حتی شناسنامه‌ای برای وارد شدن در بازار جهانی مشکل دارند کمک کند و روش‌هایی را برای فائق شدن بر این موانع بیاموزد. روش‌هایی که به‌گونه‌ای حیرت‌آور ساده ولی در عین حال کاربردی هستند، روش‌هایی که در تمامی آنها نوعی دروغگویی و یا پنهان‌گویی رندانه به کار بسته می‌شود: به عنوان نمونه در بخشی از این طرح که شامل راه‌اندازی یک سایت اینترنتی به‌نام bioswop.net است به هنرمند این بخت داده می‌شود تا رزومه خود را با هنرمندان دیگر عوض کند تا با رزومه‌ای جعلی خود را به گالری‌داران معرفی نماید مثلاً اگر امسال شما به هر دلیلی نتوانسته‌اید کاری در دنیای هنر انجام دهید می‌توانید از طریق این سایت برای امسال خود سابقه‌ای درخشان دست و پا کنید. در توضیح این طرح در کاتالوگ نمایشگاه آمده است: «اگر در نقد هنری غربی، بیوگرافی هنرمند همیشه نقشی مبهم داشته است، در دنیای جهانی شده اهمیت آن به صورت مضحکی برجسته شده است. این پروژه که به سفارش بازاریابی قومی ۲۰۰۴ انجام گرفت، موقعیتی را فراهم می‌آورد که بازدیدکنندگان سایت، کارنامه (سی‌وی) کاری خود را به اشتراک گذاشته و از آنها استفاده کند. هدف هنرمند نه فقط شالوده‌شکنی مفهوم «هویت واقعی» است که انگشت گذاشتن بر روی ارزش انباشته گردش تصویر در بازار هنر است.» از دیگر ودایع این پروژه آموزش مواردی چند از سر کار گذاشتن گالری‌داران و مجموعه‌داران اروپایی از طریق علاقه‌مند نشان دادن خود به ادبیات جهانی‌سازی و هنر غرب و همچنین روش‌هایی برای گمانه‌زنی سلیقه وی از پس یکسری مکانیسم‌های شناسایی و همچنین پرهیز از برخی کلمات اختلاف‌برانگیز همچون «طبقه» و توجه به خواسته‌های بازاری آنها برای بدبختی‌نمایی و قربانی‌نمایی و بیچارگی و... است. و دست آخر از پس چنین آموزه‌هایی به این گزاره راهبردی در عالم هنر برخواهید خورد که: «به دستورالعمل‌هایی که روشنفکران خشمگین از موضع بالا صادر می‌کنند و صحت اخلاق‌گرایی بدوی را فریاد می‌زنند دل خوش نکنید.»