

نگاه‌خانه

آرت‌فر تهران و ضرورت نهادسازی در بازار هنر ایران

حسین محسنی

مدیر آرت‌فر تهران

اگر آرت‌فر را صرفا به‌عنوان یک رویداد هنری در تقویم فرهنگی کشور ببینیم، عملا مسئله اصلی را به حاشیه رانده‌ایم. آرت‌فر در تعریف حرفه‌ای خود نه نمایشگاه فصلی است و نه گردهمایی نمادین؛ آرت‌فر ابزاری نهادی برای ساماندهی بازار، تولید اعتماد، تثبیت قواعد و اتصال هنر به اقتصاد است. از این منظر، اهمیت آرت‌فر تهران نه در برگزاری یک رویداد، بلکه در پاسخ‌دادن به یک ضرورت تاریخی نهفته است؛ ضرورتی که سال‌ها در اکوسیستم هنر ایران انباشته شده بود.

بازار هنر ایران دهه‌هاست با اتکا بر تلاش‌های فردی و تعهد فرهنگی بازیگرانش زنده مانده است. گالری‌داران، هنرمندان، مجموعه‌داران و مخاطبان جدی، هر یک بخشی از بار این زیست‌بوم را به دوش کشیده‌اند. آنچه همواره غایب بوده، سازوکاری پایدار برای تبدیل این تلاش‌های پراکنده به ساختار بوده است. تجربه وجود داشته، اما نهاد شکل نگرفته است. نتیجه چنین وضعیتی بازاری است که دوام دارد، اما رشد نمی‌کند و حافظه حرفه‌ای آن مدام از نو ساخته می‌شود.

در ایران رویدادهای هنری کم نبوده‌اند. نمایشگاه‌ها، بینال‌ها، پروژه‌های مستقل و جریان‌ساز، هر یک در زمان خود نقش مهمی ایفا کرده‌اند. اما تجربه زمانی به سرمایه تبدیل می‌شود که در قالب نهاد تثبیت شود. بازار حرفه‌ای هنر مانند هر بازار بالغ دیگر، به قواعد شفاف، داده قابل اتکا، نهاد واسط مورد اعتماد و گفت‌وگوی حرفه‌ای مستمر نیاز دارد. نبود هر یک از این مؤلفه‌ها، بازار را در وضعیت بقا نگه می‌دارد. آرت‌فر دقیقا در همین نقطه معنا پیدا می‌کند؛ نه به‌عنوان رقیب کالری‌ها، بلکه به‌عنوان سکویی برای تنظیم مناسبات بازار.

نخستین تجربه آرت‌فر تهران از این منظر تأمل‌برانگیز است. مشارکت بیش از ۴۰ گالری از شهرهای مختلف، حضور انجمن‌های هنری و ناشران تخصصی و برگزاری مجموعه‌ای از نشست‌ها، پنل‌ها و برنامه‌های آموزشی، تصویری روشن از ظرفیت موجود ارائه داد. نکته مهم آن است که این بخش‌های محتوایی نقش تزئینی نداشتند. آرت‌فر حرفه‌ای فقط محل مبادله اثر نیست؛ محل تولید معنا، استانداردسازی و انتقال تجربه است.

بدون این لایه، بازار هنر به دادوستدی کوتاه‌مدت تقلیل پیدا می‌کند. از نظر مخاطب نیز داده‌ها معنادارند. جذب بیش از ۲۰ هزار بازدیدکننده در شرایطی که جامعه با فشارهای اقتصادی، اخبار منفی و محدودیت‌های تبلیغاتی مواجه است، نشان می‌دهد مسئله هنر در ایران نبود مخاطب نیست. تقاضای فرهنگی وجود دارد، اما ساختار پاسخ‌گویی به آن ضعیف است. این شکاف دقیقا همان جایی است که نهاد بازار باید وارد عمل شود. برای درک عمیق‌تر این مسئله، باید بازار هنر را در چارچوب صنایع خلاق دید. براساس گزارش‌های معتبر بین‌المللی، اقتصاد صنایع خلاق در جهان سالانه بیش از دو تریلیون دلار گردش مالی دارد و حدود ۳۰ میلیون شغل مستقیم ایجاد کرده است. در بسیاری از کشورها، سهم صنایع خلاق از تولید ناخالص داخلی به چند درصد می‌رسد. در ایران، با وجود حجم بالای سرمایه‌انسانی و پیشینه فرهنگی، این سهم هنوز بسیار ناچیز است. این فاصله نه ناشی از فقر خلاقیت، بلکه نتیجه نبود سازوکارهای بازار و نهادهای واسط است.

بازار هنر یکی از حلقه‌های کلیدی این زنجیره است. آرت‌فرها به‌عنوان نقاط اتصال خلاقیت انسانی، مالکیت فکری و بازار تجربه، نقش تعیین‌کننده‌ای در تبدیل هنر به یک فعالیت اقتصادی پایدار دارند. بدون چنین نقاط اتصال، هنر در سطح استعداد باقی می‌ماند و به صنعت تبدیل نمی‌شود.

در این میان، ایران یک مزیت رقابتی مهم دارد که کمتر به آن توجه شده است؛ ایران فراتر از مرزهای سیاسی امروز، نماینده یک حوزه فرهنگی پیوسته است؛ حوزه‌ای که از آسیای میانه تا قفقاز و از افغانستان تا بخش‌هایی از آناتولی امتداد دارد. این حوزه از نظر زبان بصری، روایت تاریخی و سنت‌های هنری پیوندی عمیق دارد. در ادبیات کسب‌وکار، چنین پیوندی یک مزیت منطقه‌ای محسوب می‌شود. درحال‌حاضر هیچ مرکز منسجم بازار هنری در این حوزه وجود ندارد که بتواند نقش میان‌دار را ایفا کند. تهران از نظر سرمایه انسانی، پیشینه تاریخی و موقعیت جغرافیایی، بالقوه می‌تواند این نقش را بر عهده بگیرد. تحقق این میان‌داری اما بدون نهاد ممکن نیست. یکی از سبب‌نقص‌های رایج در فضای فرهنگی ایران، تقابل ساختاری میان هنر و کسب‌وکار است. تجربه جهانی نشان می‌دهد این دو نه متضاد، بلکه مکمل یکدیگرند. هنر بدون بازار به حاشیه رانده می‌شود و بازار بدون معنا تهی می‌ماند. آرت‌فر در نقطه تلاقی این دو می‌ایستد و اگر با نگاه حرفه‌ای طراحی شود، می‌تواند تعادلی پایدار میان ارزش فرهنگی و منطق اقتصادی ایجاد کند.

بعد دیگر این ماجرا، گردشگری فرهنگی است. آرت‌فرها در جهان فقط بازار هنر نیستند؛ محرک اقتصاد شهری‌اند. تجربه شهرهایی مانند دویی نشان می‌دهد رویدادهای هنری می‌توانند هزاران سفر فرهنگی، اقامت، مصرف شهری و تولید محتوای رسانه‌ای ایجاد کنند. این زنجیره ارزش به هنر محدود نمی‌شود و به خدمات شهری، برند شهر و حتی جذب سرمایه خارجی گسترش می‌یابد. ایران با تنوع فرهنگی و تاریخی خود، ظرفیت بالایی در این حوزه دارد، اما بدون رویدادهای قابل اتکا و تکرارنشونده، این ظرفیت باطلع نمی‌شود.

در چنین مسیری، رابطه با دولت نیز باید به‌درستی تعریف شود. نهاد بازار نه پروژه دولتی است و نه در تقابل با دولت شکل می‌گیرد. منطق آن بر مسئولیت صنفی استوار است. استفاده از فضاهای عمومی و تاریخی، اگر با هدف احیا و بازسازی نهادی باشد، به حفظ سرمایه فرهنگی کمک می‌کند. نکته‌ای این فضاها به بهانه استقلال، در بلندمدت هزینه‌زااست. شبکه‌های غیررسمی دوستی، اعتماد و مودت سال‌هاست که جای خالی نهاد را تا حدی پر کرده‌اند. این ویژگی در بسیاری از بازارها وجود ندارد. اگر این سرمایه اجتماعی به ساختار متصل شود، می‌تواند به مزیت رقابتی تبدیل شود. سنت کارگاهی در تاریخ هنر ایران که بر همکاری و انتقال دانش استوار بوده، الگویی است که امروز نیز می‌تواند مبنای نهادسازی قرار گیرد. بازاری که فقط بر رقابت عریان بنا نشود، فرسوده می‌شود و بازاری که فقط بر رفاقت تکیه کند، ناکارآمد می‌ماند. تعادل این دو، هنر نهادسازی است.

در نهایت، مسئله آرت‌فر تهران به یک پرسش بنیادین بازمی‌گردد: آیا هنر را صرفا به‌عنوان امر زیباشناختی می‌بینیم یا آن را بخشی از زیرساخت توسعه فرهنگی و اقتصادی کشور می‌دانیم؟ اگر پاسخ دوم را بپذیریم، نهادسازی دیگر انتخابی سلیقه‌ای نیست، بلکه ضرورتی تاریخی است. آرت‌فر تهران تلاشی است برای حرکت در همین مسیر؛ نه به‌عنوان نسخه نهایی، بلکه به‌عنوان گامی برای عبور از پراکندگی به ساختار، از استعداد به بازار و از تجربه به نهاد.



آینده بهترین داور است

نشست تحلیل آثار بهرام دبیری در موزه هنرهای معاصر تهران

پیوندهای زنده فرهنگی شکل می‌گیرد.

ابوالقاسم اسماعیل پور؛ دبیری «اسطوره‌پردازی» نمی‌کند؛ اسطوره‌می‌آفریند

ابوالقاسم اسماعیل پور؛ آشنایی من با بهرام دبیری به اوایل دهه ۷۰ بازمی‌گردد و محدود به نمایشگاه موزه نیست؛ آشنایی‌ای که از طریق احمد نصراللهی شکل گرفت و با پیوندهای فکری پیرامون هنر مانوی و سنت‌های تصویری ایران عمیق‌تر شد. حتی در همان سال‌ها و در بازدید مشترک با زنده‌یاد مهرداد بهار از کارگاه دبیری، روشنی بود که سنت‌های شرقی و ایرانی نقشی بنیادین در جهان‌تصویری او دارند. نگاه من به آثار دبیری، نه دآوری ارزشی، بلکه خوانشی اسطوره‌یژه‌هانه از موتیف‌ها و مضامینی است که ریشه‌های ایرانی و شرقی دارند و به‌صورت تکرار‌شونده در آثار او حضور می‌یابند. در این زمینه می‌توان به مفهوم «اسطوره‌آفرینی» یا میتوپوئیا اشاره کرد. آنچه اسطوره‌آفرینی شناخته شد، آفریدن اسطوره‌های نو برای جهان جدید بود که از دهه ۱۹۳۰ و هم‌زمان با سوررئالیسم در اروپا مطرح شد؛ رویکردی که اسطوره را نه صرفا مضمون، بلکه خود ژانر هنری می‌داند. در این چارچوب، آثاری با نمادهای روایت‌مدار می‌توانند به اسطوره‌های عصر جدید بدل شوند؛ چنان‌که «گرینیکا» برای قرن بیستم یا در ادبیات ایران «یوف کور» و «قنقوس» نیما نمونه‌هایی از بازآفرینی اسطوره در زبان و زمانه جدید به‌شمار می‌آیند. در نقاشی معاصر ایران، مسعود عرشاهی و بهرام دبیری را می‌توان دو نمونه شاخص در ژانر اسطوره‌آفرینی دانست، هرچند با رویکردهایی متفاوت. جهان اسطوره‌ای عرشاهی غالبا انتزاعی و کهنشانی است، درحالی‌که دبیری با زبانی نمادپردازانه کار می‌کند. نمادهای او –زن، ماهی، گاو، گندم و...- نه رئالیستی‌اند نه سوررئالیستی کلاسیک، بلکه «نمادهای روایت‌مدار»ی هستند که واجد داستان و معنا هستند. این عناصر، کهن‌نمونه‌هایی برخاسته از لایه‌های عمیق ذهن‌اند: زن دبیری، زن آرکتاییپ است –فرا‌تر از زمان و مکان مشخص- و کاوهای او نیز نمونه‌ای از همین نگاه هستند؛ آرمانی اما زمینی. دبیری در این مسیر از سنت شرقی، از مانی تا نگارگری، بهره می‌گیرد؛ سنتی که آرکتایپ را با زیست زمینی پیوند می‌دهد. همین ویژگی، آثار او را هم‌زمان ساده‌نما و رمزآلود کرده و سبب می‌شود مخاطبان گسترده‌تری، حتی بدون دانش تخصصی، بتوانند با آنها ارتباط برقرار کنند؛ زبانی نمادین که جهانی است و راه ورودش را باز می‌گذارد. نکته محوری آن است که اثر اسطوره‌ای، به زمان و مکان خاص محدود نمی‌شود؛ فرا‌زمان و فرامکان است و از همین رو، در مواجهه با آثار دبیری هم‌زمان امکان دیدن، فهمیدن و حس‌کردن فراهم می‌شود. دبیری در کنار ریشه‌های شرقی، آگاهانه از دستاوردهای مدرن –از کوبیسم و سوررئالیسم تا مواجهه با پیکاسو و شاگال- بهره برده است، بدون آنکه به تقلید فروغ‌لند، تأثیرپذیری، آموختن است نه کپی‌کردن؛ همان‌گونه که روئین پاکباز نیز نوشته است: دبیری از پیکاسو اکسپرسیون و از شاگال روایتگری آموخته است. دبیری صور خیال را در نظمی روایی و بصری سامان می‌دهد؛ نظمی که حاصل قدرت فیکورآفرینی و ساختاری اوست و به اسطوره‌آفرینی امکان می‌دهد. افزون بر این، طراحی قدرتمند او با «جادوی رنگ» در هم تنیده است؛ رنگی که ریشه در سنت نگارگری و جهان مانوی دارد. همین تعادل میان فرم، محتوا و رنگ است که زبان بصری ویژه دبیری را شکل می‌دهد و آثارش را به کیفیتی ماندگار و فرازمانی نزدیک می‌کند.

آقای دکتر اسماعیل‌پور درچه تازه‌ای برای دیدن آثار استاد بهرام دبیری گشودند. سخنران بعدی، از زاویه‌ای انسانی‌تر و برآمده از تجربه زیسته دوستی با هنرمند به آثار نگاه می‌کنند. دعوت می‌کنم از آقای مهدی فیروزان، ناشر و بنیان‌گذار شهر کتاب، که در خدمشان باشیم.

مهدی فیروزان؛ ارزش کار دبیری در «آرکتایپ» است، نه در شباهت‌سازی

مهدی فیروزان؛ با ادای احترام به بهرام دبیری و با اتکا به دوستی و همراهی‌های شخصی، بی‌مقدمه به برداشت‌هایم می‌پردازم. هر مواجهه با یک اثر، مبتنی بر ذهنیت و پیش‌دآوری است؛ اما اگر مجال فروتنی باشد، امکان افزودن و تغییر فراهم می‌شود و این تغییر، به‌ویژه در میانسالی، دشوار اما ضروری است؛ ضرورتی فردی و اجتماعی.

از همین رو، دعوت می‌کنم هر یک از ما بپرسد مواجهه با این آثار و گفت‌وگوها تا چه اندازه می‌تواند موجب دگرگونی در نگاهمان نشود. آنچه در ادامه می‌آید، روایت فرایند تغییر خود



نگار خانه

گران‌ترین آثارهنری ۲۰۲۵
ترانه سلطانی: آرت‌نیز در جمع‌بندی خود از حراج‌های ۲۰۲۵ گزارش می‌دهد که ۱۰ فروش برتر سال در مجموع ۷۵۷ میلیون دلار ارزش داشتند؛ رقمی بسیار بالاتر از سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ و بی‌سابقه از ۲۰۲۲ به این سو. این موفقیت عمدتا حاصل تلاش خانه‌های حراج کریستیز، ساتبیز و فیلیپس بود که پس از نیمه نخست کمرمق سال، با جذب آثار شاخص و مجموعه‌های مهم، کمسیونرها را دوباره به بازار بازگرداندند.

۱۰- کلود مونه، نیلوفرهای آبی، ۱۹۰۷
فروخته‌شده به قیمت ۴۵.۵ میلیون دلار
این اثر متعلق به سال ۱۹۰۷، اثر شاخص حراج شبانه هنر قرن بیستم کریستیز در ۱۷ نوامبر نیویورک بود. این اثر توسط موزه هنر یادبود کاکامورا DIC ارائه شد؛ یکی از چند اثری که این موزه در این فصل فروخت تا بخشی از دهه‌ها میلیون دلار بدهی شرکت DIC Corp را بپردازد.

۹- پابلو پیکاسو La Lecture ماری-ترز، ۱۹۳۲

این اثر که در حراج تک‌مالک رابرت اف. وایتپتیج‌جی، رأس وایس در ۱۷ نوامبر عرضه شد، به قیمت قابل توجه ۴۵.۵ میلیون دلار به فروش رسید.

۸- پیت موندریان، ترکیب‌بندی با سطح بزرگ قرمز، خاکستری مایل به آبی، زرد، سیاه و آبی، ۱۹۲۲

فروخته‌شده به قیمت ۴۷.۶ میلیون دلار
این اثر موندریان که در حراج تک‌مالک «لئونارد» ۵۲.۵ میلیون ریچجو، آثار گردآوری‌شده» در ۱۲ می توسط کریستیز فروخته شد.

۷- ژان-میشل باسکیا، ۱۹۸۱

فروخته‌شده به قیمت ۴۸.۳ میلیون دلار
در حراج «Now & Contemporary Evening Auction»، ساتبیز این اثر باسکیا را –که گفته می‌شود از مجموعه بازگر فرانسوی، فرانسیس لومبرال بوده- پس از رقابتی طولانی و بالای از برآورد سقف ۴۵ میلیون دلاری فروخت. گرگوار بیو، رئیس هنر معاصر ساتبیز، پیش از فروش به ART+news گفت این اثر متعلق به سال ۱۹۸۱، سالی سرنوشت‌ساز در اوج‌گیری باسکیاست و در شب کریسمس نقاشی شده است.

۶- فریدا کالو، ۱۹۴۰

فروخته‌شده به قیمت ۵۴.۷ میلیون دلار
این اثر کالو با برآورد پیش‌حراج ۴۰ تا ۶۰ میلیون دلار، تقریبا تضمین‌شده بود که رکورد قبلی را بشکند. اما پس از پایان مزایده در ۲۰ نوامبر، حتی فراتر رفت و رکورد گران‌ترین اثر یک هنرمند زن در حراج را نیز شکست.

۵- مارک روتکو، شماره ۳۱ (نوار زرد)، ۱۹۵۸

فروخته‌شده به قیمت ۶۲.۲ میلیون دلار
این نقاشی چشمگیر سرخ و نارنجی روتکو در کریستیز ۱۷ نوامبر–به فروش رسید و بهترین نتیجه آن شب را با قیمت چکش ۵۲.۵ میلیون دلار، بر مبنای برآورد ۵۰ میلیون دلاری، رقم زد.

۴- وینسنت ون‌گوگ، دسته‌هایی از رمان‌های پارسیسی و گل‌های رز در یک لیوان، ۱۸۸۸

فروخته‌شده به قیمت ۶۲.۷ میلیون دلار
بهترین نتیجه شب پایانی فروش‌های نوامبر ساتبیز، متعلق به این اثر ون‌گوگ بود که پس از یک رقابت هفت‌دقیقه‌ای، توسط مشاور هنری پتی وونگ خریداری شد. این اثر تقریبا رکورد قبلی نقاشی‌های دوره پاریس ون‌گوگ را دو برابر کرد.

۳- گوستاو کلیمت، دامنه جنگلی در اوتراخ کنار دریاچه اترز، ۱۹۱۶

فروخته‌شده به قیمت ۶۸.۳ میلیون دلار
این آخرین اثر کلیمت در فروش تک‌مالک مجموعه لئونارد آ. لادر در ۱۸ نوامبر، با قیمت ۶۱ میلیون دلار چکش خورد؛ رقمی کمتر از برآورد ۷۰ میلیون دلاری.

۲- گوستاو کلیمت، چمنزار شکوفا، ۱۹۰۸

این منظره درخشان سال ۱۹۰۸ که آن نیز بخشی از فروش تک‌مالک لئونارد آ. لادر بود، قیمت ۸۶ میلیون دلاری آن دومین رقم بالای پرداخت‌شده برای یک منظره از کلیمت است.

۱- گوستاو کلیمت، پرتره الیزابت لدرر، ۱۹۱۶-۱۹۱۹

فروخته‌شده به قیمت ۷۳.۶ میلیون دلار

پس از یک رقابت نفس‌گیر ۲۰دقیقه‌ای در ساتبیز در ۱۸ نوامبر، این نقاشی کلیمت جایگاه خود را در تاریخ تثبیت کرد و به دومین اثر گران‌قیمت فروخته‌شده در حراج تبدیل شد؛ پس از Salvator Mundi لئوناردو داوینچی. این اثر شاخص فروش تک‌مالک مجموعه لئونارد آ. لادر بود.