



تعریف شما از گالری چیست؟

گالری محلی است برای ارائه آثار هنرهای تجسمی. محلی است برای شناساندن آثار نقاشان جوان و ناشناخته. محلی است برای ارائه تازه‌ترین آثار یک هنرمند بنام، برای شناساندن سبک‌های مختلف هنری به تماشاگر و در نتیجه بالا بردن سطح فهم و درک هنری مخاطب.

نقش گالری‌ها در معرفی هنرمندان جوان در مواجهه با هنر تثبیت شده چیست؟

یکی از مهم‌ترین هدف‌های مدیر یک گالری - به زعم من - باید کشف و شناساندن نقاشان، مجسمه‌سازان و استعداد‌های جوان در حیطه هنرهای تجسمی باشد. در اینجا است که مدیر گالری باید حساسی از خود مایه بگذارد، زحمت بکشد، تحقیق کند، جستجو و کشف نماید و بعد او را در جهت درست سوق دهد. بی این که بخواهد سلیقه‌اش را به هنرمند تحمیل کند.

دیده‌ام مدیر گالری را که (بخصوص بعد از این حراجی‌های خارجی) به نقاشی جوان می‌گفت، اگر آستره کار می‌کنی، حتماً چند خط فارسی هم یک جایی بگذار! کشف استعداد‌های جوان، حمایت و شناساندن آنها به جامعه هنری و پیگیری کار آنها از مهم‌ترین کارهایی است که یک گالری‌دار باید انجام دهد. چه لذت بخش است وقتی می‌بینی آن هنرمند جوان جای خودش را باز کرده و موفق شده و دارد درست به جلو می‌رود. من به شخصه ندیده‌ام هنرمندان قدیمی، که تثبیت شده‌اند، تعارضی با نقاشان جوان داشته باشند. قاعدتاً نباید هم تعارضی داشته باشند. آنها جایگاه و الای خودشان را دارند و نقاشان جوان هم می‌توانند آرام‌آرام جای خودشان را پیدا کنند.

دلایل توفیق بعضی گالری‌ها و دلایل ضعف و ناکارآمدی برخی دیگر در چیست؟

دلایل توفیق برخی از گالری‌ها فقط و فقط برمی‌گردد به مدیر گالری. مدیر گالری باید به هنرهای تجسمی احاطه کامل داشته باشد. باید تاریخ هنر را خوب بداند. باید روابط عمومی درستی داشته باشد، و مخاطبان درستی را برای هر نمایشگاه دعوت کند. باید اطلاع‌رسانی درستی انجام دهد و برای هنرمندش تبلیغ کند. باید رسانه‌های عمومی را متوجه آن هنرمند کند. باید بتواند به مخاطب کم‌فرهنگ اما جستجوگر و کنجکاوش جواب‌های درست بدهد (اغلب دیده‌ام که این طور نیست. اغلب دیده‌ام که حتا نام نقاشی‌های خارجی را به اشتباه تلفظ می‌کنند. اغلب دیده‌ام که حتا تفاوت میان امپرسیونیسم و کوبیسم را هم نمی‌دانند!) پس توفیق یک گالری برمی‌گردد به فهم و درک و فرهنگ مدیر آن گالری در باب هنر. این باید‌های من را بیخشید. اما باید. مدیر یک گالری باید بداند که مخاطب و تماشاگر اول برای دیدن و حظ بصری می‌آید و بعد برای خرید. با بازارگر می‌های سیراب‌سلطانی مزاحم آرامش تماشا می‌نشود (که می‌شوند). بداند که یک گالری تجارخانه نیست و یک مکان فرهنگی است. بیسواد، عدم کامل درک از هنر، بی‌عرضگی، دست‌وپاچلفتگی و ندانم‌کاری می‌تواند دلایل کافی برای ناکارآمدی و ناموفق بودن یک گالری باشد. متأسفانه باید بگویم این عیوبی که ذکر کردم به ضرر کسانی که موفق هستند هم هست؛ یعنی وقتی رفتار نادرست یک مدیر گالری روی مخاطب اثر منفی بگذارد و مخاطب با یک حس بی‌اعتمادی و منفی وارد یک گالری موفق بشود، حالا بیا و درستش کن! حالا بیا و ثابت کن که من جور دیگری هستم و

همین انرژی می‌گیرد و خسته و فرسوده می‌کند. هنوز نمی‌دانم چرا نهادی که مجوز برای ساخت گالری می‌دهد، به مدیر گالری کاری ندارد و فقط محل را بازدید می‌کنند که مناسب است یا خیر. محل مهم نیست، فهم صاحب محل مهم است.

چرا تصور بعضی درباره کار گالری‌ها صرفاً دلالی است؟
تصور غلطی نیست. یکی از وجوه این کار به هر حال نوعی واسطه‌گری بین خریدار و هنرمند است. کان و ایلر، هاینس بر گروئن، سامی تازسیه یا خوانا موردو ... همه اینها همیشه به عنوان فروشنده و دلال هنر معروف بوده‌اند و من اشکالی در این صفت دلال هنر نمی‌بینم. شاید اعتماد به نفسم به اشتباه زیاد است. و شاید زیاد از حد واقع‌بینم. و شاید به این حرف‌های خاله‌زنکی هرگز اهمیت نداده‌ام. من دلال و فروشنده هنر هستم و احساس خوبی هم دارم.

یک گالری چه طور امکان رشد و توسعه هنر و بالا رفتن سطح کیفی آن را فراهم می‌کند؟

مدیر گالری وظیفه اولیه‌اش ارتقاء سطح فرهنگی مخاطب است. مخاطب و مخاطبین هم در جمع جامعه را شکل می‌دهند. دست کم جامعه هنری را. اما یادمان نرود که مدیر گالری به تنهایی نمی‌تواند این مهم را انجام دهد، بلکه رسانه‌های جمعی و منتقدان با معرفی درست، با نقد درست و پیشنهادهای درست و کارساز می‌توانند در این امر مهم شرکت داشته باشند و درک و فهم مخاطب را بالا ببرند. متأسفم که در اینجا باید بگویم بعد از چهل سال که از جدی شدن هنر تجسمی در این ملک می‌گذرد، هنوز نقدها در حد روابط باقی مانده و معرفی و نقد درست کم می‌بینم. و هرچند کیفیت آثار هنری بالا رفته، اما کیفیت و کمیت نقد هنری بسیار ناچیز و به حساب نیامدنی است.