

## گفت‌وگو با مریم راستی\*<sup>۱</sup>

مصاحبه‌گر: جهانبخش امیربیگی\*\*<sup>۲</sup>

۱. مدیر گالری شریف، تهران.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

پیش آمده وجود داشت، آثار محمود مکتبی خاص و متناسب بودند. از تابستان سال ۹۹ تا هم‌اکنون که مشغول صحبت باهم هستیم، تقریباً به طور مرتب در شریف نمایشگاه داشته‌ایم. روندی که در شریف پیش گرفتیم، فعالیت و تمرکز بر آثار هنرمندان جوان و نوظهور<sup>۲</sup> بوده است. روندی که من پیشتر در هپت<sup>۱</sup> نیز سابقه آن را داشته‌ام. هنرمندان جوان و مستعدی که گاهی اولین نمایشگاه گروهی خود را ارائه می‌دهند. در واقع شناسایی هنرمندان و همراهی با آن‌ها برای ورود به وادی هنر از مهمترین دغدغه‌های ما به حساب می‌آید.

**امیربیگی: ورود شما به این حوزه مدیریتی یک اتفاق بود یا یک تصمیم آگاهانه؟**

**راستی:** فکر می‌کنم «اتفاق» از آن جایی که خیلی وقت‌ها با «انتخاب» همراه می‌شود، پس می‌تواند تصمیم آگاهانه هم محسوب شود و به نظرم دو موضوع جدا و متقابل هم نیستند. ورود به این حوزه، برای من اتفاقی بود که درعین حال تصمیم آگاهانه‌ای هم پشت آن وجود داشت و درواقع خودم هم می‌خواستم که این اتفاق بیفتد و به دنبالش بودم. البته

**امیربیگی: خانم راستی چه سوابقی دارید و مهم‌ترین دغدغه شما در دنیای هنر چیست؟**

**راستی:** من فلسفه خوانده‌ام، سابقه پژوهش و تدریس در این زمینه داشته و این حوزه را به طور جدی دنبال نموده‌ام. از سال ۹۲ وارد حوزه فلسفه هنر و دنیای هنر شده‌ام. حضور جدی من در هنر، از سال ۹۵ و زمانی که به عنوان مدیر گالری هپت<sup>۱</sup> فعالیت می‌کردم، آغاز شد. سال ۹۷ از هپت<sup>۱</sup> جدا شدم و در سال‌های ۹۷ و ۹۸ با گالری‌های مختلفی به خصوص در شهر شیراز، به عنوان کیوریتور همکاری داشتم. در نهایت از سال ۹۸ به گروه گالری شریف پیوستم. اما با توجه به اتفاقات سیاسی-اجتماعی آن دوران و همین‌طور شیوع پاندمی، آغاز فعالیت رسمی این گالری با تأخیر زیادی همراه شد. بنابراین شروع فعالیت ما در گالری شریف، از مرداد ۹۹ بود. اولین نمایشگاه ما تحت عنوان «جنب سینا اطهر» مجموعه‌ای از ویدیوآرت و چیدمان<sup>۱</sup> بود که چیدمان آن توسط محمود مکتبی اجرا شد. نام چیدمان «عاشقان بی مزار» بود و به مدت یک هفته در گالری برگزار شد. با توجه به شرایطی که در آن دوران به دلیل بودن در همسایگی سینا/اطهر و اتفاقات

\* mariam@sharifgallery.art

\*\* Jahanbakshamirbegi@gmail.com

وسایل هنری و حتی بوتیک‌ها هم اسم گالری را روی خود می‌گذارند. در واقع با به کار بردن این کلمه، روی این مسئله تأکید می‌شود که در این مکان چیزی برای دیدن و عرضه وجود دارد. بنابراین ممکن است در این عرضه، مسئله مالی هم در میان باشد. اما موضوع صحبت ما در واقع «گالری هنری» است. یک گالری که موضوع هنرهای زیبا، را دنبال می‌کند و تقسیم‌بندی commercial art gallery قرار می‌گیرد. در نتیجه حدود تعریفی آن مشخص است. تعریف‌های شغلی در گالری می‌تواند تنوع بی‌پایه؛ به عبارتی گالری یک فضایی هنری است و بر حسب مراتب خاصی که گالری تعریف کرده‌است، پیش می‌رود. برای همین عناوینی مانند دستیار<sup>۴</sup>، مدیر هنری<sup>۵</sup> و غیره تعریف می‌شوند. مثلاً بعضی از گالری‌ها، مدیر اجرایی خود را از مدیر هنری جدا می‌کنند. بعضی‌ها به جای مدیر هنری، با چند کیوریتور همکاری می‌کنند یا مشاور هنری دارند و در واقع همه این‌ها بستگی به همان مراتبی دارد که گالری تعیین می‌کند. تعریف

به هر حال وقتی کسی کاری را شروع می‌کند و در آن حوزه تجربه زیادی ندارد، شاید به همه زوایای آن آگاه نباشد؛ من هم زمانی که می‌خواستم مدیر گالری هپتا شوم، مسائل مربوط به هنرمندان را به این وضوح فعلی نمی‌دیدم، در حالی که وقتی به گالری شریف آمدم، مسائل این حوزه برایم خیلی شفاف‌تر بودند و به وضوح می‌دانستم مسیر پیش‌رو چقدر می‌تواند سخت‌تر از چیزی باشد که در مرحله نخست به چشم می‌آمد. به طور کلی ورود به این حوزه، تصمیمی اتفاقی و در عین حال آگاهانه بود.

**امیر بیگی: اساساً تعریف‌تان از یک گالری‌دار چیست؟ به باور شما کلمه «مدیر گالری» در همه صنوف به یک معناست و یک روند مشخص از پیش تعیین شده است؟**

**راستی: «گالری» یک واژه عام است. فروشگاه‌های ماشین،**



تصویر ۱. سعید غلامی، نمایشگاه «مناظر دوردست درون»، نمایشگاه انفرادی نقاشی و مجسمه، ۱۴۰۰

کمکی کنند. در واقع این موارد را هم بخشی از تعریف کاری خودم در نظر گرفته‌ام.

**امیربیگی: تا چه میزان مسئولیت مدیر گالری در ایران را همسو با سایر کشورها می‌دانید و شباهت یا تفاوتی در آن احساس می‌کنید؟**

**راستی:** روند گالری‌داری در ایران و خارج از ایران تفاوت‌هایی دارد. چنان‌چه در خود ایران نیز از یک گالری به گالری دیگر تفاوت دارد. این مسئله وابسته به تعریفی است که گالری از برنامه<sup>۸</sup> خود مورد نظر دارد یا به عبارت دقیق‌تر چه دیدگاه و مسیری را برای خود تعیین کرده است. اما به هر حال یک مفهوم کلی وجود دارد که تحت آن گالری‌ها می‌توانند با هم ارتباط بگیرند و من مدیر گالری در اینجا و مدیر گالری دیگر در جایی دیگر را همسو می‌کند. در واقع می‌توان گفت در حوزه گالری‌داری، یک کل ثابت وجود دارد اما سلیقه‌های متفاوتی هم در آن تأثیر می‌گذارند. مثلاً اینکه نمایشگاه‌ها چطور برگزار شوند، هنرمندان چطور شناسایی و معرفی شوند و مسئله فروش

من از یک «مدیر گالری» - که فکر می‌کنم تعریفی نسبتاً مورد پذیرش باشد - چنین است؛ کسی است که برنامه روز به روز یک گالری را می‌چیند و نمایشگاه‌های گالری را برگزار می‌کند، با هنرمندان مختلف در ارتباط است، راهنمایی‌هایی را به هنرمندان در پیشبرد آثار و نمایشگاه‌ها ارائه می‌دهد و روی مسئله فروش<sup>۹</sup>، معرفی هنرمند<sup>۷</sup>، شناسایی هنرمندان جدید و مستعد تمرکز دارد. به طور کلی تعریف شغلی مدیر گالری از نظر من در این موضوعات می‌گنجد. البته موارد دیگری نیز می‌تواند همراه این مجموعه وظایف باشد؛ اینکه مدیر گالری مانند حلقه‌ای بین هنرمند و دنیای فروش یا هنرمند و منتقد یا هنرمند و بیننده عمل می‌کند و این تعریف‌ها می‌تواند برای هر مدیر گالری‌ای متفاوت و منحصر به فرد باشد. به عنوان مثال از آنجایی که من با هنرمندان جوان کار می‌کنم، بخش عمده‌ای از زمان کاری خود را با آنها در مورد کارهایشان صحبت می‌کنم. حتی گاهی پیشنهاد می‌دهم با یکدیگر مقاله‌ای در رابطه با موضوع مورد علاقه او بخوانیم. گاهی با استفاده از روابط یا دوستانی که دارم، سعی می‌کنم هنرمندان را با کیوریتورهای مختلف یا متخصصان حوزه نظری آشنا کنم تا بتوانند به بهتر شدن مسیر هنرمند



تصویر ۲. جهانبخش امیربیگی، لنا یکتا، «هرآنچه هست»، هنرچیدمان، ۱۴۰۰



تصویر ۳. پریا فرخی، نمایشگاه «دشت امکان»، نمایشگاه انفرادی نقاشی، ۱۴۰۰

این است که خود هنرمندان سعی می‌کنند این دو را بهم نزدیک کنند. خیلی وقت‌ها این دو دیدگاه هم به یکدیگر بسیار نزدیک‌اند، چون بهر حال این موضوع برای هنرمندی که مسیری را طی کرده و تأملی بر آثار و روند کاریش داشته، مشخص است. یک هنرمند خوب همیشه می‌تواند راه سومی پیدا کند که هر دو این نظرها را در خود داشته باشد.

**امیربیگی:** بقای یک گالری را در داشتن کدام یک از مخاطبان می‌دانید؟ (مخاطب خریدار، مخاطب بیننده، مخاطب منتقد) و به باور شما چه رابطه‌ای در این مثلث در جریان است؟

**راستی:** پیش از این که درباره مسئله مخاطب که به باور من رکن مهمی در فضای هنر است، صحبت کنیم، می‌خواهم با مطرح کردن تمثیلی از نیچه وارد این بحث شوم. نیچه تحت عنوان «سه دگردیسی جان» و با استفاده از تمثیل «شتر، شیر، کودک» در کتاب «چنین گفت زرتشت» برای جان آدمی سه دگردیسی را بیان می‌کند؛ زمانی که جان شتر است و زمانی که شیر می‌شود و آن‌گاه که به کودک تبدیل می‌شود. جان زمانی شتر است که پینه‌های کهنه باورهای قدیمی و دیدگاه‌ها و تفکراتی را که خانواده، جامعه، سیاست و گفتمان‌ها

به چه صورت باشد. همچنین ممکن است تصمیم‌گیری‌ها به عهده یک نفر و یا چند نفر باشد.

**امیربیگی:** نظر تان در مورد این جمله که «یک گالری‌دار مخاطب حرفه‌ای یک هنرمند و اثر هنری است» چیست؟

**راستی:** فکر می‌کنم جمله بسیار درستی است. مدیر گالری، از اولین کسانی است که مخاطب هنرمند قرار می‌گیرد. این مسئله خاص در مورد هنرمندانی که با آن‌ها کار می‌کنیم، جنبه مهم‌تری می‌یابد؛ ما ساعت‌ها در مورد آثار و روند کاری گفت‌وگو کرده‌ایم؛ زمانی را با هم سپری کرده‌ایم و مسیری مشترک را با هم پیموده‌ایم؛ از این جهت طبیعی است که هنرمند، گالری‌دار را از اولین مخاطبان آثارش بداند. هر چند در این میان باید تفکیکی را هم قایل باشیم؛ این که در برخورد با یک اثر هنری نظر شخصی من به عنوان یک مخاطب هنر می‌تواند با نظر من به عنوان یک گالری‌دار یا مدیر هنری تفاوت‌هایی داشته باشد. مخاطب یک اثر هنری می‌تواند بدون در نظر گرفتن هیچ معیاری خارج از معیارهای هنری و زیبایی‌شناسانه، با یک اثر روبرو شود. از سوی دیگر بدون داشتن هیچ دل‌مشغولی خاصی که نظر من چه تأثیر منفی یا مثبتی بر روند کاری هنرمند دارد، می‌تواند آزادانه نظرش را بگوید. اما در مورد مدیر هنری یا گالری‌دار شرایط به این سادگی نیست؛ یک مدیر گالری نیاز است خیلی از فاکتورها را در نظر بگیرد. مثلاً اینکه در مجموعه جدید هنرمند، خلاقیت یک هنرمند نسبت به کارهای دیگرش چطور نشان داده شده‌است یا اینکه مواجهه بازار هنر با اثر هنرمند به چه صورت خواهد بود (هر چند مارکت نمی‌تواند و نباید مشخص‌کننده عمل هنرمند باشد). بنابراین خیلی وقت‌ها برای یک مدیر هنری مسئله فقط این مخاطب هنر بودن نیست؛ مسئله این است که من یک مدیر هنری هستم و باید این دو موضوع را با هم همسو کنم. در اینجا کار کمی متفاوت می‌شود، چرا که تو با هنرمند در ارتباطی و می‌دانی که نظر تو می‌تواند تعیین‌کننده موارد مهمی در هنرمند باشد. به همین خاطر خیلی وقت‌ها مجبوری وارد گفت‌وگوهای شوی و برای هنرمند مشخص کنی که من به عنوان یک مخاطب چه دیدگاهی دارم و به عنوان یک مدیر هنری که روندی را برای تو در نظر گرفته‌ام، این قضیه را به شکل دیگری می‌بینم و بیان می‌کنم. معتقدم که خود هنرمند باید تعیین کند که به کدام دیدگاه اهمیت بیشتری می‌دهد. البته تجربه من

درصد کمی ممکن است چیز جدیدی برای ارائه داشته باشند، بخاطر نبود منتقد متخصص به تعداد کافی است. اگر منتقدی باشد که بتواند به‌خوبی نقد کند و بنویسد، من فکر می‌کنم هنرمندان و گالری‌دارها هم بیشتر کارهای متفاوت‌تری ارائه می‌دهند. بنظرم این داستان نباید در همین مرحله باقی بماند، چرا که مراحل بالاتری هم وجود دارند.

**راستی:** دقیقاً همین‌طور است و فکر می‌کنم این موضوع می‌تواند بخاطر اتفاقاتی که در سال‌های اخیر هم افتاده است باشد. این مسئله که منتقد باید نیش و نوش را باهم داشته باشد، بسیار مهم است؛ یعنی وقتی منتقد کار ارزشمندی را می‌بیند که ایراداتی هم دارد، هردو را باید بتواند نشان دهد؛ هم خوبی‌های کار را نشان بدهد، نه فقط برای دلگرمی هنرمند، بلکه تا مخاطبان اثر هم متوجه شوند که چه مواردی می‌تواند نقطه قوت کار باشد و هم جنبه‌های ضعف آثار را، هم برای آگاهی هنرمند و هم آگاهی بینندگان.

**امیربیگی:** منتقد حتی می‌تواند سلیقه خریدار را هم رشد دهد و معیار خوب بودن یک اثر هنری بهتر مشخص شود و خریدار هم بتواند درست‌تر تصمیم بگیرد. پس برای همه ارکان مثلث مفید خواهد بود.

**راستی:** بله و به‌همین خاطر است که ارکان این مثلث هر سه در کنار هم هستند و هرچقدر که این تصویر بتواند متوازن‌تر شکل بگیرد، رخدادهای بهتری را شاهد خواهیم بود.

**امیربیگی:** سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که در این حلقه، هنرمند و گالری‌دار به‌رحال نفعی دارند، اما منتقد چطور؟ بنظرم یکی از دلایلی که ما کمتر منتقد حرفه‌ای داریم همین است. مثلاً من به عنوان کسی که پژوهش هنر می‌خوانم، می‌دانم که نوشتن نقد درست به‌رحال زمانی برای مطالعه و شناخت می‌طلبد. مسلماً آن شخصی که در حال گذراندن روند مطالعاتی است و نقد را می‌نویسد، نیاز به برآوردن هزینه‌های زندگی خود هم دارد. پس این ضعفی که در ایران وجود دارد، باعث کم‌رنگ شدن نقش منتقد خواهد بود.

**راستی:** شاید این موضوع به اینکه ما کمتر مجله یا به‌طور کلی فعالیت جدی، جدای از گالری، در وادی هنر داریم هم مربوط می‌شود. البته نوشتن نقد مثلاً در ادبیات بیشتر از تجسمی رایج است. حتی در این زمینه سایت‌های تخصصی هم وجود دارند که طیف گسترده‌ای از افراد نقدها و نظرات خود را درمورد

بر او بار کرده‌اند، با خود دارد. اما جان شیر می‌شود، از قید و بندهای تحمیلی رها می‌شود و این پینه‌ها و باورهای کهنه را می‌درد. در نهایت نیز جان کودک می‌شود، از نو نگاه می‌کند و می‌آموزد. این تمثیل همیشه برای من یادآور زیستن و حرکت کردن در مسیر هنر است؛ هنر به‌سان آنچه به تو شناخت و فهم دیگرگونه‌ای از جهان و زندگی می‌دهد، راهی را در دگرذیسی ما می‌گشاید و هنرمند و مخاطب هنر هر دو در این مسیر قدم برمی‌دارند. بخشی از این مسیر به ویژه آن‌جا که سخن از دگرذیسی سوم است، با همراهی هنرمند و مخاطب بهتر طی می‌گردد. این‌گونه که هم مخاطب در مواجهه با اثر هنرمند و هم هنرمند در برابر نظرات مخاطبان، وارد دیالوگی می‌شوند که دوباره دیدن و شناختن را تسهیل می‌کند. در حقیقت اگر بخواهم به سوال بازگردم باید بگویم که مخاطب نه فقط برای گالری، بلکه برای هنرمند نیز نقش مهمی را به عهده دارد. فکر می‌کنم به مخاطبان نمی‌توان با این تمیزی که بینشان قائل شده‌ای نگاه کرد. یک گالری باید مخاطبانی داشته باشد که پیگیرانه برنامه‌های گالری را دنبال کنند یا خریداران و کلکتورهایی با گالری ارتباط باشند یا منتقدانی که مخاطب گالری اند. هر سه این مخاطبان برای گالری مهم‌اند.

نقش بیننده و کلکتور تا حد زیادی در هنر شناخته شده است اما متأسفانه دست‌کم در ایران، نقش منتقدان پررنگ نیست و اگر این نقش پررنگ‌تر و جدی‌تر بود، می‌توانست اتفاق خیلی خوبی باشد. منتقد چشم سوم است که اثری را می‌بیند و اگر بتواند کارش را درست انجام دهد، هم در روند گالری و هنرمند تأثیرگذار خواهد بود و هم در بیننده‌ای که شاید آنقدر در زمینه هنر اطلاعات نداشته باشد؛ یعنی بیننده و کلکتور نیز می‌توانند با یک عینک دقیق‌تر و از منظری جدید اثر هنری را ببینند و از این طریق منتقد می‌تواند روی درک جمعی ما از هنر تأثیر بگذارد.

در جمع‌بندی سوال، باید بگویم این مخاطبان، همه برای گالری مهم‌اند؛ مخاطب بیننده مهم است و آن گفت‌و‌گویی که قرار است بین هنرمند و مخاطب صورت بگیرد، با حضور بیننده بیشتر و بهتر شکل می‌گیرد. خریدار مهم است، به این دلیل که بخشی از گالری در نسبت با مسایل اقتصادی است؛ درعین حال که برای گالری مسئله فعالیت فرهنگی اهمیت زیادی دارد، اما به‌رحال بقای گالری و هنرمند به اقتصاد وابسته است و مخاطب منتقد نیز از آن سبب که باعث ارتقا و بهبود کار گالری است، مخاطب مهمی است.

**امیربیگی:** به‌نظرم همین یکنواختی‌ای که در شرایط هنری ایران وجود دارد و اینکه همه آثار تقریباً شبیه هم هستند و تنها

برخورد می‌کند؛ یعنی این گزاره که «یک نمایشگاه باید خوب باشد». اما این «خوب بودن» بسیار مبهم است و می‌تواند طیفی از معانی مختلف را شامل شود و از یک نمایش به نمایش دیگر متفاوت باشد. بنابراین همان‌گونه که نمی‌توان به معنی مشخصی به این «خوب بودن» نسبت داد، نمی‌توان به طور دقیق مشخص کرد که مخاطب از هنرمند و گالری‌دار چه انتظاری دارد. چون این انتظار از یک رویداد به رویداد دیگر می‌تواند متفاوت باشد. البته می‌توان به معیارهایی کلی اشاره کرد: اینکه گالری باید در همراهی و نمایش دادن آثار موفق عمل کند و فضای درستی را برای نمایش آثار هنری ایجاد کرده باشد. در مسائل اجرایی مثل زمان‌بندی، اطلاع‌رسانی و همه مواردی که به گالری مربوط می‌شود، حرفه‌ای رفتار کند. همچنین درباره هنرمند هم می‌توان گفت که مجموعه‌ای ارائه کند که از لحاظ فرمی و محتوایی خلاقانه باشد و روند کاری او از یک نمایشگاه به نمایشگاه دیگر نوآورانه باشد و بیننده را با خود همراه کند. اما چنانچه در همین عبارات هم دقت کنید،

کتاب‌های مختلف می‌نویسند و نویسندگان هر نقد حق‌التحریری مشخص دارند. ما به این سبک در هنرهای کمتر رسانه‌ای داریم. یکی از دلایل این است که مخاطبانی که در هنر هستند، خیلی پیگیر این نیستند که مطالعه‌ای پسینی یا پیشینی در مورد نمایشگاه‌ها داشته باشند. دلیل دوم این است که در هنرهای تجسمی ملاحظاتی وجود دارد که در دنیای ادبیات کمتر آن‌ها را می‌بینیم. همچنین تعداد مخاطبان ادبیات بسیار بیشتر از مخاطبان تجسمی هستند و زمینه و فضای ادبیات هم به خاطر قدمت بیشتر، امکان ایجاد ارتباط بیشتر، در دسترس بودن و خیلی موارد دیگر، گسترده‌تر است. بنابراین برای حضور بیشتر منتقدان نیاز است ساز و کاری طراحی شود.

**امیربیگی: به نظر شما مخاطبان از هنرمند و گالری چه توقعی دارند؟**

**راستی: هر مخاطبی با گزاره‌ای پیشینی با یک نمایشگاه**

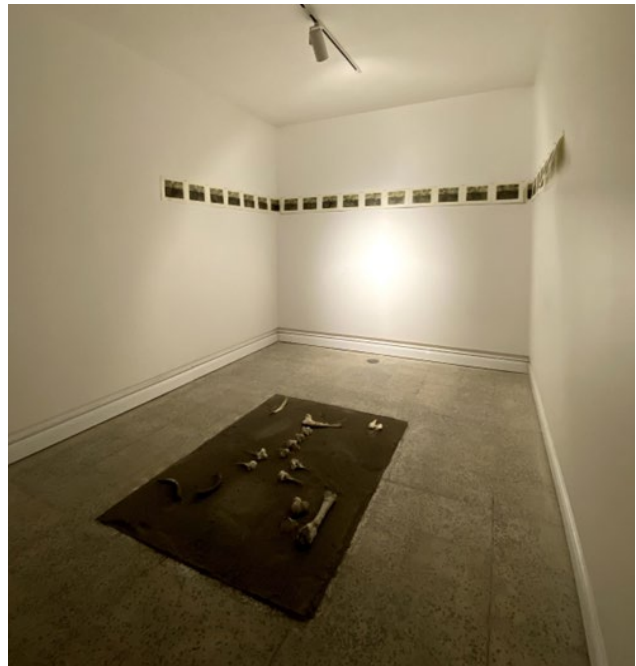


تصویر ۴. رویداد ویدیویی پادمان، کیوریتور: فواد علیجانی، ۱۴۰۰

دیدن را در نظر گرفته. اما تعاملی<sup>۱۰</sup> چیزی بیش از دیدن را طلب می‌کند. یعنی از بینندگان یا شماری از بینندگان می‌خواهد که فقط بیننده نباشند، بلکه دخالت و شرکت آنان در روند پروژه مهم است. سوای محتوای یک پروژه تعاملی، که برای مشارکت‌کننده بسیار مهم می‌شود، اینکه تو به عنوان هنرمند پروژه چگونه بیننده را به مشارکت ترغیب کنی، مسئله مهمی است. طبق تعریف شکل‌گیری یک اثر تعاملی به مشارکت دیگران وابسته است، پس ترغیب مخاطب به مشارکت در رکن مهمی است. در فضای هنری ایران، زمان زیادی نیست که این پروژه‌ها رواج یافته است. با این حال فکر می‌کنم که مخاطبان از این نوع نمایش استقبال می‌کنند. البته نباید فراموش کرد که رسانه‌های جمعی به ویژه اینستاگرام و آشنایی مخاطبان ایرانی با کسانی مثل *آبر/موویچ* و ویرال شدن متعدد ویدئوهای او، هم در این استقبال موثر است. سوای اینکه کارهای *آبر/موویچ* را دوست داشته باشیم یا نه، تالی فاسد این جریان این است که ذهن بیننده سوگیری خاصی پیدا می‌کند و فقط نوع خاصی از پروژه‌های هنری تعاملی را می‌پذیرد. گرچه با گذر زمان این مسئله رفع می‌شود، اما برای هنرمندی که بخواهد کار خلاقانه‌ای انجام دهد، کار را اندکی دشوار خواهد کرد. چون مخاطب آشنایی کمتری با کار او دارد. یعنی دوباره به مسئله مخاطب و تعامل او در پروژه بازگشتیم که بار آن بر دوش هنرمند است.

### امیربگی: برای انتخاب هنرمندان خود و پروژه‌های اجرایی گالری، چه میزان به فعال کردن نقش مخاطب اهمیت می‌دهید؟

**راستی:** هر گالری‌ای برنامه خاصی دارد که آن را در روند کاری خود اجرا می‌کند. در واقع براساس برنامه‌ای که از قبل برای خود در نظر گرفته، پیش می‌رود. بنابراین هنگامی که ما می‌خواهیم پروژه‌ای را آغاز کنیم و یا با هنرمند خاصی کار کنیم، خیلی بیشتر از اینکه به مخاطب فکر کنیم، به اینکه این کار آیا در آن چارچوبی که برای گالری داریم یا چیزی که اسم هنر را روی آن می‌گذاریم می‌گنجد یا نه، نگاه می‌کنیم تا مسئله مخاطب. من فکر می‌کنم در انتخاب یک پروژه، مخاطب خیلی مورد نظر گالری نباشد و چیزی که خیلی بیشتر مدنظر است، خود هنرمند و اثر هنری‌اش خواهند بود. مخاطب می‌تواند براساس خواست خود انتخاب کند که از نمایشگاهی بازدید کند یا نکند. البته همین‌طور که در روند بحث هم به آن اشاراتی داشتیم، بخشی از خواست مخاطب هم در نسبت با فعالیت گالری و هنرمند شکل



تصویر ۵. ایکور، فصل دوم از پروژه کیوریتال علاج، کیوریتور یاسمن تمیز کار، ۱۳۹۹

تمام این انتظارات در قالب مفاهیمی کلی بیان شده اند که تدقیق آن‌ها از یک نمایش به نمایشی دیگر و از یک هنرمند به هنرمندی دیگر متفاوت است. اگر توانسته باشم مقصودم را به درستی بیان کنم، از نوعی نسبی‌گرایی<sup>۹</sup> صحبت می‌کنم که هرگونه خواسته یا توقع مخاطب را در نسبت با دیالوگی که بین مخاطب و گالری و هنرمند شکل گرفته، می‌سنجد. معیار یا خواست مخاطب در برخورد و تعامل با نمایشگاه و به تبع آن گالری و هنرمند شکل می‌گیرد. در نظر داشته باشید که مخاطب برای دیدن گالری به گالری نمی‌آید و هدفش دیدن آثار هنرمند است، بنابراین توقعی که می‌تواند از گالری داشته باشد، در این مورد همسو با خواست او از هنرمند است.

### امیربگی: آثار مخاطب محور و تعاملی که در ایران گاهاً شاهد آن هستیم را چگونه تفسیر می‌کنید؟ و به باور شما مخاطبان چقدر با این نوع از هنر آشنا بوده و در روند آن دخیل هستند؟

**راستی:** اگر بخواهم به همین سیاق واژه‌گزینی تو پایبند باشم، باید بگویم به نظر من تمامی پروژه‌های هنری به نوعی مخاطب محوراند؛ وقتی هنرمند تصمیم می‌گیرد که پروژه‌ای را نمایش دهد، یعنی به مخاطبی فکر کرده و برای او دست‌کم نقش

گالری مؤثر بود، حل این موضوع برای ما خیلی مهم بود. ما گالری نوپایی بودیم و هم‌زمان باید هم به شناساندن خودمان به فضای هنری فکر می‌کردیم و هم با معضل کووید دست و پنجه نرم می‌کردیم. تجربه قبلی من در هیتا چیز خاصی در اختیارم نمی‌گذاشت که در این زمینه راهگشا باشد. با وجود کووید کار دشوار بود. از طرفی مسئولیتی در قبال سلامتی بازدیدکنندگان و عزیزانمان ایجاد شده بود که باری روی دوشمان می‌گذاشت. در این اوضاع واقعا کار خیلی زیادی هم نمی‌شد انجام داد، اما مثلاً ما زمان بازدید نمایشگاه‌ها را طولانی‌تر کردیم و افراد می‌توانستند در فواصل زمانی مختلف برای بازدید بیایند. همچنین در دعوت‌نامه‌ها قید می‌کردیم یا در صحبت‌هایمان می‌گفتیم که اگر می‌خواهید می‌توانید قبل از آمدن به گالری تماس بگیرید تا در زمانی که گالری خلوت‌تر است برای دیدن کارها بیایید و تأکید می‌کردیم که حتماً پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کنید. سعی کردیم از قابلیت‌های سایت و اینستاگرام گالری برای نشان دادن بیشتر آثار استفاده کنیم. همچنین فضای

می‌گیرد. پس شاید مخاطب گزینه‌ای نباشد که بخواهیم در ابتدای کار به آن فکر کنیم. وادی هنر گسترده است و اگر چیزی در این وادی جای گرفته، حتماً مخاطبانی داشته است. در انتها مایلیم به این نکته هم اشاره کنم که طیف مختلفی از گالری‌ها در فضای تجسمی وجود دارد که علاوه بر اینکه مخاطبان را با طیف‌های مختلف آثار آشنا می‌کند، قدرت انتخاب را به مخاطب می‌دهد.

**امیربیگی: به‌نظرتان بیماری کووید و اتفاقات بین سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۰، چقدر بر روی گالری و ارتباطش با مخاطب تأثیر گذاشت؟ شما با چه راهکاری این ارتباط را از سر گرفته‌اید؟**

**راستی:** از آنجایی که شروع کار در گالری شریف با اوج این همه‌گیری مصادف شد و طبیعتاً بر میزان بازدیدکننده‌های



تصویر ۶. رویداد ویدیویی پادمان، کیوریتور: فواد علیجانی، ۱۴۰۰



پرداختن به این موضوعات هم در مواجهه‌ای با شرایط زمانه خود قرار می‌گیرد.

**امیربیگی:** اگر صادقانه بخواهید پاسخ دهید، از آغاز فعالیت گالری، مخاطبان شما کدام قشر جامعه را شامل می‌شوند؟ آیا علاقه‌ای به قشر خاصی از مخاطبان دارید؟

**راستی:** همیشه مشتاق بوده‌ام بدون هیچ نوع دسته‌بندی، همه آدم‌ها مخاطب هنر باشند و برای این قضیه هم هر کاری بتوانم انجام می‌دهم. خیلی وقت‌ها در شرایط روزمره که با دیگران هم کلام می‌شوم و پیش می‌آید افراد متوجه شغلم می‌شوند، آنها را به گالری دعوت می‌کنم که بیایند و آثار را ببینند. یکی از دلایلی این است که هنر راهی برای تنفس آدمی است. دست‌کم چون برای خود من اینطور بوده، فکر می‌کنم شاید این موضوع در مورد آدم‌های دیگر هم صدق کند؛ اینکه می‌توانی زمانی را جدای از زندگی روزمره با خیالات و تصوراتی دیگر در جهانی دیگر سپری کنی. نوعی آسایش و آرامش حضور، گفت‌و‌گویی خاموش با خویش؛ حتی یک خوشی و لذت بصری که با دیدن یک اثر هنری دریافت می‌کنی یا از حضور در مکانی احساس خوشایندی به تو دست می‌دهد و این لحظه مهم است. بنابراین من به عنوان یک مدیر گالری، قشری را از قشر دیگر متمایز نمی‌کنم، با این حال می‌دانم در هر فعالیتی وجود مخاطب حرفه‌ای همیشه به پیشرفت کمک می‌کند یا وجود مخاطبی مثل خریدار یا مجموعه‌دار که بتواند مسئله اقتصادی هنرمند و گالری در نسبت با آن است. پس می‌توان گفت برای همه گالری‌ها از جمله گالری ما، تمرکز بیشتر، در جذب مخاطب حرفه‌ای است. یعنی اگر بخواهیم تبلیغاتی انجام دهیم به سراغ رسانه‌هایی می‌رویم که به طور تخصصی در حوزه هنر فعالیت می‌کنند و از رسانه‌های عمومی استفاده نمی‌کنیم، با توجه به امکانات محدود و معدودی که داریم، مجبوریم که این هدف‌گذاری را انجام دهیم. در عین حال که همیشه از وجود هرگونه مخاطبی استقبال می‌کنیم و می‌خواهیم تعداد مخاطبان بیشتر شود.

**امیربیگی:** فکر می‌کنید اگر مدیر گالری نبودید، مشغول انجام چه کاری می‌شدید؟ و چقدر خودتان را هنوز مخاطب هنر می‌دانستید؟

**راستی:** هنر همیشه برای من جذاب و رازآلود و معنابخش بوده و آن‌چه بیشتر در فلسفه می‌جستم اکنون در هنر به دنبال آنم.

بازی در پشت‌بام گالری فراهم کردیم که گفتگوها یا برنامه‌های گروهی در آنجا انجام شود. همه این‌ها راهکارهایی بودند که از دست ما برمی‌آمد. تابستان پیش در دوره‌ای که جهش دلتا فراگیر شده بود، با اینکه ما برنامه فشرده‌ای هم داشتیم اما گالری را به مدت یک ماه تعطیل کردیم؛ به این خاطر که این شرایط بر تعداد بازدیدکنندگان یا سلامت آن‌ها تأثیر می‌گذاشت و این امر برای هنرمندی که چند سال برای پروژه‌ای زحمت کشیده‌است، خیلی مطلوب نبود. بطور کلی شرایط کرونا زمان‌بندی ما را خیلی بهم ریخت. بهر حال امیدوارم دیگر این اتفاق رخ ندهد و اوضاع بهتر شود.

**امیربیگی:** رابطه یک مدیر گالری را با مسائل اجتماعی چگونه تحلیل می‌کنید؟ نقش یک مدیر گالری در مواجهه با اجتماع (مخاطب) چیست؟

**راستی:** همه ما فرزند زمانه خودمان هستیم، بنابراین شرایط اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و اقتصادی روی ما تأثیر می‌گذارند. فکر می‌کنم ما نمی‌توانیم از تأثیر این موارد فرار کنیم و همه این مسائل خواه ناخواه بر ادراک ما مؤثراند. از طرفی مخاطب ما هم در این فضا و با این مسائل زندگی کرده و شرایط را درک می‌کند که این موضوع هم یکی از نقطه‌های اتصال ما و مخاطب است. چون بحث هنر و فرهنگ هم در میان است، خیلی وقت‌ها این انتظار وجود دارد که بازتابی از این مسائل در رویدادها، اتفاقات و برنامه‌های یک گالری و همینطور در جریان حضور یک هنرمند هم دیده شود. این فکر می‌تواند توقع بجایی هم باشد، اما باز هم با توجه به همان شرایط سیاسی و اجتماعی که در موردش صحبت کردیم، برآورده شدن این انتظار همیشه هم امکان‌پذیر نیست. من به عنوان یک مخاطب هنر و صرف‌نظر از فعالیتم در این حوزه، همیشه به دنبال هنرمندانی بوده‌ام که در آثارشان چیزی از این «معاصریت» را داشته باشند. در شریف هم گه‌گاه نمایشگاه‌هایی داشتیم که تحت‌تأثیر شرایط بوده‌اند، نمونه واضح آن همان اولین نمایشگاه گالری «جنب سینا اطهر» که در پاسخ به پرسش اول گفته شد و یادبودی بود از کشته شدگان گمنام کلینیک سینا اطهر؛ در عین حال بر این باور نیستم که این موضوع باید مهم‌ترین مسئله ما باشد، چون از یک سو ما با هنرمند کار می‌کنیم و خیلی وقت‌ها هنرمندان از درجات حساسیت متفاوتی برخوردارند و واکنش و تفسیرشان از یک موضوع و اتفاق متفاوت است، بنابراین این موضوع خیلی وابسته به هنرمند است و از سوی دیگر محتوای بخش عمده‌ای از هنر دغدغه‌های انسانی ما، مثل رنج و ساختن معنا و تنهایی و غیره، است و هنرمند با

**پی‌نوشت** پیش از فعالیت حرفه‌ای در وادی هنر نیز مخاطب جدی آن بودم و اگر زمانی در این زمینه کار نکنم، باز هم مخاطب آن خواهم بود. فکر می‌کنم این موضوع برای همه آدم‌ها پیش نمی‌آید که علاقه‌شان با شغلشان یکی باشد که خوشبختانه برای من این موهبت وجود داشته است. اما در پاسخ دقیق‌تر به این سوال باید بگویم که در فلسفه می‌ماندم. برای من هنر و فلسفه هر دو نجات‌بخش بوده است. هر دو به مهم‌ترین پرسش جهان که پرسش از شناختن است، پاسخ می‌گوید. می‌دانم که این سخن در تعارضی آشکار با دیدگاه افلاطونی است که تا مدت‌ها در وادی فلسفه سایه‌ای بلند افکنده بود. امیدوارم یک‌روز بتوانیم بیشتر در این مورد با هم حرف بزنیم. چیزی که برای من مهم‌تر هر چیز است شناختن است.

1. Installation
2. emerging artists
3. Fine Arts
4. Assistant
5. Art director
6. Marketing
7. Presenting
8. program
9. relativism
10. INTERACTIVE