



سارا تورنتون

ترجمه‌ی آرزو احمدی

سرشناسه: تورنتون، سارا
 Thornton, Sarah (Sarah L.)
 عنوان و نام پدیدآور: هفت روز در جهان هنر/ سارا
 تورنتون؛ ترجمه آرزو احمی.
 مشخصات نشر: تهران: چاپ و نشر نظر، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری: ۲۴۰ ص.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۵۲-۲۱۶-۱
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 یادداشت: عنوان اصلی: Seven days in the art
 world, 2009.
 موضوع: هنر -- بازاریابی
 موضوع: هنر -- جنبه‌های اقتصادی
 موضوع: هنر نوین -- قرن ۲۱ م.
 شناسه افزوده: احمی، آرزو، ۱۳۶۲ -- مترجم
 رده‌بندی کنگره: NA۶۰۰/۹۸۷ ۱۳۹۴
 رده‌بندی دیویی: ۷۰۹/۰۵
 شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۲۶۴۲۲


 © موسسه فرهنگی و نشری نازر
 خیابان ایرانشهر جنوبی، کوچه شریف، شماره ۲
 تلفن: ۸۸۴۴۱۷۸ - ۸۸۴۳۲۹۴ - ۸۸۲۸۱۰۳
 www.nazarpub.com
 info@nazarpub.com

هفت روز در جهان هنر

سارا تورنتون

ترجمه‌ی آرزو احمی

طراح جلد: روشنگ مافی
 صفحه‌آرا: سعید کاوندی
 چاپ نخست ۱۳۹۵
 تیراژ: ۱۴۰۰
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۵۲-۲۱۶-۱
 مدیر تولید: مهدی ابراهیم
 لیتوگرافی: کحالی
 آماده‌سازی و چاپ: چاپ و نشر نظر

© هر نوع تکثیر، انتشار یا استفاده از تمامی یا
 بخشی از اثر به شکل فتوکپی، الکترونیکی، ضبط
 و ذخیره در سیستم‌های بازاریابی و پخش، ممنوع و
 قابل پیگرد قانونی است.

فهرست

- مقدمه ۹
- ۱ حراج ۱۷
- ۲ کلاس نقد ۵۱
- ۳ جشنواره ۷۹
- ۴ جایزه ۱۰۵
- ۵ مجله ۱۳۵
- ۶ دیدار از کارگاه ۱۶۷
- ۷ دوسالانه ۱۹۷

یادداشت نویسنده ۲۲۷

هفت پرسش ۲۳۳

مقدمه



جان بالدهساری

صحنه‌ی ساحلی/راهب‌ها/پرستار (به انتخاب)، ۱۹۹۱ (بخشی از اثر)

مقدمه

هفت روز در جهان هنرگزیده‌ای از دورانی جالب‌توجه در تاریخ هنر است که طی آن بازار هنر شکوفا شد، بازدید از موزه‌ها اوج گرفت و مردم بیش از هر زمان دیگری قادر بودند کار ثابت‌شان را رها کنند و خود را هنرمند بنامند. در این دوران جهان هنر گسترش یافت، سریع‌تر حرکت کرد و جذاب‌تر، باحال‌تر و گران‌تر شد. با رکود اقتصادی جهان، این دوران وجدآور گذشت، اما ساختارهای عمیق‌تر و سازوکارهایش هم‌چنان باقی مانده است.

جهان هنر معاصر شبکه‌ی پراکنده‌ای از خرده‌فرهنگ‌هایی است که تنها اندکی هم‌پوشانی دارند و اعتقاد به هنر، آن‌ها را کنار هم نگه داشته است. این خرده‌فرهنگ‌ها در سراسر کره‌ی زمین پراکنده‌اند، اما در کلان‌شهرهایی چون نیویورک، لندن، لس‌آنجلس و برلین متراکم‌ترند. جمع‌های هنری پر جنب‌وجوش در جاهایی مانند گلاسکو، ونکوور و میلان هم پیدا می‌شوند، اما حاشیه‌ای و دورافتاده به شمار می‌آیند و هنرمندانی که در این شهرها مشغول کار هستند، اغلب شخصاً تصمیم گرفته‌اند آن‌جا بمانند. با این حال، جهان هنر بیش از آن‌چه در قرن بیستم بود، یعنی زمانی که پاریس و بعد نیویورک بر آن حکم‌فرمایی می‌کردند چند مرکزی شده است.

اهالی جهان هنر اغلب یکی از این شش نقش را ایفا می‌کنند: هنرمند، دلال هنری، نمایشگاه‌گردان، مجموعه‌دار و یا کارشناس حراج. با هنرمند - منتقد و دلال - مجموعه‌دار هم مواجه می‌شویم، اما آن‌ها هم قبول دارند از پس هر دو شغل برآمدن همیشه کار آسانی نیست و اغلب یکی از هویت‌هایشان از دیگری تعیین‌کننده‌تر است. سخت‌ترین نقش، هنرمند معتبر یا موفق بودن است، اما کلیدی‌ترین نقش از آن دلالان است که قدرت دیگر بازیکنان را هدایت و منحرف می‌کنند. به نظر جف پو، دلالی که در چند فصل این کتاب

حضور دارد: «موضوع اصلی در جهان هنر قدرت نیست، کنترل. قدرت می‌تونه عوامانه باشه. کنترل زیرکانه‌تره، ریزبین‌تره. این موضوع با هنرمند شروع می‌شه، چون اثر اونه که تعیین می‌کنه کار چطور ادامه پیدا می‌کنه، اما بعد باید گفتگوی صادقانه‌ای با یه هم‌دست دیگه برقرار کنه. کنترل در سکوت، از راه اعتماد، موضوع اصلی در جهان هنره.»

مهم این است که به یاد داشته باشیم؛ جهان هنر بسیار وسیع‌تر از بازار هنر است. بازار، از افرادی ساخته شده است که آثار را خرید و فروش می‌کنند (یعنی دلالان، مجموعه‌داران و حراجی‌ها)، اما بسیاری از بازیگران جهان هنر (منتقدان، نمایشگاه‌گردانان و خود هنرمندان) به‌طور مستقیم و منظم در این فعالیت تجاری شرکت ندارند. جهان هنر محیطی است که بسیاری افراد نه تنها در آن کار می‌کنند، بلکه به‌صورت تمام‌وقت ساکن آن هستند. این، «اقتصادی نمادین» است که افراد در آن افکار خود را با هم مبادله می‌کنند و ارزش فرهنگی به زور ثروت تعیین نمی‌شود، بلکه با بحث و چانه‌زنی مشخص می‌گردد.

با این که وانمود می‌شود جهان هنر صحنه‌ای بدون نظام طبقاتی است که در آن هنرمندانی از طبقه‌های پایین و میانی جامعه با مدیران صندوق‌های سرمایه‌گذاری پر پول، نمایشگاه‌گردان‌های اهل فضل، طراحان مد و دیگر افراد «خلاق» نوشیدنی می‌نوشند، اشتباه کرده‌اید اگر فکر کنید این جهان، برابرگرا یا دموکراتیک است. موضوع در هنر بر سر تجربه و ایده است، اما بر سر برتری و استثنایی بودن هم هست. در جمعی که همه به دنبال کمی تمایزند، این ترکیبی سکرآور است.

جهان هنر معاصر چیزی است که اگر تام ولف^۱ بود به آن می‌گفت «استراتوسفر»^۲. این جهان گرد سلسله مراتب مبهم و اغلب متناقض شهرت، اعتبار؛ اهمیت تاریخی، ارتباطات سازمانی و تحصیلاتی که برای فرد متصورند؛ و هوش، ثروت و خصوصیات مانند اندازه‌ی مجموعه‌ی فرد شکل گرفته است. هنگام گشت‌وگذار در جهان هنر، همیشه از دیدن اضطرابی که بازیگران دربارهِی مقامشان داشتند تعجب می‌کردم. دلالانی که نگران جای غرفه‌شان در جشنواره‌ی هنری‌اند یا مجموعه‌دارانی که مشتاقند در ردیف اول حراج «شاهکاری» بنشینند واضح‌ترین مواردند، اما هیچ‌کس از این قاعده مستثنی نیست. جان بالدساری^۳، هنرمندی ساکن لس‌آنجلس که حرف‌های تیزهوشانه و شوخ‌طبعانه‌اش در این کتاب آمده است به من گفت: «هنرمندان نفس بزرگی دارند، اما این که این نفس چطور خودش رو نشون می‌ده، در طول زمان تغییر می‌کنه. خسته می‌شم از بس به افرادی برمی‌خورم که اصرار دارن نقاط عطف سابقه‌ی کاریشون رو برام بگن. همیشه فکر می‌کردم اگه به برچسب یا روبان به سینه بزنن این مشکل حل می‌شه. اگه

1 Tom Wolfe

3 John Baldessari

در دوسالانه‌ی ویتنی^۱ یا تیت^۲ شرکت کردید، می‌تونید این رو روی کتتون بزنید. هنرمندا می‌تونن مثل ژنرال^۳ا به لباسشون نوار بززن تا همه رده‌شون رو بدونن.»

اگر جهان هنر یک قانون داشته باشد، احتمالاً این است که هیچ چیز از خود هنر مهم‌تر نیست. بعضی‌ها واقعاً به این امر اعتقاد دارند؛ اما بعضی دیگر می‌دانند این تنها یک سنت است. به هر حال، جمع گرد هنر، اغلب مثل آلاینده‌ای بی‌ربط و کثیف، مورد نفرت و بیزاری است.

وقتی در رشته‌ی تاریخ هنر تحصیل می‌کردم، شانس آن را داشتم که بسیاری از آثار تازه خلق‌شده را ببینم، اما هرگز به روشنی نمی‌دانستم آن‌ها چطور دست به دست می‌شوند، چطور ارزش توجه منتقدان را پیدا می‌کنند یا در معرض دید مخاطبان قرار می‌گیرند و چطور بازاریابی می‌شوند، به فروش می‌روند یا در مجموعه‌ها جای می‌گیرند. حالا، در دورانی که کار هنرمندان زنده نسبت به گذشته بخش بزرگ‌تری از برنامه‌های آموزشی را به خود اختصاص می‌دهد، بیش از هر زمان دیگری ارزشش را دارد که چارچوب‌های اولیه‌ی هنر و آن روند ارزیابی را که اثر از کارگاه تا ورود به مجموعه‌ی ماندگار یک موزه (یا یک زباله‌دانی، یا هر جای دیگری در طیف وسیع نقاط بینابین) طی می‌کند بشناسیم. به گفته‌ی رابرت استور^۴، نمایشگاه‌گردانی که نقش کلیدی فصل «دوسالانه» را ایفا می‌کند: «کارکرد موزه اینه که هنرو دوباره بی‌بها کنه. موزه‌ها کارو از بازار بیرون می‌کشن و جایی می‌گذارن که در اون، بخشی از اموال عمومی می‌شه.» تحقیق من نشان می‌دهد که آثار بزرگ ناگهان قد علم نمی‌کنند، ساخته می‌شوند؛ نه فقط به دست هنرمندان و دستیارانشان، بلکه به دست دلالان، نمایشگاه‌گردانان، منتقدان و مجموعه‌دارانی که از کار «حمایت» می‌کنند. معنای این حرف این نیست که اثر هنری بزرگ نیست یا اثری که به موزه‌ها راه پیدا می‌کند لیاقتش را ندارد که آن‌جا باشد. ابتدا، موضوع تنها این است که باور جمعی نه به آن سادگی است، نه به آن اسرارآمیزی که فرد تصور می‌کند.

یکی از درون‌مایه‌های روایت‌های هفت روز در جهان هنر این است که هنر معاصر به مذهبی جایگزین بدل شده است. فرانسیس بیکن^۵ زمانی گفته بود وقتی «انسان» متوجه می‌شود که وجودش تصادفی است، تنها کاری که از دستش برمی‌آید این است که «برای مدتی خودش را سرگرم کند.» او اضافه می‌کند: «نقاشی یا تمام هنرها، حالا دیگه کاملاً به یه بازی بدل شدن که آدم باهاش حواس خودش رو پرت می‌کنه... و هنرمند برای این که بازیکن خوبی باشه واقعاً باید بازی عمیقی ارائه کنه.» برای بسیاری از اعضای

1 Whitney

2 Tate

3 Robert Storr

4 Francis Bacon

جهان هنر و دیگر هنردوستان، هنر مفهومی نوعی بستر هستی‌گرایانه است که از طریق آن به زندگی‌شان معنا می‌بخشند. لازمه‌ی این مذهب جهش‌هایی از سرایمان است، اما پاداشش به مؤمنان این احساس است که در زندگی پیامدهایی وجود دارد. علاوه بر آن، همان‌طور که کلیساها و دیگر اماکن گردهمایی و انجام مراسم آیینی کارکرد اجتماعی دارند، رویدادهای هنری هم از راه علایق مشترک، نوعی حس همبستگی به‌وجود می‌آورند. اریک بنکز^۱، نویسنده و سردبیری که در فصل پنچ نقش ایفا می‌کند، می‌گوید معاشرت پرشور اهالی جهان هنر فواید غیرمنتظره‌ای دارد. «مردم واقعاً درباره‌ی آثاری که می‌بینن حرف می‌زنن. آگه من چیزی مثلاً به قلم روبرتو بولانیو^۲ بخونم، با افراد کمی می‌تونم درباره‌ش حرف بزنم. خوندن وقت زیادی می‌بره و کاری انفرادیه، درحالی‌که هنر باعث شکل‌گیری سریع گروه‌های فرضی می‌شه.»

جهان هنر، علیرغم عزت‌نفسش، شبیه جمعی از پیروان سرسپرده است و همان‌قدر به اتفاق نظر تکیه دارد که به تحلیل شخصی یا تفکر نقادانه. امر نامرسوم برای جهان هنر مقدس است، اما این جهان، خود پر از رسم و رسوم است. هنرمندان آثاری خلق می‌کنند که «شبیه هنر» است و طوری رفتار می‌کنند که آب به آسیاب کلیشه‌ها می‌ریزد. نمایشگاه‌گردان‌ها به همکاران و هیئت‌مدیره‌های موزه‌هایشان خوش‌خدمتی می‌کنند. مجموعه‌داران گله‌گله به خرید آثار یک مشت نقاش مد روز می‌شتابند. منتقدان انگشت خود را بالا می‌بردن تا ببینند باد از کدام طرف می‌وزد و «درستش» چیست. اصالت همیشه پاداش نمی‌گیرد، اما بعضی افراد واقعاً خطر می‌کنند و دست به نوآوری می‌زنند، چیزی که به دیگران دلیلی برای وجود داشتن می‌دهد.

رونق بازار هنر در پس‌زمینه‌ی داستان این کتاب قرار دارد. برای طرح این سؤال که چرا بازار در دهه‌ی گذشته^۳ اوج گرفت، می‌توانیم با سؤالی متفاوت اما مرتبط شروع کنیم: چرا هنر تا این اندازه پرترفدار شده است؟ راویان این کتاب مدام پاسخ‌هایی سر بسته به این پرسش می‌دهند، اما در این‌جا چند فرضیه‌ی صریح و مربوط به هم آمده است. اولاً ما تحصیل‌کرده‌تر از هر زمان دیگری هستیم و به کالاهایی با پیچیدگی فرهنگی بیشتر تمایل داریم. (درصد شهروندان آمریکایی و انگلیسی با مدرک دانشگاهی در طول بیست سال گذشته به شدت افزایش یافته است.) در شکل ایده‌آل هنر امری است تفکربرانگیز، آن هم از راه تلاشی فعالانه و لذت‌بخش. درجایی که از قرار معلوم بخش‌هایی از چشم‌انداز فرهنگی، بازی را «ساده و احمقانه» کرده‌اند، طبیعی است که تعداد قابل توجهی از مخاطبان و بینندگان به سمت حوزه‌ای کشیده می‌شوند که قصد دارد شیوه‌های کهنه و

1 Eric Banks

2 Roberto Bolaño

مرسوم را به چالش بکشد. دوماً، ما تحصیل کرده‌تر شده‌ایم، اما کم‌تر می‌خوانیم. فرهنگ ما حالا دیگر به‌طور کامل مخاطب تلویزیون و یوتیوب است. بعضی این «زبان دوم» را مایه‌ی تأسف می‌دانند، اما دیگران به افزایش سواد بصری و همراه با آن، گسترش لذت بردن اندیشمندانه‌ی افراد از حیات بصری خود اشاره می‌کنند.

دلیل کنایه‌آمیز دیگر این که هنر پرطرفدارتر شد چون بی‌اندازه گران شد. قیمت‌های بالا سرخط‌های خبری را به خود اختصاص می‌دهند و به نوبه‌ی خود این تصور را تقویت می‌کنند که هنر کالایی تجملی است و نشان از جایگاه و مقام دارد. در طول دوران رونق، ثروتمندترین بخش جمعیت جهان ثروتمندتر شد و ما شاهد ظهور میلیاردرها بودیم. همان‌طور که امی کاپلاتزوا^۱، مجری حراج کریستی^۲ به من گفت: «بعد از این که چهارمین خانه و جت جی‌پنج‌تون رو هم خریدین، دیگه چه کاری تو دنیا می‌مونه که انجام بدین؟ هنر فرد رو به شدت غنی و توانگر می‌کنه. چرا مردم نخوان در معرض ایده‌های نو قرار بگیرن؟» مطمئناً تعداد افرادی که فقط آثار هنری را نه در اندازه‌ی کوچک جمع، بلکه در ابعاد وسیعی انبار می‌کنند از صدها به هزاران نفر افزایش پیدا کرده است. در سال ۲۰۰۷، حراج کریستی ۷۹۳ اثر هنری با ارزش هر کدام بیش از یک میلیون دلار فروخت. در جهان دیجیتال کالاهای فرهنگی قابل شبیه‌سازی؛ آثار هنری منحصر به فرد با املاک و مستغلات قابل قیاسند. آن‌ها جایگاه دارایی‌های خالصی را دارند که در هوا محو نخواهند شد. به‌علاوه، خانه‌های حراج افرادی را به‌سوی خود کشیده‌اند که شاید پیش از این حس می‌کردند از خرید و فروش آثار هنری کنار گذاشته شده بودند. وعده‌ی آشکار بازفروش آثار هنری معاصر هم به این فکر می‌انجامد که سرمایه‌گذاری خوبی است و «نقدینگی بیشتری» برای بازار به ارمغان می‌آورد.^۳

در طول بازار گاوی^۴، بسیاری نگران بودند اعتباری که بهای بازار به اثر می‌بخشد بر دیگر اشکال واکنش نشان داده و به آن سایه بیفکند. حالا که به ندرت و هرازگاه قیمتی رکوردها را می‌شکنند، دیگر اشکال تأیید و پشتیبانی مثل گزارش مثبت، جوایز هنری و نمایش در موزه‌ها می‌توانند تأثیر بیشتری داشته باشند و هنرمندان کم‌تر در اثر میل عیان خود به فروش از مسیر خود خارج شوند. حتی کاسبکارترین دلالان هم به شما می‌گویند که پول درآوردن باید محصول فرعی هنر باشد، نه هدف اصلی هنرمند. اگر هنرهای زیبا می‌خواهد قالب متفاوت و جایگاه برترش را در بین دیگر اشکال فرهنگی حفظ کند، به

1 Amy Cappellazzo

2 Christie

۳ (پانویست‌هایی که با ستاره مشخص شده‌اند، متعلق به نویسنده‌اند.) حتی در دوران رکود هم هنر ارزش سرمایه‌گذاری دارد. کی فکر می‌کرد یک طراحی از ویلم دکونینگ (Willem De Kooning) نسبت به سهام برادران لمن (Lehman) سرمایه‌گذاری مطمئن‌تری باشد؟ در پاییز ۲۰۰۸، این موضوع حقیقت داشت.

۴ Bull Market: بازاری که در آن قیمت‌ها رو به صعودند

انگیزه‌هایی عمیق‌تر از سودجویی نیاز دارد.

از آن‌جا که جهان هنر تا این حد ناهمگون، مبهم و رسماً پنهان‌کار است، به سختی می‌شود در موردش کلی‌گویی کرد و غیرممکن است بتوان در بابش حرفی جامع زد. از آن گذشته، در این جهان دسترسی به ندرت کار آسانی است. من سعی کردم با هفت راوی در شش شهر از پنج قاره‌ی جهان این مشکلات را نشان دهم. هر فصل گزارشی از یک روز زندگی است و امیدوارم به خواننده این حس را بدهد که درون مؤسسه‌های مجزایی از جهان هنر است که همه بخشی جدایی‌ناپذیر از آن هستند. هر بخش بر اساس به‌طور متوسط سی تا چهل مصاحبه‌ی دقیق و کامل و چندین ساعت «مشاهده‌ی مشارکتی» پشت صحنه نوشته شده است. این موقعیت معمولاً به موقعیت «مگسی روی دیوار» تشبیه می‌شود اما «گره‌ای در حال ولگردی» تشبیه دقیق‌تری برای این نوع تحقیق است. یک شاهد مشارکتی بیشتر تشبیه گره‌ای ولگرد است. او کنجکاو است و با افراد محیط همکاری متقابل دارد، اما رفتارش تهدیدآمیز نیست. گاهی مزاحم است، اما به راحتی می‌شود ندیده‌اش گرفت.

دو فصل اول، دو سر متضاد طیف را نشان می‌دهند. «حراج» گزارش لحظه به لحظه‌ی شبی در حراج کریستی در مرکز راکفلر^۱ نیویورک است. حراج‌ها معمولاً مناطقی عاری از هنرمندان که برای آثار هنری نقش نقطه‌ی پایان - یا به قول بعضی‌ها، سردخانه - را ایفا می‌کنند. در مقابل، «جلسه‌ی نقد» به کنکاش در این باب زندگی در سمینار افسانه‌ای مؤسسه‌ی هنری کالیفرنیا می‌پردازد؛ در نوعی ماشین جوجه کشی که دانشجویان در آن به هنرمند بدل می‌شوند و دایره‌ی واژگان حرفه‌شان را می‌آموزند. سرعت و ثروت سالن حراج تا حد ممکن از زندگی اندیشمندانه و کم‌هزینه‌ی دانشکده‌ی هنر دور است، اما وجود هر دو برای درک چگونگی کارکرد این جهان حیاتی است.

«جشنواره» و «دیدار از کارگاه» نیز با هم رابطه‌ای متضاد دارند؛ یکی درباره‌ی مصرف و دیگری درباره‌ی تولید است. درحالی‌که کارگاه بهترین محل برای درک کار یک هنرمند واحد است، جشنواره، نمایشگاه تجاری پرطمطراقی که در آن جمعیت و نمایش پرازدهام آثار، تمرکز بر یک اثر خاص را دشوار می‌کند. «جشنواره» در سوییس، در افتتاحیه‌ی جشنواره‌ی هنری بازل^۲ می‌گذرد؛ رویدادی که به سهم خود در جهانی‌سازی و فصلی کردن جهان هنر نقش ایفا کرده است. تاکاشی موراکامی^۳، هنرمندی که در فصل بازل نقشی فرعی ایفا می‌کند، قهرمان اصلی فصل «دیدار از کارگاه» است؛ فصلی که در سه محل کار او و یک ریخته‌گری در ژاپن می‌گذرد. کارگاه‌های موراکامی، با کسب‌وکاری

1 Ruckefeller

2 Basel

3 Takashi Murakami

که دست کارخانه‌ی اندی وارهل^۱ را از پشت می‌بندد، صرفاً ساختمان‌هایی نیستند که هنرمند در آن‌ها اثر هنری به وجود می‌آورد، بلکه صحنه‌هایی برای به نمایش در آوردن مقاصد هنری او و مذاکره با نمایشگاه‌گردانان و دلالان است.

فصل ۴ و ۵، «جایزه» و «مجله»، داستان‌هایی درباره‌ی مباحثه، قضاوت و نمایش عمومی روایت می‌کنند. فصل «جایزه»، جایزه‌ی ترنر^۲ انگلستان را مورد تحقیق و بررسی قرار می‌دهد؛ آن هم در روزی که هیأت داورانش، به سرپرستی مدیر اجرایی تیت، نیکلاس سروتا^۳، تصمیم می‌گیرند کدام یک از چهار هنرمند راه یافته به فهرست نهایی، در مراسمی با پخش تلویزیونی از سکو بالا خواهد رفت تا چکی به مبلغ ۲۵/۰۰۰ پوند را دریافت کند. این فصل ماهیت رقابت بین هنرمندان، کارکرد نشان‌های اعطایی بر حرفه‌شان و رابطه‌ی بین رسانه و موزه را بررسی می‌کند.

در «مجله»، دیدگاه‌های متفاوت درباره‌ی کارکرد و صداقت نقد هنری را بررسی کرده‌ام. با مشاهده‌ی کسانی که مجله‌ی بین‌المللی آرت‌فورم^۴، مجله‌ی حرفه‌ای و پر زرق و برق جهان هنر را چاپ می‌کنند شروع می‌کنم، بعد به صحبت با منتقدان پرنفوذی مانند روبرتا اسمیت^۵ از نیویورک تایمز^۶ می‌پردازم و سپس مهمان ناخوانده‌ی مکالمه‌ای بین کارشناسان تاریخ هنر می‌شوم تا دیدگاه‌های‌شان را بررسی کنم. در این فصل به این مطلب می‌پردازیم که چطور جلد‌های مجلات و مقالات روزنامه‌ها باعث می‌شوند آثار و هنرمندان وارد وقایع تاریخ هنر شوند.

فصل آخر، «دوسالانه»، در ونیز و میان هیاهوی قدیمی‌ترین نمایشگاه بین‌المللی در نوع خود می‌گذرد. دوسالانه‌ی ونیز، تجربه‌ای گیج‌کننده است، مثل این که باید جایی برای تعطیلات باشد، اما در واقع، رویدادی بسیار حرفه‌ای و چنان پرازدحام است که در آن، آدم به‌سختی می‌تواند تمرکزش را روی آثار هنری حفظ کند. این فصل، ضمناً به این می‌پردازد که خاطره در درک حس معاصریت، و بازنگری در تعیین آنچه بزرگ و مهم است چقدر نقشی اساسی دارد.

ساختار هفت روزه‌ی کتاب بیانگر این دیدگاه من است که جهان هنر «نظام» یا ماشینی نیست که خوب و نرم کار می‌کند، بلکه بیشتر توده‌ای از خرده‌فرهنگ‌های پرکشمکش است که هریک تعریف متفاوتی از هنر دارند. تمام صدا‌های کتاب موافقت که هنر باید تفکربرانگیز باشد، اما در «حراج»، هنر در درجه‌ی اول در جایگاه سرمایه‌گذاری

1 Andy Warhol

2 Turner

3 Nicholas Serota

4 Artforum

5 Roberta Smith

6 New York Times

و کالایی تجملی قرار دارد. در «جشنواره»، بت و تفنن است، متاعی اندکی متفاوت با چیزی که در حراج دیدیم. در «جایزه»، هنر جاذبه‌ای موزه‌ای، گزارشی رسانه‌ای و گواه ارزش هنرمند است. در «مجله»، هنر بهانه‌ای است برای کلمات؛ چیزی برای بحث و تبلیغ. در «دیدار از کارگاه»، تمام چیزهایی است که گفتیم؛ یکی از دلایل جذابیت جامعه‌شناسانه موراکامی هم همین است. سرانجام، در «دوسالانه»، هنر، دستمایه‌ای برای گسترش شبکه‌ی ارتباطی، مایه‌ی کنجکاوی بین‌المللی و از همه مهم‌تر، ماده‌ی خام اصلی نمایشی خوب است.

با این که هفت روز در جهان هنر، هفته‌ای توفانی از خطوط روایی، پیش روی شما می‌گذارد، برای من کاری طولانی و کند بود. در گذشته، برای پروژه‌های مردم‌نگاری دیگری، خودم را در جهان شبانه‌ی کلوب‌های لندن غرق کرده بودم و مخفیانه و به‌عنوان «برنامه‌ریز برند»، در آژانسی تبلیغاتی به کار مشغول شده بودم. با این که علاقه‌ی پرشوری به جزئیات این محیط‌ها داشتم، سرانجام خسته‌ام کردند. اما با وجود این تحقیقات جامع، جهان هنر هنوز برایم مسحورکننده است. بدون شک یک دلیلش پیچیدگی فوق‌العاده‌ی این جهان است. دلیل دیگرش این است که این فضا مرز بین کار و بازی، محلی و بین‌المللی، فرهنگی و اقتصادی را محو می‌کند. به این ترتیب، فکر می‌کنم این فضا نشان از محیط‌های اجتماعی پیش رو داشته باشد. در ادامه، بسیاری از اهالی دنیای هنر عاشق این هستند که از آن متنفر باشند اما باید بگویم من با ناشر آرت‌فروم، چارلز گوارینو^۱ موافقم: «این جایه که خویشاوندانی بسیار شبیه به خودم پیدا کردم؛ اون قدر آدم عجیب و غریب، زیادی فرهیخته، به دور از زمانه و آنارشیزم که دلم شاد بشه.» در نهایت، باید گفت که وقتی صدای گفتگو خاموش می‌شود و جمعیت به خانه می‌روند، مایه‌ی خوشبختی در اصل است که آدم در اتفاقی پر از آثار خوب هنری باشد.

١

حراج

۴:۴۵ بعد از ظهری در ماه نوامبر، شهر نیویورک است. کریستوفر برچ^۱، مجری اصلی حراج کریستی، صدا را امتحان می‌کند. پنج کارگر، خط کش به دست روی زمین زانو زده‌اند تا فاصله‌ی بین صندلی‌ها را اندازه بگیرند و سالن را با بیشترین مشتری متمول ممکن پر کنند. نقاشی‌هایی از هنرمندانی با فروش تضمینی مثل سای تومبلی^۲ و اد روشا^۳ به دیوارهایی پوشیده از پارچه‌ی بژ آویخته شده‌اند. عیب‌جویان، فضای داخل سالن را به یک «سالن عزاداری با کلاس» تشبیه می‌کنند، اما دیگران حال و هوای دهه‌ی پنجاهی و سبک مدرن بازسازی‌شده‌اش را می‌پسندند.

برچ روی سکوی ساخته از چوب تیره خم می‌شود و با لهجه‌ی انگلیسی راحتی قیمت‌هایی را برای فضای خالی اعلام می‌کند. «یک میلیون و صد. یک میلیون و دویست. یک میلیون و سیصد. فروخته شد به مشتری امی^۴ که پشت خط تلفن. حالا دیگه نه مال شماست، آقا، نه شما، خانم.» لبخند می‌زند. «یک میلیون و چهارصد هزار دلار به خانم اون پشت... یک میلیون و پونصد. ممنون، آقا.» در این فکر که منتظر پیشنهاد دیگری بماند یا نه، به باجه‌های خیالی تلفن نگاه می‌کند؛ باجه‌هایی که تا دو ساعت دیگر با کارکنان کریستی پر می‌شوند. صبورانه منتظر می‌ماند، با حرکت سر تأیید می‌کند که خریدار تلفنی از این بالاتر نمی‌رود و باز توجهش را معطوف به سالن می‌کند تا وضعیت روانی دو خریدار خیالی دیگرش را بررسی کند. با محبت می‌پرسد: «تمام؟ فروخته به... یک میلیون و پونصد هزار دلار، به آقایی که اون وسط نشست.» و چکش را با چنان ضرب کوتاه و محکمی می‌کوبد که از جا می‌پریم.

چکش حکم را تمام می‌کند؛ اعلام می‌کند. چکش نقطه‌ی پایانی بر فروش هر قلم از

1 Christopher Burge

2 Cy Twombly

3 Ed Ruscha

4 Amy

حراج است، اما مجازات کوچکی هم برای کسانی است که به قدر کافی قیمت نداده‌اند. برج به ظریف‌ترین شکل ممکن هویجش را تکان می‌دهد: این اثر هنری بی‌نظیر می‌تونه مال شما باشه، زیبا نیست؟ ببینین چند نفر می‌خوانش، به جمع بیپوندین، یه تکونی به خودتونو بدین، نگران پول نباشین... بعد، به چشم برهم‌زدنی، کسی که بالاترین قیمت را پیشنهاد داده است را نگه می‌دارد و بقیه را با چوب می‌راند. تمام اغواگری و خشونت بازار هنر در طول فروش یک قلم واحد تجلی پیدا می‌کند.

اتاق خالی، میزانسن خوابی پراضطراب است که مزایده‌گر همراه بازیگران می‌بیند. به‌علاوه، هر دو خواب می‌بینند که جلوی تماشاچیان برهنه‌اند. برج زیاد کابوس می‌بیند که نمی‌تواند فروش را تمام کند، چون یادداشت‌هایش توده‌ای در هم برهم و ناخواناست. برج در توصیف خوابش می‌گوید: «صدها نفر اون بیرون و دیگه دارن طاقتشون رو از دست می‌دن. به بازیگرا علامت می‌دن اما نمی‌تونن بیان روی صحنه. منم هیچی از دفترچه‌م سر در نمی‌ارم.»

خیلی‌ها سرشان را می‌دهند تا دستشان به «دفترچه»ی محرمانه‌ی برج برسد. این دفترچه نوعی راهنمای دست‌نویس برای حراج است. دفترچه‌ی امشب شصت و چهار صفحه است، یک صفحه برای هر قلم هنری. هر صفحه شامل نموداری حاشیه‌نویسی شده که نشان می‌دهد چه کسی کجا نشسته، پیش‌بینی می‌شود چه کسی قیمت بدهد و آیا آن فرد خریداری سرسخت است یا «خوشه‌چینی» دنبال معامله‌ای مناسب. علاوه بر آن، برج در هر صفحه مبلغی را که خریداران غایب اعلام کرده‌اند، کف قیمت فروشنده (بهایی که کار کم‌تر از آن فروخته نخواهد شد) و برای تقریباً ۴۰ درصد از اقلام، ضمانت را نوشته است؛ یعنی مبلغی که به هر فروشنده تضمین پرداختش داده شده، چه کار فروخته شود یا نشود.

در سال دو بار در نیویورک (ماه مه و نوامبر) و سه بار در لندن (فوریه، ژوئن و اکتبر) کریستی و ساتبی^۱ به ترتیب حراج بزرگ خود را از آثار هنر معاصر برگزار می‌کنند. این دو با هم ۹۸ درصد بازار حراج جهانی هنر را در دست دارند. کلمه‌ی حراج تخفیف و معامله‌ی شیرین را به ذهن می‌آورد، اما هدف خانه‌های حراج رسیدن به بالاترین قیمت ممکن است. علاوه بر آن، دقیقاً این مبالغ چشمگیر است که حراج‌ها را به سرگرمی تماشاچیان طبقه‌ی بالای جامعه بدل کرده است. پیش‌بینی می‌شود حراج امشب چیزی بین ۹۰/۰۰۰ دلار تا قیمت‌هایی چنان بالا را در برگیرد که تنها «در صورت درخواست» اعلام خواهند شد.

برج می‌گوید: «حراج که شروع می‌شه با تمام قوا پیش می‌رم. پنجاه بار تمرین کردم.

خودمو دیوونه کردم. احتمال تمام چیزایی که ممکنه اتفاق بیافته رو در نظر گرفتم.» برج کراواتش را درست و کت خاکستری تیره‌اش را مرتب می‌کند. مدل مویش چنان عادی است که هیچ جور نمی‌شود توصیفش کرد. کلمات را دقیق ادا می‌کند و در حرکاتش خوددار است. در ادامه می‌گوید: «شب‌های فروش، حراج می‌تونه خصوصت‌آمیز بشه. کلوزیومی واقعی، منتظر حکم شست‌ها. مردم می‌خوان یا شست‌ها بالا برن یا پایین. فاجعه‌ی کامل می‌خوان، خون و خون‌ریزی می‌خوان، می‌خوان فریاد بززن، بکشیش پایین! یا قیمت‌های رکوردشکن، هیجان زیاد و خنده می‌خوان، شبی خوش در سالن نمایش.»

برج را بهترین مزایده‌گر این کار می‌دانند. مشهور است که جذابیتهی همراه با صمیمیت دارد و سالن کاملاً در کنترلش است. او در ذهنم رهبر ارکستری با اعتماد به نفس یا یک مجری مقتدر بود، نه قربانی نمایش گلا دیاتورها. می‌گوید: «کاش می‌دونستی چقدر ترسیدم. حراج یکی از کسل‌کننده‌ترین چیزاییه که بشر به خودش دیده. مردم دو ساعت می‌شینن و احمقی رو تماشا می‌کنند که مدام ور می‌زنه. عذاب‌آوره. خوابشون می‌بره. برای افرادمون خیلی اضطراب‌آور و برای من وحشت محضه.»

می‌گویم اما قیافه‌ات طوری است که انگار دارد بهت خوش می‌گذرد.

می‌گوید: «به خاطر چیزیه که خوردم.» و آهی می‌کشد.

تخیل برج از ارقامی که اعلام می‌کند بسیار فزاینده‌تر می‌رود. حتی در بی‌شیله پيله‌ترین بخش‌های جهان هنر، بازیگران شخصیت‌هایی دارند و نقش آن‌ها را بازی می‌کنند. ذره‌ذره‌ی ظاهر برج متعارف است، اما معلوم شد که معمولی بودن پوسته‌ی ظاهری‌اش دست کم تا حدی عمدی است. «همیشه نگرانم که رفتار آدم تصنعی بشه و شروع کنه به در آوردن ادای کاریکاتوری از خودش. ما لشکری از معلمان و مربیان صدا داریم که تماشامون می‌کنن، ازمون فیلمبرداری می‌کنن و بعد، نقدی تحویل‌مون می‌دن تا جلوی تیک‌های کلامی، حرکات دستی که بیش از حد تکرارشون می‌کنیم و اداهای دیگه‌مون رو بگیریم.»

فشار نگاه عمومی برای کسانی که درگیر هنر معاصرند به نسبت تازگی دارد. آثار هنری هنرمندان زنده تا اواخر دهه‌ی ۱۹۵۰ با معرکه‌گیری فروخته نمی‌شد. حرفه‌ی هنرمندی مثل پیکاسو^۱ در فضای خصوصی ساخته شده بود. شاید مردم او را می‌شناختند و مثلاً می‌گفتند: «یه بچه‌م می‌تونه مثل اون نقاشی کنه.» اما هرگز با قیمت یکی از کارهایش شوکه نشده بودند؛ مردم از این چیزها خبر نداشتند. حالا هنرمندان تنها به این دلیل که کارشان در حراج به قیمت بالایی فروخته شده است روی صفحه‌ی اول روزنامه‌های

کشور می‌روند. به‌علاوه، فاصله‌ی بین زمانی که کار از کارگاه خارج می‌شود و به بازار بازفروش مجدد می‌رسد مدام دارد کم‌تر و کم‌تر می‌شود. تقاضای مجموعه‌داران برای کارهای جدید، تازه و اثر هنرمندان جوان بیش از هر زمان دیگری است. اما همان‌طور که برج می‌گوید مسئله سر عرضه هم هست. «جنسای قدیمی ما داره تموم می‌شه. اینه که بازارمون بیشتر به سمت حال کشیده می‌شه. کم‌کم از یه مغازه‌ی دست دوم فروش عمده‌فروش به چیزی بدل می‌شیم که در عمل یه خرده‌فروشیه. کمبود کالاهای قدیمی کارهای جدیدترو به روی صحنه کشونده.»

برج اجازه می‌گیرد و به نشست مهم پیش از حراج می‌رود؛ نشستی که در آن تأیید تک‌تک قیمت‌ها را می‌گیرد و جزئیات دقیقه‌ی نود را در دفترچه‌ی اسرار خود که لحظه‌به‌لحظه به کارش خواهد گرفت وارد می‌کند. نماینده‌ی برج می‌گوید: «درست قبل از حراج، معمولاً دقیق حس می‌کنیم که حراج چطور پیش خواهد رفت. به تمام درخواستا برای تهیه گزارش از شرایط مرمت و بازسازی یه کار رسیدگی کردیم. بیشتر خریداران رو شخصاً می‌شناسیم. شاید ندونیم چقدر پیش می‌رن، اما خوب می‌دونیم کی برای خرید چی قیمت می‌ده.»

پیش از این، خانه‌های حراج قانونی نانوشته داشتند که طبق آن «سعی نکنند» اثری با عمر کم‌تر از دو سال را بفروشند. نمی‌خواستند پا توی کفش دلالتان بکنند، چون وقت یا تخصص بازاریابی از صفر برای هنرمندان را نداشتند. به‌علاوه آن‌ها هنرمندان زنده را، با چند استثنای مهم مثل دیمین هرست^۱، غیرقابل پیش‌بینی و مایه‌ی دردسر تلقی می‌کنند. همان‌طور که یکی از کارکنان ساتبی با نخوت به من گفت: «ما با هنرمند کاری نداریم، فقط با اثر کار داریم. این‌طوری خوب هم هست. من زیاد با هنرمندا سر و کله زدم. واقعا مایه‌ی دردسرن.» از این رو، مرگ هنرمند می‌تواند رویداد خجسته‌ای باشد، از آن‌جا که تولید را تعطیل می‌کند، مجموعه آثار محدود و مشخصی به‌وجود می‌آورد و راه را برای بازاری معین باز می‌کند.

بیشتر هنرمندان هرگز در یک حراج هنری شرکت نکرده‌اند و میل کمی هم به این کار دارند. خانه‌های حراج با هنر مثل هر کالای قابل خرید و فروش دیگری رفتار می‌کنند و این هنرمندان را دلسرد می‌کند. در جهان حراج، مردم همان‌قدر درباره‌ی «مایملک»، «دارایی» و «اقلام» حرف می‌زنند که درباره‌ی نقاشی‌ها، مجسمه‌ها و عکس‌ها. بیشتر «ارزیابی» می‌کنند تا «انتقاد». برای مثال، «یک کار خوب باسکیا» در ۱۹۸۲ یا ۱۹۸۳ خلق شده و یک سر، یک تاج و رنگ قرمز دارد. نگرانی اصلی بر سر معنای اثر هنری

1 Damien Hirst

2 Basquiat

نیست، بلکه بر سر نکات منحصر به فردش برای فروش است؛ نکاتی که اغلب بتی است ساخته شده از اولین رگه‌های برند هنرمند یا امضای سبکش. متناقض این که به احتمال قوی، کارکنان خانه‌های حراج دقیقاً همان بازیگران جهان هنرند که مفاهیم رمانتیکی مانند «تابغه» و «شاهکار» را به عنوان بخشی از لفاظی‌های فروش‌شان به کار می‌برند. دلان اولیه که نماینده هنرمندند و نمایشگاه‌هایی از آثاری تازه از کارگاه در آمده برگزار و سعی می‌کنند حرفه‌ی هنرمندان را بسازند، اغلب حراج‌ها را غیر اخلاقی و حتی پلید می‌دانند. به گفته‌ی یکی از آنها: «وقتی به ساختمانی که خرید و فروشی توش انجام می‌شه می‌گن خونه، فقط اسم دو تا شغل به ذهن آدم می‌رسه.» برعکس، دلان بازار ثانویه کار چندانی با هنرمندان ندارند، در ارتباط تنگاتنگ با خانه‌های حراج کار می‌کنند و با دقت به اجرای حراج‌ها مشغولند.

دلان اولیه معمولاً تلاش می‌کنند از فروش کار به کسانی که آثار هنری را به حراج «رد می‌کنند» پرهیز کنند تا کنترل روی قیمت آثار هنرمندانشان را از دست ندهند. قیمت‌های بالا در حراج ممکن است به دلان اولیه اجازه دهد قیمت کار فعلی هنرمند را بالا ببرد، اما این طبقه‌ی پولکی می‌توانند حرفه‌ی هنرمند را با خاک یکسان کنند. بسیاری حراج‌ها را دماسنج بازار هنر می‌دانند. شاید هنرمندی وقتی نمایشگاهی انفرادی در موزه‌ای مهم دارد بر طرفدار باشد، اما ممکن است سه سال بعد، در کمال خواری و خفت، اثرش به کف قیمت فروش هم نرسد و فروشنده آن را «پس بگیرد» (اصطلاحی برای وقتی که کار به فروش نمی‌رود). حراج‌ها باعث پخش خبر این حقیقت می‌شوند که مردم یک سال حاضر بودند نیم میلیون دلار برای کاری بپردازند، اما سال بعد حتی حاضر نبودند یک چهارم میلیون هم برای همان اثر از همان هنرمند بدهند و به این ترتیب افت و خیزهای شدید سلیقه‌ی مردم را بدتر می‌کنند. شکستن رکورد قیمت به ارزیابی کلی از مجموعه آثار یک هنرمند جان تازه‌ای می‌دمد و برعکس، پس گرفتنش مثل روبه‌روی با داس مرگ است.

ساعت ۵:۳۰ دقیقه است. باید نیم بلوک دورتر، در حال مصاحبه با مشاوره‌ی هنری به نام فیلیپ سگالو^۱ باشیم. به سرعت از کنال ژیل^۲، دربان محبوب کریستی رد می‌شوم، از میان درگردان می‌گذرم، به خیابان چهل و نهم غربی می‌روم و سی ثانیه زودتر از کسی که می‌خواهم با او مصاحبه کنم وارد کافه می‌شوم. سگالو در کریستی کار می‌کرده و اکنون همراه شریک دفتر مشاوره‌ی قدرتمندی به نام ژيرو^۳، پیسارو^۴، سگالو است. او از آن جور

1 Philippe Ségalot

2 Gil

3 Giraud

4 Pissarro

بازیگرانی است که به زور کمک مالی مشتریان، می‌تواند برای هنرمندان بازار بسازد. هر دو کارپاچیوی^۱ ماهی و آب‌گازدار سفارش می‌دهیم. سگالو یک دست‌کت و شلوار سورمه‌ای عادی پوشیده اما موهایش را با ژل فراوان سیخ‌سیخ کرده و تیپی دارد که نه مد است نه از مد افتاده، بلکه در کهکشان سبک خودش به سر می‌برد. سگالو هرگز در زمینه‌ی هنر تحصیل نکرده است. مدرک مدیریت بازرگانی گرفته و بعد در بخش بازاریابی لورنل^۲ در پاریس مشغول به کار شده بود. همان‌طور که می‌گوید: «تصادفی نبود که از صنعت لوازم آرایش به هنر رفتیم. این‌جا هم سر و کارمون با زیباییه، سر و کارمون با چیزای غیر ضروریه، سر و کارمون با امور انتزاعیه.»

سگالو تند و پرشور و با انگلیسی-فرانسوی غلیظی حرف می‌زند. او مشاور قدیمی میلیارد در خودساخته، فرانسوا پینو^۳ است که هم صاحب کریستی و هم مجموعه‌داری پیشرو است و به این ترتیب در بازار هنر شمشیری دولبه به دست دارد.^۴ وقتی پینو یکی از کارهای کریستی را تضمین می‌کند، یا از حراج سود می‌برد یا اگر کار پس گرفته شود اثر دیگری به مجموعه‌اش اضافه می‌شود. سگالو اعتراف می‌کند: «فرانسوا پینو مجموعه‌دار محبوب منه، ذوقی واقعی برای هنر معاصر و شهود بی‌نظیری در مورد شاهکارا داره. کیفیت رو می‌فهمه. چشم خیلی تیزی داره.» تقویت ابهت مجموعه‌ای که روی آن کار می‌کنید بخش اساسی کار مشاور است. مهر ارزش‌افزوده‌ی پینو بر تک‌تک آثاری که می‌خرد زده می‌شود. هنرمند مهم‌ترین منشأ کار است، اما این که کار بین چه کسانی دست‌به‌دست می‌شود در کسب ارزشش حیاتی‌اند. بدیهی است تمام کسانی که در بازار هنرنند درباره‌ی جاهایی که هنرمند به آن‌ها وصل است حرف می‌زنند.

پینو یکی از بیست مجموعه‌داری است که سگالو و شرکایش به‌طور منظم با او کار می‌کنند. سگالو می‌گوید: «بهترین موقعیت در جهان هنر، تا حد زیادی، اینه که مجموعه‌دار باشید. دومین موقعیت موقعیت ماست. ماکاری می‌کنیم افراد آثاری رو بخن که اگه خودمون بودیم می‌خریدیم، یکی دو روز یا هفته با کارا زندگی می‌کنیم، اما در نهایت از این‌جا می‌رن و همین مابه‌ی رضایت بسیار زیادیه. در بعضی موارد خیلی حسودی می‌کنیم، اما شغل ما اینه که کار درست رو به دست مجموعه‌دار درست برسونیم.»

سگالو از کجا می‌داند به کار درست برخورد است؟ او با شور و شوق می‌گوید: «یه چیزی حس می‌کنی. من هیچ‌وقت درباره‌ی هنر مطالعه نمی‌کنم. علاقه‌ای به نوشتار هنر

۱. Carpaccio: ورقه‌های نازک گوشت خام و سرکه و ادویه.

۲. L'Oreal

۳. François Pinault

۴. در ۲۰۰۷، پینو در مقام سی و چهارمین فرد در فهرست میلیارد‌های جهان مجله‌ی فوربز (Forbes) قرار گرفت. او هولدینگ‌های تجملی بسیار دارد، از جمله برند گوتچی (Gucci)، ایو سن لورن (Yves St. Laurent)، سرژیو روسی (Sergio Rossi)، بالنسیاگا (Balenciaga) و شاتل لاتور (Château Latour).