

هنرنگاشت:

راهنمای نگارشِ استیثمنت برای هنرمندان تجسمی



درباره کتاب

کتاب هنرنگاشت یکی از معدود کتاب‌هایی است که در بسیاری از نقاط جهان، به‌عنوان یک منبع پایه برای آموزش و ارائه دستورالعمل‌های کاربردی نگارش متون خودارتقاایی و بیانیۀ هنرمند (استیتمنت هنری)^۱ شناخته شده و در دانشگاه‌ها و مراکز هنری برجسته، به‌عنوان یکی از کتب درسی، تدریس می‌شود.

درباره نویسنده

ویکی کرون آموروس، هنرمند و نویسنده آمریکایی، ساکن یوجین ایالت اورگن است. وی لیسانس خود را در رشته تاریخ هنر از دانشگاه میشیگان اخذ کرد و پس از آن در رشته هنرهای زیبا از آکادمی هنر دانشگاه سانفرانسیسکو فارغ‌التحصیل شد. آموروس دوره‌های تکمیلی را در دانشگاه دوک و مرکز EDON برلین سپری کرد. و اینک به‌عنوان منتقد، هنرمند، مربی، نویسنده حرفه‌ای و سخنران ویژه در حوزه هنرهای معاصر با چندین نهاد و بنیاد هنری و موزه همکاری مستقیم دارد. او همچنین هم‌راستا با این فعالیت‌ها، به خلق آثار هنری نیز مشغول است. غالب آثار وی، چه به‌صورت انفرادی و چه مجموعه‌های گروهی، بر روی مجسمه، هنر اجرایی، هنر محیطی و هنر ویدیویی تمرکز یافته است. تجربه ویکی در امور تبلیغات، مطبوعات و نگارش متون هنری باعث شده تا او در تعداد زیادی از پروژه‌های هنرمندان دیگر به‌عنوان مشاور و همکار مشارکت داشته باشد و افتخاراتی را نیز در این حوزه کسب کند.

درباره مترجم

امیرحسین مجتهدزاده متولد سال ۱۳۶۲، دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد رشته زمین‌شناسی، گرایش پترولوژی و فارغ‌التحصیل رشته صنایع دستی از مرکز آموزش عالی میراث فرهنگی است. از آثار وی می‌توان به کتاب‌هایی همچون تجمل و سرمایه‌داری، هنر و علم اقتصاد، اقتصاد فرهنگ و هنر، واژگان ترسیم‌شده و چندین مقاله علمی و پژوهشی در حوزه علوم زمین، جواهرشناسی و صنایع دستی اشاره کرد.



۱. در فارسی برای واژه Statement، معادل فراژنامه، گزاره یا استیتمنت هنری در نظر گرفته شده، اما با توجه به عدم استقبال هنردوستان به استفاده از این معادل‌ها و به منظور ملموس‌تر بودن مطالب، در کتاب حاضر از عنوان استیتمنت استفاده شده است. (م.)

هنرنگاشت:

راهنمای نگارشِ استیثمنت برای هنرمندان تجسمی

• ویکی کرون آموروس
• ترجمهٔ امیرحسین مجتهدزاده



آموروس، ویکی کرون. Vicki Krohn Amorose.
هنرنگاشت: راهنمای نگارشِ استیثمنت برای هنرمندان تجسمی، ترجمهٔ امیرحسین مجتهدزاده، ویراستار: مهدی سجودی مقدم.

تهران: مهراندیش، ۱۴۰۳.

۱۲۸ ص.

۹۷۸-۶۲۲-۸۱۵۸-۰۴-۴

N۸۵۲۰

۷۰۲/۸

۹۴۳۳۲۰۲



در این کتاب از «نشانهٔ درنگ» که با علامت «!» مشخص می‌شود، استفاده شده است. «نشانهٔ درنگ» نویسهٔ مناسبی است که به جای ویرگولِ نابجا می‌نشیند و بسیاری از دشواری‌های خواندنِ درستِ متنِ فارسی را نیز برطرف می‌کند.



هنرنگاشت:

راهنمای نگارشِ استیثمنت برای هنرمندان تجسمی

- ویکی کرون آموروس
- ترجمهٔ امیرحسین مجتهدزاده
- ویراستار: مهدی سجودی مقدم
- آماده‌سازی و نظارت فنی: مهراندیش
- چاپ: اول، تهران، ۱۴۰۳ • چاپ: قشقایی
- ۵۰۰ نسخه • شمارهٔ نشر: ۳۸۳
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۱۵۸-۰۴-۴
- قیمت: ۱۷۲۰۰۰ تومان



هرگونه خلاصه‌نویسی، تکثیر و یا تولید مجدد این کتاب، به‌صورت کامل و یا بخشی از آن، اعم از چاپ، کپی، فایل صوتی یا الکترونیکی بدون اجازهٔ کتبیِ ناشر ممنوع و موجب پیگرد قانونی است

انتشارات مهراندیش

خیابان فلسطین شمالی، بعد از خیابان بزرگمهر، نرسیده به خیابان انقلاب،
کدپستی: ۱۴۱۶۹۳۴۱۱۳
همراه: ۰۹۱۲۵۵۹۱۶۰۲

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۹۳۶۵



www.mehrandishbooks.com

mehrandish@yahoo.com

f mehrandishnashr

ig mehrandishbooks

@mehrandishbooks

فهرست

- پیشگفتار: کلمات نیرومند هستند ۹
- مقدمه: چرا هنرمندان تجسمی [و بصری] نیاز به نوشتن دارند ۱۱
- بخش اول: استیثمنت خود را توسعه ببخشید ۲۳
- تعریف بیانیه هنرمند [یا استیثمنت] ۲۵
- برقراری ارتباط با مخاطبان خود ۲۷
- لحن و حقیقت ۳۲
- سه قانونی که شما از آن تبعیت نمی کنید ۳۴
- تمرین: چگونگی و چستی ۴۱
- تمرین: چرایی ۴۴
- چگونه به هنرمند دیگری ارجاع دهیم ۴۸
- تمرین: بسط دادن جمله ها ۵۱
- سه روش برای ساختار دادن به استیثمنت هنری خود ۵۶
- یک فنجان قهوه واژگان ۶۷
- تمرین: پیش نویس اول را بنویسید ۸۰
- سه روشی که دوستانتان می توانند به شما کمک کنند ۸۲

بخش دوم: نوشتن در جهت ساخت و عرضه حرفه هنری خود.....	۸۵
تمرین: استیثمنت معرفی	۸۶
هنرنگاشت یک هنرمند، بَشی و لُفستون.....	۹۰
تکمیل فرم‌ها و ارائه طرح پیشنهادی [یا پروپوزال].....	۱۰۱
شرح حال، نامه معرفی و رزومه.....	۱۰۵
چگونه یک استیثمنت مطبوعاتی بنویسیم.....	۱۱۲
نگاه مجدد	۱۲۲

مقدمه مترجم

تصور کنید وارد یک گالری یا نمایشگاه هنری می‌شوید و با حرکت بین آثار و توجه به آن‌ها تلاش می‌کنید تا با آثار رابطه برقرار کرده و مفهوم و معنای اثر یا قصد هنرمند خالق آن را بیابید و درک کنید. در این کنش و فرایند مشاهده و درک، متون ارائه‌شده توسط مجموعه و استیتمنت‌های نصب‌شده در کنار آثار، کلیدی برای رمزگشایی و پلی میان مخاطب و هنرمند هستند که شکل‌گیری این ارتباط را آسان کرده و به آن سمت‌وسو می‌بخشند، اما همه ما با این تجربه روبه‌رو شده‌ایم که یک اثر اصیل و گیرا با توضیح «بدون شرح» به نمایش درآمده و چه بسیار آثار درجه‌چندمی که با طوماری سنگین و پیچیده، حرفی را به خورد مخاطب می‌دهند که اثر به‌کلی با آن غریبه است. نگاه گیج مخاطب و رگبار جملات و اصطلاحات فلسفی، جامعه‌شناسی و زیبایی‌شناختی و ... و اثری که به‌خودی‌خود هیچ حرفی برای گفتن ندارد ...

به عبارت دیگر، نوعی شرم در ابراز خویشتن و در مقابل آن نوعی بی‌پروایی در بزرگ‌نمایی خود و همچنین عدم تسلط و شناخت را می‌توان در پس این نوع نگارش‌ها مشاهده کرد، اما قبل از آن می‌بایست به این معضل اشاره داشت که بسیاری از خالقان هنر 'با قلم و کلمات رابطه چندان خوبی ندارند و از درگیر شدن با این حوزه خودتبلیغی و خودارتقای گریزان هستند و چه بسیار موقعیت‌هایی که

به واسطهٔ این نقیصه 'از دست رفته جبران آن‌ها بسیار سخت به نظر می‌رسد. کتاب هنرنگاشت' هنرِ الفبای دست‌به‌قلم شدن و نوشتن از خود و توصیف اثر را شرح می‌دهد و هنرمند را برای شروع فرایند نگارش آماده می‌سازد. این اثر به‌دور از تکلف، هنرمند را با نحوهٔ نگارش یک متن روان و تأثیرگذار آشنا می‌کند و با تکیه بر تجربهٔ نویسنده، دستورالعملی جامع و کاربردی را پیش روی خواننده قرار می‌دهد. پس از تکمیل مطالعه و انجام تمرینات، هنرمند می‌تواند با کلامی همه‌فهم و شیوا و نظام‌مند، خود و اثرش را به مخاطب معرفی کرده و از این فرصت به بهترین شکل برای ابراز خود و تبلیغ هنرش بهره‌برداری کند و به جایگاهی مناسب دست یابد.

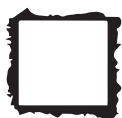
امیدوارم که این کتاب نقشهٔ راهی را برای هنرمندان مستعد و خلاق ترسیم کند تا بر پایهٔ آن بتوانند مهارت‌های نگارشی و سطح کیفی متون تبلیغی، ترویجی و بیانیه‌های هنری خود را ارتقا ببخشند و جنبه‌های ناب و اصیل هنری و فکری خود را به مخاطبان ارائه نمایند.

به یاد داشته باشید:

"برای اینکه شنیده شوید باید سخن بگویید، آن‌هم به زبانی که شنیدنی باشد."

امیرحسین مجتهدزاده

بهار ۱۴۰۲



پیشگفتار

کلمات نیرومند هستند

زبان و تصویر به شیوه‌های مرموزی باهم پیوند برقرار می‌کنند. نخستین باری که چنین پیوندی را تجربه کردم دانشجوی رشته تاریخ هنر بودم. در کلاس‌های درس تاریخ، خیره به اسلایدهای آثار هنری‌ای که پیش‌تر هرگز آن‌ها را ندیده بودم، به کلماتی که آثار را توصیف می‌کردند گوش فرامی‌دادم و به‌شدت مجذوب آن‌ها می‌شدم. به لطف توانایی‌های اساتیدم، در پایان هر کلاس، نه تنها دانشم نسبت به قبل افزایش می‌یافت، بلکه این توانایی را پیدا می‌کردم که چیزهای بسیار بیشتری را مشاهده کنم. کلمات به‌نوعی با تصویر ترکیب می‌شدند و می‌توانستند عملکرد مغزم را تغییر دهند. آن درس‌های تاریخ هنر، به‌واقع توانایی مشاهده من را افزایش دادند.

بسیار خوشوقت بودم که رودلف آرنهایم^۱ استادم بود. کتاب‌های درسی کلاسیک او با عنوان‌های ادراک هنری و بصری^۲ و تفکر بصری^۳ سرشار از نظریات

1. Rudolph Arnheim.

2. Art and Visual Perception.

3. Visual Thinking.

بودند؛ اما، بنا به تجربه خود می‌توانم بگویم، این مرد همواره خوش حال به نظر می‌رسید، زیرا هیچ‌چیز برایش جذاب‌تر از این نبود که در لحظه با دانشجویان درباره موضوعات به مباحثه و صحبت بپردازد.

پیش از آنکه به سراغ هنرنگاشت^۱ برویم، تمایل دارم بعضی از مواردی را که از دکتر آژنهایم آموختم، خلاصه‌وار با شما در میان بگذارم. دیدگاه‌های وی^۱ مسیر نوشتن درباره هنر را برایتان روشن خواهد ساخت.

دیدگاه‌های آژنهایم

- عمل "دیدن" یا "نگاه کردن" یک فرایند ساده نیست
- دیدن نیاز به زمان دارد تا انجام شود
- همان‌طور که هنرمند با نیروهای ادراکی و حس بصری‌اش تلاش می‌کند تا اثری هنری بیافریند، بیننده نیز با نیروهای ادراکی و حس بصری‌اش در تلاش است تا اثری هنری را "ببیند"
- زبان بر ادراک اثر می‌گذارد

با در نظر داشتن این ایده‌های سودمند، کم‌کم می‌توانید بفهمید که مخاطبان شما به چه نحو با اثر هنری شما مواجه می‌شوند. حقیقتاً "دیدن" هنر، خود دستاوردی است که سریع اتفاق نمی‌افتد. بینندگان اثر شما به زمان و احتمالاً کمی آموزش نیاز دارند. این آموزش از طریق به‌کارگیری زبان اتفاق خواهد افتاد. شما، به‌عنوان هنرمند، که درباره کارتان سخن می‌گویید و مطلب می‌نویسید، در موضعی قرار دارید که می‌توانید با به‌کارگیری زبان، ادراک را شکل دهید. کلمات نیرومند هستند و شما می‌توانید با استفاده از آن‌ها به مخاطب خود کمک کنید تا ببیند.

1. Art-Write.



مقدمه:

چرا هنرمندانِ تجسمی [و بصری] نیاز به نوشتن دارند

کتابی که پیش روی شماست، تنها یک هدف دارد: به شما آموزش دهد که چگونه دربارهٔ اثرتان مطلب بنویسید.

هنگامی که به کار در حیطهٔ هنرهای تجسمی فکر می‌کردید، احتمالاً انتظار نداشتید که نوشتن بخش مهمی از آن باشد. فضای ارتباطی و محیط رسانه‌ای فعلی^۱ مرتباً از هنرمندان می‌خواهد تا دربارهٔ کارهایشان مطلب بنویسند. امروزه، دنیای کارفرماهای به‌روز و هنرمندان به یکدیگر شبیه شده است و نوشتن جزء اساسیِ خودتبلیغی^۱ است. متنی که به‌روشنی دربارهٔ موضوع هنرتان خواهید نوشت، کلید بازاریابی کارهایتان خواهد بود و همین امر، کلید گذران زندگی‌تان به‌عنوان هنرمند به‌شمار می‌رود. قضیه تا این حد اهمیت دارد.

کتابِ هنرنگاشت^۱ شما را برای رساندن این پیام آماده می‌سازد که چه هنرمندی هستید.

انسان وسوسه می‌شود تا به ضرورت نوشتن اهمیت ندهد و در عوض ادعا

1. Self-Promotion.

کند «هیچ دلیلی وجود ندارد که اثر هنری ام را توضیح دهم. هر چیزی که باید بگویم در خود اثر وجود دارد.» این از آن شعارهای کهنه و تاریخ گذشته است. اگر می‌خواهید مردم اثر شما را درک کرده، کار شما را دنبال کنند و به خوبی بفهمند، درباره شما مطلب بنویسند و صدا البته، آثار هنری شما را خریداری کنند، باید خودترویجی، تبلیغ و ارتقا بخشیدن خود را به جان بخرید.

موتور خودتبلیغی و خودارتقای از کلمات نیرو می‌گیرد. تعداد انگشت‌شماری از هنرمندان ثروتمند هستند که نیازی به حرف زدن درباره خودشان ندارند. آن‌ها می‌توانند در این خصوص به نویسندگان متخصص هنر تکیه کنند و نویسندگان فوق‌قادر هستند تا ادراکات این دسته از هنرمندان را به زبان ملموسی ترجمه نمایند؛ اما شما و اکثر هنرمندان باید یاد بگیرید چطور خودتان این کار را انجام دهید.

مطلبی که درباره کارتان می‌نویسید، اغلب کلمه‌به‌کلمه برای اهداف زیر استفاده خواهد شد:

- استیژمنت مطبوعاتی برای نمایشگاه‌ها و رویدادهای هنری
- دعوت‌نامه‌های نمایشگاه‌ها و رویدادهای هنری
- آنچه گالری‌ها منتشر می‌کنند، چه به صورت آنلاین و چه به صورت چاپی
- توصیفاتی که روی دیوارهای غرفه‌های هنری و گالری‌ها و موزه‌ها نصب می‌شود یا در "کتاب هنرمند" گالری منتشر می‌گردد
- آموزش کارکنان گالری و راهنماهای موزه
- نقل‌قول‌های رسانه‌ای، چه آنلاین و چه چاپی
- نامه‌های معرفی^۱ [یا توضیحی]
- وبسایت شخصی شما

۱. CoverLetter، نامه‌ای که برای معرفی بیشتر فرد و توانایی‌های وی به پیوست مستندات و مدارک ارسال می‌گردد و با اسامی دیگری همچون نامه پوششی، نامه ضمیمه، نامه توضیحی یا نامه معرفی نیز شناخته می‌شوند. (م.)

- وبسایت‌های گروهی هنرمندان
- محتوای وبلاگتان
- نقل قول برای وبلاگ دیگران
- محتواهای رسانه‌های اجتماعی
- ارائه اثر برای داوری شدن و به نمایش گذاشتن
- ارائه اثر به غرفه‌های نمایشگاهی هنری و صنایع دستی
- درخواست و تقاضانامه برای دانشکده‌ها و مدارس هنر
- کمک هزینه‌ها

همچنین، در فرم‌ها و پروپوزال‌ها برای:

- برنامه‌های اقامت هنرمندان
- جوایز بنیادها
- فرصت‌های تدریس
- بورس‌های پژوهشی
- کمیسیون‌های هنری دولتی

به‌علاوه، خواهید دید که بنا به دلایل بسیار متنوع دیگر باید دست‌به‌قلم شوید، ازجمله:

- نوشتن برای مراحل مختلف کاری خود: صرف‌نظر از اینکه در چه مرحله‌ای از کار خود باشید، نوشتار خوب همواره می‌تواند به شما کمک کند. برای پذیرش در دانشگاه‌ها، نوشته شما می‌تواند شما را از صدها متقاضی دیگر متمایز سازد. با پیشرفت شما در کار، به ارتباط با گالری‌های متفاوت و درخواست بورس‌های مختلف نیاز خواهید داشت. غالباً، داشتن درآمدی ثابت معادل است با یافتن ارتباطات تازه و کسب عایدی‌های جدید؛ این یعنی باید

بارها و بارها خود را به درستی معرفی کنید. با پیشرفت کارتان، باید آن پیشرفت‌ها را برای کلکسیونرها شرح دهید. وقتی شناخته و تحسین شدید، کسانی که به هنر علاقه‌مند هستند و درباره‌اش می‌نویسند، به سراغتان خواهند آمد تا ببینند چه افکاری دارید. و نوشتن برای موفقیت در بازآفرینی‌هایتان ضرورت دارد، یعنی مرحله‌ای آشنا که برای اکثر شخصیت‌های خلاق پیش می‌آید.

- نوشتن برای ارتباط برقرار کردن: به منظور اقدام به فروش و بهبود فروش و حفظ فروش آثار هنری، باید با گالری‌داران، داوران نمایشگاه‌ها، خبرنگاران، هنرنویسان، وبلاگ‌نویسان، کلکسیونرها، دلالان و سرمایه‌گذاران ارتباط برقرار کنید. اگر بتوانید از طریق کلمات خود را به روشنی ابراز کنید، خواهید توانست توجه این گروه را به خود جلب سازید. هیچ‌کس نمی‌تواند پیش‌بینی کند که اینترنت و اقتصاد و عوامل دیگر در آینده به چه شکل بر دنیای هنر اثر خواهند گذاشت؛ اما یک چیز تقریباً قطعی است: اگر میل نداشته باشید یا نتوانید به زبان مکتوب ارتباط برقرار کنید، شانس دیده شدن آثارتان به شدت کاهش خواهد یافت. بر اساس اینکه چگونه می‌نویسید، برداشت مردم از شما تغییر خواهد کرد. این نکته صرف‌نظر از اینکه نوشته ایمیل باشد یا نامه معرفی [یا توضیحی] یا محتوایی در رسانه‌های اجتماعی، همواره صادق خواهد بود.

- نوشتن برای تحت‌تأثیر قرار دادن مطبوعات: آنچه درباره خود می‌نویسید بر آنچه درباره‌تان می‌نویسند اثر خواهد گذاشت. متخصصان روابط رسانه‌ای مستقیماً به سراغ آنچه شما نوشته‌اید می‌روند! اینترنت شیوه‌های انتشار سنتی را تغییر داده است و همچنان تغییر می‌دهد. این روزها خبرگزاری‌های معدودی منتقد هنری و نویسنده هنری اختصاصی دارند؛ در گذشته هم تعداد این افراد زیاد نبود تا این رویه را شکل دهد، ولی امروزه شمارشان پیوسته رو به کاهش است. خبرنگارانی هم که باقی می‌مانند، از هر اطلاعاتی که شما به ایشان بدهید، استفاده خواهند کرد. کارشان را راحت‌تر کنید؛ با توصیف خوب کارتان به این افراد کمک کنید تا آن را بهتر درک کنند. جملاتی واضح و فکرمشده

به ایشان تحویل دهید؛ آن‌ها نیز در عوض شاید این لطف‌تان را این‌گونه جبران کنند و اسمتان را در هنگام چاپ بیاورند.

• نوشتن به مثابه تاجری حاضر و آماده: احتمالاً تاکنون از شما خواسته‌اند استیثمنت (بیانیه هنری)^۱ یا چیزی شبیه به آن بنویسید. آیا تلاش کردید توصیه‌های دیگران را گردآوری کنید، خودتان را با جست‌وجوی نمونه‌های خوب خسته و کلافه ساختید و سپس از آنجا که ضرب‌الاجل نزدیک بود، کلمات را سر هم کرده و تحویل دادید؟ پرهیز از نوشتن محتوای ارتباطی مکتوب تا آنجا که به کار لحظه آخری تبدیل شود، از لحاظ تجاری کار عاقلانه‌ای نیست و یادتان باشد که حیطه فعالیت شما تجارت هنر است. لازم نیست مانیفست یا مقاله‌های طولانی بنویسید؛ متنی کوچک، ولی فکرشده کفایت خواهد کرد. می‌توانید یاد بگیرید که افکار خود را منظم سازید تا بتوانید به‌وضوح درباره هنرتان بنویسید و سخن بگویید. می‌توانید یاد بگیرید که چگونه فایل یا پوشه‌ای از نوشته‌های هنری نزد خود نگهدارید تا به کاهش اضطراب نوشتن در شما کمک کند و اعتماد به نفس‌تان را در هنگام نیاز به ارائه و حضور حرفه‌ای افزایش ببخشد.

• نوشتن برای جلب توجه مردم به نمایشگاه آثارتان: وقتی از شما می‌خواهند درباره آثار هنری‌تان بنویسید، باید متناسب با فرصت عمل کنید. مثلاً فرض کنیم شما و عده‌ای دیگر در یکی از نمایشگاه‌های گروهی پذیرفته شده‌اید و معیار، فقط نقاشی‌های شما بوده است. برگزارکنندگان نمایشگاه می‌خواهند درباره هنرمندان این آثار اطلاعات جمع‌آوری کنند و از شما نیز درخواست اطلاعات می‌کنند. اما این تنها یک درخواست است و لذا شما هم نوشته‌ای تدارک نمی‌بینید. برگزارکنندگان نمایشگاه برای اهداف تبلیغاتی گزارشی به رسانه‌ها می‌فرستند و کلیت نمایشگاه را شرح می‌دهند. عدم انجام نگارش متن از سوی شما، کار را به نویسنده ثابت متون اجرایی هنری محول می‌سازد، فردی که به احتمال بسیار زیاد، چندین و چند کار دیگر نیز باید انجام دهد. حال

1. Artist Statement.

اگر هنرمند دیگری استیثمنت آماده چاپی درباره اثرش تحویل داده باشد، حدس بزنید کدام یک از شما بیشتر در معرض توجه قرار خواهد گرفت و کدام اثر هنری در محتوای تبلیغاتی به چاپ خواهد رسید. اگر استیثمنت هنرمند را آماده کرده و به شیوه‌ای نوشته باشید که ارتباط خوبی با خواننده برقرار کند، در هرکجا اثر به نمایش درآید، استیثمنت بصری کارتان تقویت خواهد شد.

همه علاقه‌مندان به هنر از اینکه متنی روشن ضمیمه کارتان باشد، خشنود خواهند بود. هرچه باشد، اینجا جهان هنر است. ما باهم در ارتباط هستیم و به هم کمک می‌کنیم.

این کتاب چگونه به شما کمک خواهد کرد؟

از خود می‌پرسید: «برای به کلمه درآوردن کارم از کجا شروع کنم؟ فرایندی را که از سر گذرانده‌ام چگونه توصیف کنم؟ اصلاً از من انتظار دارند چه بگویم؟ از جان من چه می‌خواهید؟» شما نحوه چگونگی درج استیثمنت هنرمند در تقاضانامه بورسیه را مطالعه کرده‌اید. انگار که دستورالعمل سرهم کردن دستگاهی را می‌خوانید که مرحله اولش این است: «پیچ الف را در محل قرار دهید»؛ اما شما پیچ و مهره‌ای ندارید و نمی‌دانید باید چه کار کنید.

درک می‌کنم که کلافه شده باشید. من هنرنگاشت را با این هدف نوشته‌ام که شما ابزارهایی قوی و کاربردی در اختیار داشته باشید تا بتوانید این کار را به چند مرحله و گام مشخص تجزیه کرده و بدانید که باید از کجا شروع کنید. نوشتن درباره هنر آسان نیست؛ نوشتن درباره کار خودتان حتی سخت‌تر است، اما کسی که راه هنرمند شدن را انتخاب کرده، می‌داند که این راه آسان نیست. اگر "هنرمند" عنوان شغلی بود، با در نظر گرفتن حقوق، مزایا، پاداش‌ها، وضعیت کاری و برنامه‌بازنشستگی، احتمالاً تقاضای کار در این شغل را نمی‌دادید. شما هنرمند شده‌اید زیرا این چیزی است که شما هستید. از پیش این شغل را داشته‌اید.

پیروی از راهنمایی‌هایی که در هنرنگاشت آمده است تنها شاید بتواند به شما کمک کند تا این شغل را حفظ کنید.

بیاید چرخه کپی‌کاریِ مثال‌های ضعیف را بشکنیم و بیانیه‌هایی بنویسیم که به‌طور مؤثر جواب بدهند!

در قرن بیست و یک، نوشتن بخشی از توصیف شغلی هنرمند است و هنرنگاشت بخشی از آموزش ضمن خدمت در این حیطه را بر عهده می‌گیرد. استیثمنت یا بیانیه هنرمند معمولاً کوتاه و بین یک پاراگراف تا یک صفحه است؛ اما با این همه، نمونه‌های خوب زیادی وجود ندارد.

هنرنگاشت "چگونگی انجام" این عمل نوشتنِ خاص را شرح خواهد داد، حتی اگر شما خود را نویسنده ندانید. در طی این کتاب، تعریف‌ها و توصیه‌ها و دستورالعمل‌های چندی را شاهد خواهید بود. شما برای نوشتن استیثمنتِ هنرمند، که اساس نوشتن پیرامون کار هنری‌تان است، دست‌به‌قلم خواهید شد. کمک خواهم کرد تا افکارِتان را درخصوص این فرایند روشن کنید؛ سپس یاد خواهم داد که چگونه آن ایده‌ها را به نثر سودمند تبدیل سازید.

مجبور نیستید کل محتوایی را که به‌طور بصری ابراز کرده‌اید، به کلمات ترجمه کنید! کار شما این است که به مخاطب خود دلیلی متقاعدکننده بدهید تا با دقت بیشتری نگاه کند. به او کمک کنید تا ببیند.

تمریناتی ارائه خواهم کرد که به شما کمک می‌کنند کلماتی را بیاید که حس می‌کنید صحیح یا اصیل هستند. توصیه‌هایی خواهم داشت که به شما

کمک می‌کنند موانع ابراز خود در کلمات را کنار بزنید و سرانجام، به شما نشان خواهم داد به چه نحو جملات فکرشده‌ای را که تهیه کرده‌اید، بازیابی و در فرصت‌های کاری دیگر از آن‌ها بهره‌برداری کنید.

تنها شما به آن چیزی می‌اندیشید که در فکرتان است و فقط شما آن چیزی که می‌سازید را به وجود می‌آورید، پس مطلع‌ترین شخص برای نوشتن درباره کاری که تولید کرده‌اید، خود شما هستید. باوجوداین، برخی از شما ممکن است، درنهایت، نویسنده‌ای حرفه‌ای را استخدام کنید تا کمک‌تان کند. این نویسندگان نیز معجزه نمی‌کنند و همچنان شما باید هسته اصلی نوشتار را به ایشان منتقل سازید. برای برقراری ارتباط با نویسنده‌ای که استخدام کرده‌اید، لازم است تکلیف‌ها و تمرین‌های این کتاب را تکمیل کنید؛ زیرا محتوا و حقیقت اثرتان باید از ذهن شما بیرون بترآورد.

با همه این‌ها، نوشتن درباره اثر، خود، یکی از بخش‌های جالب کار هنری است و ارزش تلاشی را که صرف می‌کنید، دارد. درحقیقت، شما با این کار گزارش ارزشمندی از پیشرفت خود ارائه می‌دهید. نوشتن 'بینش‌های شخصی را بروزی می‌دهد و به شما کمک می‌کند دید بهتری پیدا کنید و به درکی بهتر از خود دست یابید. به‌علاوه، چهارچوبی برای صحبت کردن درباره ایده‌هایتان فراهم می‌آورد؛ به‌نحوی که دیگران هم بتوانند شما را بفهمند. برای اینکه بتوانید به‌وضوح و با اعتمادبه‌نفس ارتباط برقرار کنید باید بتوانید کارت‌تان را توصیف کنید؛ همین باعث می‌شود کار شما برای مخاطبان بیشتری قابل درک شود. همه ما میل داریم افراد بیشتری به کشف آثار هنری ناآشنا شوند.

نمی‌خواهم برای خودم بازیابی کنم!

آیا ضرورت تبلیغ خود را امری ناخوشایند می‌دانید و آرزو می‌کنید که یک کارگزار [یا ایجنت] و یا یک گالری مسئولیت آزاددهنده بازیابی/فروش/نوشتن را بر عهده بگیرد؟

بعضی از هنرمندان گمان می‌کنند تبلیغ خود و خودترویجی ذاتاً ناخوشایند است. آن‌ها متوجه مزایای خودترویجی و ارتقاء جایگاه خود هستند؛ اما نمی‌خواهند دست به این کار بزنند. شما باید مقاومت و اجتناب و اضطراب را کنار بگذارید تا بتوانید این کار را مدیریت کنید.

پیشنهاد من به شما این است که دربارهٔ مفاهیم زیر، که هم در هنر و هم در تبلیغ خود کاربرد دارند، به دقت تأمل کنید:

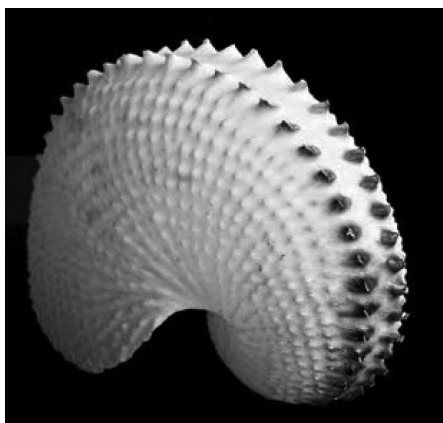
- انتقال
- ابراز
- پیام
- ارتباط

من صدف‌های دریایی جمع‌آوری می‌کنم. به هنگام نوشتن این کتاب، شوهرم صدف ناتیلوس کاغذی^۱ کمیابی را برایم آورد که بسیار شکننده بود و تقریباً هیچ وزنی نداشت؛ یک مدل غلاف تخم متعلق به نوعی اختاپوس. ناتیلوس کاغذی در بدن اختاپوس ماده تشکیل می‌شود و سپس او آن را بیرون می‌دهد، بعد تخم‌هایش را درون آن می‌گذارد، سپس خودش نیز به داخل آن پناه می‌برد. نوع معمول ناتیلوس صدف‌دار موجودی است که خود را به سمت جلو می‌راند؛ صدفش روبه‌جلو حرکت می‌کند بدون آنکه چشم‌هایش برای دیدن روبه‌رو در جلو قرار داشته باشند؛ بنابراین، گاهی صدفش را به صخره‌ها یا مرجان‌ها می‌کوبد و اگر صدف محافظ بشکند، او خواهد مرد.

هنرمندان نیز صدف دارند و بعضی از این صدف‌ها نسبت به بعضی دیگر شکننده‌تر هستند. هنرمندان از باارزش‌ترین چیز حفاظت می‌کنند: زندگی خلاقهٔ درونی و توانایی تولید آثار هنری. ما باید از آن محافظت کنیم؛ چون هیچ‌کس دیگری این کار را بر عهده نمی‌گیرد. جامعه، مدرسه، خانواده و حتی دوستان نزدیک ممکن است به نحوی رفتار کنند که از اهمیت آنچه برای ما بیشترین ارزش

1. Paper Nautilus.

را دارد، بکاهند. به دفاع کردن از اثر، گارد گرفتن و گاهی پنهان کردن زندگی هنری خود عادت می‌کنیم. نوشتن دربارهٔ هنر و در معرض فروش قرار دادن خود، این حس را می‌دهد که گویی ناتیلوسی خود را به سمت جلو می‌راند؛ به نحوی که صدفش پیشاپیش او در این مسیر حرکت می‌کند و اصلاً نمی‌داند که چه چیزی در انتظار اوست. آیا تصادفی مرگبار پیش خواهد آمد یا خیر.



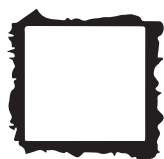
هنرمندی که در بازاریابی نیز نابغه باشد، گونهٔ نادری محسوب می‌شود. هنرمندانی که سروصدایی اطرافشان به پا نیست، یعنی کسانی که دانش رسانه‌ای اندی وار هول،^۱ جِف کونز،^۲ یا دِمین هِرست^۳ را ندارند، در اکثریت هستند. بیشتر هنرمندان آرزو می‌کنند کسی پیدا شده و آثارشان را بفروشند. ممکن است چنین شود؛ اما، در این حین، یعنی "به وقتِ نیاز"، شما باید اجاره‌تان را بپردازید، شغل روزانهٔ شما همهٔ وقتتان را می‌گیرد و فضای کارگاهی که به آن نیازمند هستید، بیش از حد گران است. صدفتان هم ممکن است بشکند؛ نه به این دلیل که خود را

1. Andy Warhol.

2. Jeff Koons.

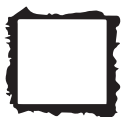
3. Damien Hirst.

رو به جلو می‌رانید، بلکه چون اصلاً حرکتی نمی‌کنید و در حال غرق شدن هستید. برای شروع کافی است فقط چند پاراگراف بنویسید و آنچه را انجام می‌دهید و چرایی انجامش را شرح دهید. ناتیلس کاغذی یک محفظه هوا دارد که به او کمک می‌کند در سطح آب غوطه‌ور شود. خودتبلیغی هنرمند کافی است در همین حد باشد: غوطه‌ور شدن در سطح. اگر میل دارید، صدف را نگه دارید. چیزی برای فرهنگ خرید و فروش بنویسید و به کار واقعی خود بازگردید.



بخش اول

استیثمنتِ خود را توسعه ببخشید



تعریف بیانیه هنرمند [یا استیثمنت]

بیانیه هنرمند یا استیثمنت اولین چیزی است که خواهید نوشت و مبنای نوشته‌های طولانی‌تر و هدفمندتر بعدی خواهد بود. از شما می‌خواهم در تمام مدتی که در حال نوشتن بیانیه‌تان هستید یادداشت‌های خود را نگه دارید. جمله‌ها و عبارت‌هایی را که از نسخه نهایی استیثمنت حذف می‌کنید، داشته باشید؛ چراکه ممکن است برای سایر نوشته‌های تبلیغی‌تان سودمند باشند.

استیثمنت هنرمند چه چیز نیست

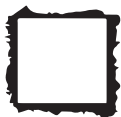
استیثمنت هنرمند 'هنر نیست. ترجمه کامل بیان بصری به گزاره‌ای شفاهی نیست. لازم نیست نوشته شامل تمامی کوشش‌ها و پیچیدگی‌های فرایند آفرینش باشد؛ لازم نیست همه جایش اصیل و نبوغ‌آمیز باشد و لازم نیست شامل همه آن چیزهایی باشد که میل دارید به دنیا بگویید.

استیثمنت هنرمند چه چیز هست

استیثمنت هنرمند چیدمان کلمات مختصر و مفیدی است که، به مثابه یک پل، مخاطب شما را به سوی هنر شما هدایت می‌کند. این تعریف حائز اهمیت است؛ زیرا ابهامی را که در خصوص انواع فرم‌های

اِسْتِیْمَنْتِ هنرمند وجود دارد برطرف می‌سازد. اِسْتِیْمَنْتِ‌ها می‌توانند توصیفگرِ تمامی آثار یا یک‌سری از آثار یا تنها یک اثر هنری باشند. برخی از اِسْتِیْمَنْتِ‌ها با این هدف نوشته می‌شوند که داوران را تحت تأثیر قرار دهند یا بورسیه‌ای را به‌دست آورند یا سفارشی بگیرند. آموزگارانِ هنر ممکن است از هنرجو بخواهند متنی در بافتار نظریهٔ هنر بنویسد. بعضی از هنرمندان از اِسْتِیْمَنْتِ‌هایشان به‌مانندِ وسیله‌ای برای ابراز باورهای شخصی استفاده می‌کنند و برخی صرفاً آن‌ها را ابزار فروش می‌دانند؛ تمامی این انواع با تعریف فوق‌الذکر سازگار است. گرچه فرم ممکن است بسته به بافتار تغییر بیابد، اما تعریفِ اساسی یکسان است.

اِسْتِیْمَنْتِ یا بیانیهٔ هنرمند چیدمان کلمات مختصر و مفیدی است که، به‌مثابه یک پل، مخاطب شما را به‌سوی هنر شما هدایت می‌کند.



برقراری ارتباط با مخاطبان خود

اگر قرار است تنها یک چیز از کل این کتاب به یاد آورید، آن چیز باید این باشد: در هنگام نوشتن، مخاطبان خود را مدنظر داشته باشید. اهمیت این نکته بیش از آن چیزی است که می‌پندارید.

مخاطب شما کیست؟

مخاطب شما هرکسی است که شاید اثرتان را بخرد؛ به‌ویژه اگر درک بهتری از آن پیدا کند.
«خریدن» یعنی «مبلغی دادن و جنسی گرفتن».
به‌علاوه، «خریدن» یعنی «پذیرفتن و باور کردن و جدی گرفتن».

به تعریف مخاطب در این بافتار توجه کنید؛ این تعریف بنا به دلایل موجهی محدود است.

اگر میل به نوشتن دارید و مخاطبی که توصیفش می‌کنم خیلی محدود به نظر می‌رسد، بروید و روزه و مجاری دیگری برای نوشتن پیدا کنید. منظورم این است که اگر میل دارید دربارهٔ نظریهٔ هنر و سیاست به بحث بپردازید، با متفکران

هم‌فکران ارتباط برقرار سازید یا اگر می‌خواهید دشمنانتان را سرکوب کنید، به سراغ انجمن‌های آنلاین [فروم‌ها] رفته و اعتراضات و مانیفست‌هایتان را در وبلاگ یا مجله‌ای منتشر کنید. جایی بیابید که بتوانید بدون هیچ قید و محدودیتی بنویسید و منتشر کنید.

مثال خوب می‌خواهید؟ هم‌اکنون وبلاگ آی‌وی‌وی^۱ به‌شکل کتاب منتشر شده است: وبلاگ آی‌وی‌وی: نوشته‌ها و مصاحبه‌ها و اعتراضات دیجیتالی^۲، نوشته آی‌وی‌وی و لی‌امبروزی^۳.

هرچه بیشتر بنویسید، زمانی که قرار است کارتان را توصیف کنید، کلمات راحت‌تر بر قلمتان جاری خواهند شد؛ اما موقع نوشتن استیتمنت هنرمند، باید بر خودابرازگری و تبلیغ خود مسلط شده باشید.

به‌منظور آنکه بتوانید خود را به‌طور حرفه‌ای، مختصر و مفید و مؤثر ارائه و ابراز کنید، کسانی را مخاطب قرار دهید که شاید کار شما را "بخزند". اگر به تعریف استیتمنت هنرمند وفادار نمانید، ممکن است به‌راحتی از مسیر صحیح خارج شوید. در تمامی نوشته‌هایی که با هدف خودتبلیغی و خودترویجی می‌نویسید، باید مخاطب را به‌خوبی مشخص کرده و در نظر گرفته باشید. هرکس استیتمنت شما را می‌خواند، تلاش می‌کند آثار هنری شما را بفهمد. به این تلاشی که برای فهمیدن شما صرف می‌کنند احترام بگذارید تا شانس برقراری ارتباط با آن‌ها افزایش بیابد.

این عبارت کلیدی از تعریف استیتمنت هنرمند را به‌خاطر بسپارید: استیتمنت هنرمند چیدمان کلمات مختصر و مفیدی است که، به‌مثابه یک پل، مخاطب شما را به‌سوی هنر شما هدایت می‌کند.

حال بیایید ببینیم مخاطب شما چه‌کسی نیست. شما در حال پاسخ دادن به منتقدان نیستید، قرار نیست استادان یا دوست سابق خود را تحت تأثیر قرار دهید

۱. Ai Weiwei، هنرمند چینی که به دلیل کارهای اعتراضی و متمایز خود بسیار شهرت یافته است. (م.)

2. Ai Weiwei's Blog: Writings, Interviews and Digital Rants.

3. Lee Ambrozio.

بخش اول: استیثمنت خود را توسعه ببخشید / ۲۹

یا چیزی بنویسید که خودتان و دوستانتان را به وجد آورد.

در ادامه به چند اشتباه رایج دیگر اشاره می‌کنیم:

شما در حال صحبت با درمانگر خود نیستید

ممکن است دچار این تصور شده باشید که نوشتن دربارهٔ هنرتان، به معنی انتقال همهٔ چیزهایی است که در ذهن دارید؛ اما خیر، مجبور نیستید هرچه در ذهن دارید را بیرون بریزید! درواقع، لطف کنید و چنین کاری را انجام ندهید! فقط یک چیز را بگویید و آن را هم واضح بیان کنید. سپس، چیز دیگری بگویید و آن را هم واضح مطرح سازید. به محض اینکه نوشتارتان مبهم و خودمحور شد، دست از نوشتن بردارید.

عمل نوشتن دربارهٔ کارتان اغلب به شما کمک خواهد کرد تا فرایندی را که از سر گذرانده‌اید بفهمید، ایده‌هایتان را واضح‌تر سازید و بینش‌های جدید کسب کنید. اما هنگام نوشتن استیثمنت هنرمند قرار بر این نیست که به دست تک‌تک افکارتان بلندگو بدهید. تک‌گویی درونی‌تان یک آشفتگی گیج‌کننده از تناقضات است، کشمکش مابین ایگوی متورم‌شده و تردیدهایی که دربارهٔ خود دارید. البته ممکن است شامل همهٔ چیزهایی هم باشد که گمان می‌کنید فوق‌العاده هستند؛ اما احتمالاً فقط درمانگر و یکی از اطرافیان صبور شما با این رأی موافق خواهند بود. جز این دو نفر، بقیهٔ افراد این تک‌گویی درونی را خسته‌کننده خواهند دانست. همان‌گونه که یک مشاور کودکان به دختر پرحرفش گفت: «عزیزم، بعضی از ایده‌هایت فقط فکر و ایده [پرت و پلا] هستند.»

کار شما این است که بینش‌ها و ایده‌هایتان را به طریقی به مخاطبان ارائه کنید که برای آن‌ها جالب باشد.

شما برای مشاجره با شخص یا گروه یا ایدئولوژی خاصی نمی‌نویسید

اگر هنر شما سیاسی است یا بار هیجانی زیادی دارد، توضیح دهید که چرا آن موضوع خاص شما را به عمل واداشته و تلاش نکنید که بگویید این موضوع

چرا باید مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. از اینکه به دیگران بگویید که باید چه احساساتی داشته باشند بپرهیزید.

باید آن قدر برای مخاطبین احترام قائل باشید که اجازه دهید آنچه را حین حضور در برابر اثر شما حس می کنند ادراک نمایند و به آنچه که فکر می کنند بپندیشند.

بین خشمگین بودن و بحث کردن تفاوت وجود دارد. مخاطب شما بیانیه تان را می خواند تا ببیند موضوع کار شما چیست، نه اینکه وارد مشاجرات روشنفکرانه شود. لحن مباحثه گونه نوشته شما مخاطب را پس خواهد زد. بگذارید هنرتان سخنتان را عرضه و به سودش بحث کند. بگذارید نوشته تان فقط پیامتان را به زبانی ساده منتقل سازد یا صرفاً موضوع کارتتان را معرفی کند.

شما برای تحت تأثیر قرار دادن سایر هنرمندان و متخصصان هنر نمی نویسید در بیانیه، حرف زدن درباره هنر را به حداقل برسانید. منظورم از «حرف زدن درباره هنر»، «واژگانی است که معمولاً هنرمندان هنرهای تجسمی بر زبان می رانند. این عبارت های تخصصی، که برای شما بسیار آشنا هستند، ممکن است باعث شوند غیرهنرمندان احساس کنند بی اطلاع اند و نمی توانند با کار شما ارتباط برقرار کنند. حرف زدن درباره هنر، معمولاً شامل توصیف هنر به طور کلی است؛ اما نمی تواند معنای منحصر به فرد و متمایز هنر شما را منتقل کند.

البته شما می توانید در توصیف اثرتان از واژگان هنری استفاده کنید. قضاوت درباره اینکه کلمات استفاده شده به انتقال پیامتان کمک خواهند کرد یا فقط باعث طولانی ساختن جملات تکراری خواهند شد، تنها با خود شماست. این خطر وجود دارد که با حرف زدن بیش از حد درباره هنر، فاصله میان خود و خواننده را زیاد کرده و هویت فردی و یگانه بودن خود را از بین ببرید.

بخش اول: استیتمنت خود را توسعه ببخشید / ۳۱

استثناء: اگر موقعی که این کتاب را می‌خوانید دانشجوی هنر هستید، قطعاً می‌دانید که مخاطبان شما عده‌ای هنرمند و دانشگاهیان متخصص هستند. احتمالاً از واژگان تخصصی هنر زیاد استفاده می‌کنید و این نوع استفاده فراوان از واژگان فوق‌کاملاً متناسب با محیطی است که در آن هستید. اینک اطراف شما را افرادی احاطه کرده‌اند که با به‌کارگیری واژگان تخصصی هنر با هم ارتباط برقرار می‌کنند، گرچه در آینده چنین نخواهد بود. در ادامه 'نظر اساتید خود را درخصوص پرسش‌های زیر جویا شوید:

نوشته‌تان را بررسی کنید و از خود پرسید:

- آیا این کلمات به‌راستی آن چیزی را توصیف می‌کنند که مردم می‌بینند؟
- آیا جمله‌ای هست که شامل واژگان تخصصی هنر باشد و بتوانم آن را به زبان کاملاً ساده ترجمه کنم؟
- آیا چیزی که نوشته‌ام حقیقت دارد؟
- آیا آنچه را نوشته‌ام به‌طور کامل درک می‌کنم؟
- چه کلمات دیگری می‌توانند به فهم بهتر مخاطب منجر شوند؟

همین‌که موقع نوشتن خواننده را مدنظر داشته باشید، لحن نوشته‌تان سراسر استر و حقیقی‌تر خواهد شد. خوانندگان یا بینندگان شما متوجه خواهند شد چه تلاشی برای برقراری ارتباط با ایشان از طریق کلمات کرده‌اید. پیوند برقرار کردن میان مخاطبان و اثرتان حائز اهمیت است؛ درحقیقت، بسیار حائز اهمیت است، زیرا درنهایت ممکن است اثرتان را **بخرند**. مخاطب شما هرکسی است که شاید اثرتان را **بخرد**؛ به‌ویژه اگر درک بهتری از آن پیدا کند.

"خریدن" یعنی "مبلغی دادن و جنسی گرفتن".

به‌علاوه، "خریدن" یعنی "پذیرفتن و باور کردن و جدی گرفتن".