>

راهنمای کوچک
برای
مجموعه‌داران بزرگ

>

>

راهنمای کوچک
برای
مجموعه‌داران بزرگ

>

انتخاب متن:
ارکیده درودی
سارا یزدانی‌راد

>

ترجمه:
سارا یزدانی‌راد

>

به‌مناسبت
ششمین سال تاسیس
گالری اُ
آبان‌ماه ۱۳۹۹

>



مقدمه

دلایل بی‌شماری برای شکل‌گیری نخست یک مجموعه‌ی خصوصی وجود دارند؛ از جمله دلایل روشنفکرانه و انسان‌دوستانه، علایق شخصی و انگیزه‌های اقتصادی و منطقی.
هر فردی که با هنر سر و کار دارد، با تجربه‌ی دل‌بستگی به اشیا، به‌خاطر انگیزه‌های شخصی و وسوسه‌های لحظه‌ای نیز آشناست.
هدف از چاپ این کتابچه بیش از هرچیز، پرداختن به لذت‌ها و مکافات این دل‌بستگی‌ها است: از هیجان خرید تا نکات مهم در مدیریت مجموعه‌ای که به هر طریق به شما رسیده به‌همراه مسئولیت‌های زیادی که بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ مجموعه‌داری است.
افراد کمی در دنیا وجود دارند که یک روز صبح از خواب بیدار شوند و بگویند: من می‌خواهم مجموعه‌دار شوم. معمولا افراد ابتدا یک اثر هنری را می‌خرند، سپس بعدی و دوباره بعدی و پس از چند سال ناگهان متوجه می‌شوند که مجموعه‌ای معنادار (اگر درست جمع‌آوری کرده باشند) یا تعدادی اثر دور خود جمع کرده‌اند. یا ممکن است ناگهان یک مجموعه به آن‌ها به ارث برسد؛ مجموعه‌ای که ایده‌ای از نحوه‌ی نگهداری و ارزش‌گذاری آن نداشته باشند. ممکن است ناگهان متوجه شوند که ارزش آن مجموعه از ارزش کل دارایی‌شان بیشتر است. برخی دیگر ممکن است فکر کنند که آفت مجموعه‌داری به جانشان افتاده و راه نجاتی از آن ندارند و از آن به‌عنوان بیماری، وسواس، بلای جان یا میل شدید و غیرقابل‌کنترل یاد کنند. در کنار این‌ها، هرروز به تعداد افرادی که به مجموعه و مجموعه‌داری علاقه‌مند می‌شوند و افرادی که به آن به‌عنوان راه درآمد بالقوه و سرمایه‌گذاری نگاه می‌کنند افزوده می‌شود.
مهم نیست که یک مجموعه چگونه و به چه دلیلی شکل گرفته است؛ داشتن اثر هنری همواره نیازمند زمان، فکر و در بیشتر موارد سرمایه است. حواس یک مجموعه‌دار همواره باید به مسائل زیادی جمع باشد. در مجموعه‌های بزرگ،

مدیریت مجموعه کاری بسیار پیچیده و حتی در مواردی، شغلی تمام‌وقت است. برخی مجموعه‌داران یک تیم هنری تمام‌وکمال، شامل نمایشگاه‌گردان، مدیر مجموعه، مامور ثبت، انبارگردان و غیره را برای مراقبت از مجموعه‌ی خود استخدام می‌کنند. برای نگهداری مجموعه همچنین ممکن است به کمک نیروهای متخصصی از جمله نصاب آثار هنری، عکاسان، بیمه‌گذاران، متخصصین تهویه، طراحان نور، محققان، وکلا و... نیاز باشد. اما برای نتیجه‌ی مطلوب، یک مجموعه‌دار موفق می‌بایست از تمامی این مسایل تا حدی سر درآورد. مطالبات و خواست یک مجموعه‌دار ممکن است گاهی منطبق بر نظرات کارشناسان نباشد و قابلیت پرسیدن سوال درست و روشن در کنار داشتن اطلاعات کافی در بسیاری از موارد می‌تواند راهگشا و حتی ضروری باشد. برای تبدیل شدن به یک مجموعه‌دار موفق، فرد می‌بایست ببیند، گوش کند، بخواند و از همه مهم‌تر یاد بگیرد که کِی و چگونه به ندای درون خود اعتماد کند. مجموعه‌داران موفق همواره دنیای هنر را به‌صورت دست‌اول تجربه می‌کنند و تنها به این روش به خود می‌آموزند که چگونه با کمک دیگران تصمیمات درستی بگیرند.
پس از چندین سال سروکله زدن با هنر ایران، معاشرت با مجموعه‌داران کهنه‌کار و مشاهده‌ی وضعیت مجموعه‌ها، صحبت با خریداران جدیدی که اشتیاق جمع‌آوری در آن‌ها به تازگی در حال شکفتن است و هنردوستان کنجکاو، در گالری اُ احساس کردیم که نبود یک نقشه‌ی راه برای خرید، نگهداری و ارزش‌گذاری آثار هنری برای مجموعه‌داران بسیار بیش از گذشته احساس می‌شود. این کتابچه قصد دارد راهنمایی عمومی باشد برای افرادی که شوق جمع‌آوری دارند و اصول اولیه‌ی مجموعه‌داری و نکاتی که در آن حائز اهمیت است را به‌صورت کلی بیان کند. در تهیه‌ی این کتابچه از متون متعددی استفاده کرده‌ایم که فهرست آن به تفصیل در انتها آمده است. در نهایت این کتابچه تنها مقدمه‌ای‌ست به منظور آشنایی با مسائل مربوط به مجموعه‌داری و دعوتی‌ست برای مطالعه و گفت‌وگوی بیشتر در رابطه با این مسائل.

بخش اول > خرید

خرید آثار هنری به روش‌های مختلف؛ از جمله از طریق واسطه: گالری، حراجی و دلال، یا به‌صورت مستقیم از هنرمند، مهم‌ترین بخش مجموعه‌داری است. برخی از خریدها پس از سال‌ها جست‌وجو برای اثر مدنظر انجام می‌شوند، درحالی‌که دیگر آثار ممکن است به‌صورت آنی و گاهی از روی هوس خریداری شوند. در هر صورت و بسته به شرایط، این فرآیند می‌تواند پراضطراب، رضایت‌بخش و یا ترکیبی از این دو باشد.

مدیریت درست مجموعه‌ی آثار هنری با مرحله‌ی خرید[1] آغاز می‌شود. دانستن اینکه از چه‌کسی و با چه قیمتی خرید کنید، خود مهارتی‌ست که با گذشت زمان پرورش می‌یابد. امروزه، فرصت‌های بی‌شماری برای خرید آثار هنری وجود دارد. پدیده‌ی جهانی‌شدن در دهه‌ی ۹۰ میلادی و ظهور اینترنت باعث شد تا کسب‌وکار آثار هنری به فعالیتی بین‌المللی تبدیل شود.

بسیاری جمع‌آوری آثار هنری را به «انتخاب یک سبک زندگی» و یا «نوشتن اتوبیوگرافی» تشبیه می‌کنند و در نتیجه از آن به‌عنوان امری به‌شدت شخصی یاد می‌کنند. جمع‌آوری آثار هنری، نهایتا بازتابی از خود[2] است و به همین دلیل، عجیب نیست که افراد، رویکردهای متفاوتی برای تشکیل مجموعه دارند. برخی مجموعه‌ی خود را بر اساس موضوع[3] یا علاقه‌ای خاصی آغاز می‌کنند: یک جنبش، دوره‌ی تاریخی، ابزار، ناحیه‌ی جغرافیایی خاص یا ترکیبی از این موارد و سپس در ادامه، مجموعه‌ی خود را بر اساس اتفاقات و آشنایی‌های جدید گسترده‌تر می‌کنند. برخی دیگر از مجموعه‌داران به دنبال ثبت تاریخچه یا حفظ تولیدات یک دوره یا فرهنگ خاص هستند. نقاش مکزیکی، دیگو ریورا[4] (۱۸۸۶–۱۹۵۷)، به‌علت علاقه‌ی شدیدی که به فرهنگ خود داشت، حدود ۶۰۰۰۰ نمونه از آثار دوره‌ی پیشاکلمبی را جمع‌آوری کرد که اکنون در موزه‌ی آناهواکالی[5] مکزیکوسیتی، که توسط خود او طراحی شده است، در معرض نمایش قرار گرفته است. برخی دیگر ممکن است بدون هیچ پیش‌زمینه‌ای، آثاری را خریداری کنند و صرفاً آنچه

را که از نظر ظاهری به مذاقشان خوش می‌آید یا در آن لحظه‌ی خاص میل به داشتنش دارند را، از آن خود کنند. جسی پرایس[6] در پاسخ به چگونگی جمع‌آوری مجموعه‌ی منتخبش می‌گوید: «ما صرفاً فرض می‌کنیم که هیچ‌چیز ارتباطی با چیز دیگری ندارد.»

مجموعه‌دار آمریکایی، رانلد لودر[7]، نخستین اثر هنری‌اش که یکی از نقاشی‌های اگون شیله[8] (۱۸۹۰–۱۹۱۸) بود را در سن ۱۴ سالگی و با پولی که در جشن تکلیف[9] خود دریافت کرده بود خرید. این خرید آغاز عشق مادام‌العمر او به جمع‌آوری آثار هنری آلمانی و اتریشی و در نهایت تأسیس موزه‌ای در نیویورک بود که به این ژانر اختصاص یافت. در همین دوره البته، آقای لودر علاقه‌ی شدیدی به جمع‌آوری آثار هنری و زره‌های قرون وسطی، محصولات طراحی شده توسط طراحان فرانسوی و ایتالیایی در دهه‌های ۲۰ تا ۵۰ میلادی و آثار هنرمندان مدرنی مانند پل سزان[10]، پابلو پیکاسو[11] و کنستانتین برانکوشی[12] داشت. این نشان می‌دهد که بسیاری از مجموعه‌داران ممکن است مسیرهای متفاوتی را برای جمع‌آوری مجموعه‌ی خود در پیش گیرند و در این مسیر، علایق و سلایقشان هم ممکن است تغییر کنند و یا تکامل یابند.

برخی از مجموعه‌داران بر جمع‌آوری آثار هنری بلو-چیپ[13] (به اصطلاح رایج «مستر») متمرکز می‌شوند، درحالی‌که دیگران بر آثار هنرمندان نوظهور متمرکز می‌شوند؛ هنرمندان جوان‌تری که هنوز در حرفه‌شان تثبیت نشده‌اند و قیمت آثارشان معمولاً از بقیه پایین‌تر است. معروف است که چارلز ساعتچی[14] در دهه‌ی ۹۰ میلادی آثار هنرمندان نوظهور بریتانیایی را به‌صورت دست‌اول از مدرسه‌ی هنر گلداسمیت[15] خریداری کرد و تقریباً به تنهایی، این گروه ناشناخته را به ستارگان بین‌المللی دنیای هنر تبدیل کرد که بعدها به هنرمندان بریتانیایی جوان[16] معروف شدند. بودجه و سایر محدودیت‌ها، حداقل تا حدودی، ماهیت دیگر مجموعه‌ها را تعیین می‌کند. جمع‌آوری آثار یک هنرمند به‌صورت کامل و اغلب از نقاط مختلف زندگی حرفه‌ای او، گردآوری عمودی[17] نامیده می‌شود. ژان پیگوتزی[18]، برای مدتی علاقه داشت ۱۰ اثر مختلف از هنرمندان نوظهور را برای مجموعه «۱۰ در ۱۰» خود جمع‌آوری کند و در نتیجه، «جایگاه» جدیدی را برای آن‌ها خلق کند. او هنوز دوست دارد

که چندین نمونه از آثار هر یک از هنرمندان موردعلاقه‌اش را گردآوری کند و با تمرکز بر جمع‌آوری آثار هنرمندان جوان، ضمن حمایت از این هنرمندان، امیدوار است تا با امکان خرید ارزان‌تر آثار، پتانسیل سرمایه‌گذاری خود را افزایش دهد. در مقابل، خرید آثار تکی از تعداد زیادی از هنرمندان مختلف، گردآوری افقی[۱۹] نامیده می‌شود. گردآوری متقاطع[۲۰] به‌نوعی از گردآوری اشاره دارد که طی آن آثار مربوط به دوره‌های مختلف، از دوران باستان تا معاصر، جمع‌آوری می‌شود و ممکن است در مقابل گردآوری خاص[۲۱] قرار گیرد. فارغ از علایق خاص یک مجموعه‌دار و اینکه مجموعه‌ی مذکور در نهایت همگن خواهد بود یا خیر، هر فرد می‌تواند تا جایی که امکانات به وی اجازه می‌دهد به انواع آثار هنری از تمامی دوره‌ها چشم داشته باشد و باید هم همین کار را انجام دهد.

خرید از فروشندگان آثار هنری

اکثر مجموعه‌داران کار گردآوری را با خرید از فروشندگان آثار هنری (گالری‌داران) آغاز می‌کنند؛ کسانی که کارشان فروش این آثار است و معمولاً در زمینه‌ی هنرمندان خاصی تبحر دارند. فروشندگان معمولاً فضایی برای به معرض نمایش عموم قراردادن آثار این هنرمندان دارند و در کنار آن فضایی (انبار/گنجینه) که موجودی آثارشان را در آن نگهداری می‌کنند. تا همین چند وقت پیش، بخش اعظم خرید‌وفروش آثار هنری به‌صورت محلی و در فضای فیزیکی گالری‌ها[۲۲] انجام می‌شد و مجموعه‌دار می‌توانست در یک ناحیه‌ی جغرافیایی با تمامی گالری‌های هنری آشنا شود. امروزه، قطب‌های بزرگ هنری مانند لندن، نیویورک و برلین هر کدام صدها گالری دارند و گالری‌های بسیاری نیز با رونق و ورشکستگی بازارها تأسیس و تعطیل می‌شوند. همچنین، هر روز بیش از پیش، فروش آثار هنری به‌صورت آنلاین انجام می‌شود.

در بهار سال ۲۰۰۶ گالری ساعتچی یک سایت اینترنتی به نام ساعتچی‌آنلاین (www.saatchionline.com) را راه‌اندازی کرد. این سایت امکان عرضه‌ی آثار هنری برای فروش از سراسر جهان، در کنار انتشار بیوگرافی و اطلاعات تماس هنرمند را برای مخاطبان فراهم کرد. این سایت در ازای کارمزد، ۳۰ درصد از قیمت

فروش را برمی‌دارد. تاکنون آثار ۵۰/۰۰۰ هنرمند در این سایت به نمایش درآمده است و روزانه بیش از ۷۶ میلیون نفر از این سایت بازدید می‌کنند و گزارش‌های منتشر شده خبر از فروش متوسط ۸۰۰ اثر هنری در ماه از طریق این وب‌سایت را می‌دهند. ربکا ویلسون، مدیر گالری ساعتچی می‌گوید «فروش آنلاین این گالری در یک ماه از تعداد فروش آثار در اکثر گالری‌هایی که به صورت فیزیکی فعالیت می‌کنند بیشتر است.»

همه‌گیری ویروس کرونا از ماه مارچ ۲۰۲۰ دنیا را برای همگان دگرگون کرد و دنیای هنر نیز از این قاعده مستثنا نبود. گالری‌هایی که امکانات فنی کافی داشتند به‌سرعت برای خود فضای آنلاین نمایش درست کردند و هنرمندان بیشتری در این دوره تصمیم به نمایش آثار خود در فضای مجازی گرفتند. بسیاری همچنان معتقدند که اثر هنری باید از نزدیک دیده و لمس شود اما در شرایط بحران، اقبال عمومی نسبت به تماشا و خرید آثار هنری در سراسر دنیا به‌صورت چشم‌گیری افزایش پیدا کرده است.

بازار اولیه[۲۳]

زمانی که فروشنده، اثری را برای نخستین‌بار در بازار می‌فروشد، و معمولا این اثر را به‌صورت مستقیم از هنرمند دریافت‌کرده است، گفته می‌شود که در بازار اولیه فعالیت می‌کند.

گاهی اوقات مجموعه‌دار این فرصت را دارد که اثر هنری را به‌صورت مستقیم از هنرمند خریداری کند. بااین‌حال، اگر آثار هنرمندی در گالری عرضه شود، بهتر است مجموعه‌دار پیش از دادن چنین پیشنهادی (به خود هنرمند) خوب فکر کند. هنرمندان معتبر، درصورتی‌که از پیش با گالری‌هایی قرارداد بسته باشند و یا قول همکاری داده باشند، معمولاً دست به معامله‌ی مستقیمی که باعث حذف فروشنده شود، نمی‌زنند (اما ممکن است برای گرفتن تخفیف با فروشنده صحبت کنند).

دسترسی

پیش‌فرض همه‌ی موارد ذکر شده این است که گالری در وهله‌ی اول مایل به فروش اثر به خریدار باشد. به‌طور سنتی و از منظر کسب‌وکار، این وظیفه‌ی فروشنده است که اعتبار لازم و در نتیجه، بازار مناسب برای اثر هنرمند را فراهم کند. فروشندگان خوب در مورد هنرمندان، تاریخچه‌ی آن‌ها، کل بدنه‌ی اثر و چگونگی پیدا کردن آن (به‌عنوان مثال اینکه اثر مذکور متعلق به مجموعه‌ای خصوصی یا عمومی است و یا اینکه اصلاً برای فروش است یا خیر) دانش بسیار بالایی خواهند داشت. فروشندگان خوب تلاش می‌کنند تا از دست‌به‌دست مناسب شدن اثر هنری مطمئن شوند؛ آن‌ها صرفاً اثر را نمی‌فروشند، بلکه آن را در اختیار افراد مطمئن قرار می‌دهند. فروش اثر هنری به طرف غیرمطمئن ممکن است باعث شود تا فروشنده کنترل بازار آثار هنرمند مذکور را از دست بدهد.

بنابراین، فروشنده معمولاً اثر را صرفاً به هر کسی که پول کافی داشته باشد نمی‌فروشد و قطعاً به سودجویان احتمالی که فقط برای کسب سود به دنبال خرید اثر هنری و فروش آن در حراجی و کسب سود در کوتاه‌مدت هستند، نخواهد فروخت. خریداران آثار هنری که به چنین کاری شهرت دارند به‌سرعت توسط گالری، و شاید حتی جامعه‌ی گالری‌دارها، در فهرست سیاه قرار می‌گیرند. دنیای هنر با وجود جهانی‌بودن، در عمل نسبتاً کوچک است و اطلاعات مربوط به علایق و عادات خاص مجموعه‌داران به سرعت در آن پخش می‌شود.

بازار ثانویه

بر خلاف سرمایه‌گذاری‌های سنتی مانند سهام یا اوراق قرضه، تملک آثار هنری هزینه‌بر است. دلایل بسیاری ممکن است مجموعه‌دار را وادار کند که از تعدادی از آثار هنری و یا حتی کل مجموعه‌شان دل بکنند. در کنار این، ذائقه و علایق مجموعه‌داران تکامل می‌یابد و گاهی اوقات، یکی از آثار هنری، برخلاف گذشته، دیگر متناسب مجموعه نیست و باید به منظور تأمین هزینه‌ی خرید آثار جدید فروخته شود. به همین دلیل، فروشندگان آثار هنری در بازار ثانویه نیز فعالیت می‌کنند. به این صورت که آثاری که قبلاً خرید و فروش شده‌اند را به متقاضیان

جدید می‌فروشند. گرچه بازار ثانویه تخصص اصلی برخی از فروشندگان است، دیگران فروش چنین آثاری را به‌عنوان نوعی کسب‌وکار دوم انجام می‌دهند و از آن برای حمایت از نمایشگاه‌ها و انتشارات مرتبط با کسب‌وکار اصلی‌شان استفاده می‌کنند. فروشندگان همچنین خریداران فعالی در بازار ثانویه هستند؛ بدین معنی که بر روی آثار هنرمندی که نماینده‌اش هستند سرمایه‌گذاری کرده و بازار آثار وی را کنترل می‌کنند.

آثار هنری امانت (به شرط پسند)

مجموعه‌داران معتبر گاهی اوقات می‌توانند اثری که قصد خریدش را دارند از فروشنده به امانت بگیرند. به این ترتیب که برای تصمیم‌گیری در مورد خرید یا عدم خرید، اثر هنری را به شرط پسند (امانت) برای مدت کوتاهی داشته باشند. در چنین مواردی، فروشنده گاهی اوقات ترتیب حمل‌ونقل اثر به آدرس خریدار بالقوه و حتی نصب آن را می‌دهد و بدین ترتیب، فرصتی در اختیار خریدار می‌گذارد تا به صورت جدی و از نزدیک در مورد خرید اثر تصمیم‌گیری کند.

ایجاد رابطه

اگرچه این فروشندگان هستند که با مجموعه‌داران رابطه برقرار می‌کنند، لازم است که مجموعه‌دار هم برای ایجاد رابطه با فروشنده تلاش کند. این کار معمولاً با پرسیدن سؤالاتی از سوی مجموعه‌دار در مورد اثر هنری و نشان دادن کنجکاوی، دانش و میزانی از جدیت آغاز می‌شود. خوش‌حساب بودن، چه در قالب پرداخت فوری هزینه‌ی اثر هنری و چه پرداخت به موقع و منظم اقساط، یکی دیگر از روش‌های تبدیل شدن به مشتری ارزشمند است. پس از ایجاد رابطه‌ای محکم، فروشنده ممکن است حق بازدید اثر جدید هنرمند را برای نخستین بار به مجموعه‌دار بدهد یا اطلاعاتی اختصاصی درباره‌ی ورود آثاری مشخص به بازار ثانویه را در اختیارش قرار دهد، اثری را به صورت رزرو برایش نگه دارد یا وی را در فهرست انتظار آثار آتی هنرمندان معتبر (که هنوز خلق نشده‌اند) قرار دهد. گاهی اوقات مجموعه‌داران حتی آثار هنرمندان نوظهوری را می‌خرند

که به تازگی توسط گالری مورد علاقه‌شان عرضه شده‌اند و با این کار حمایت‌شان را از گالری نشان می‌دهند، با این امید که هنگام در دسترس قرار گرفتن بهترین آثار هنرمندان معروف‌تر در اولویت قرار گیرند. اگر احساس می‌کنید گالری به شما وفادار است، سعی کنید در مقابل به آن گالری وفادار بمانید. لئو کاستلی[۲۴] یکی از مهم‌ترین و با نفوذترین گالری‌دارهای آمریکا، می‌گوید «یک مجموعه‌دار متعهد از گالری مورد علاقه‌ی خود و هنرمندان آن گالری جسورانه و به صورت متداوم پشتیبانی می‌کند.»

خرید از حراجی

حراجی‌ها محل اصلی بازار ثانویه‌اند و آن‌هایی که در زمینه‌ی حراجی فعالیت می‌کنند بر این باورند که آثاری که می‌فروشند عمدتا نتیجه‌ی سه چیز است: مرگ، طلاق و بدهی.

اگرچه برخلاف خرید آثار هنری از گالری‌ها، عملاً هر کسی که کارت اعتباری دارد می‌تواند در حراجی‌ها اثر بخرد و معمولاً به روابط خاصی نیاز ندارد. در مقایسه با خرید از گالری، مجموعه‌داران ماهر دنیای حراجی‌ها، عمده‌ی تمرکز خود را بر روی مطالعه‌ی کاتالوگ حراجی‌ها و موجودی آثار در دوره‌های مختلف می‌گذارند.

خرید آنلاین آثار هنری

امروزه می‌توان طیف وسیعی از آثار هنری (با کیفیت بسیار متنوع) را از طریق سایت‌های مختلف به صورت آنلاین خرید. این باور غلط وجود دارد که فروش آنلاین آثار هنری عمدتاً توسط مجموعه‌داران تازه‌کاری انجام می‌شود که بیش از حد از ورود به دنیای گالری‌های واقعی می‌ترسند، اما این موضوع درست نیست. خریداران اصلی آثار هنری در فضای آنلاین در واقع مجموعه‌داران باسابقه‌ای هستند که دقیقاً می‌دانند به دنبال چه هستند.

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های خرید آنلاین آثار هنری این است که با ارائه‌ی طیف متنوعی از آثار، تنها با لمس یک گزینه و امکان مقایسه‌ی سریع قیمت‌ها، در وقت صرفه‌جویی می‌شود. همه‌ی مجموعه‌داران قادر نیستند تا برای گشت‌وگذار در

گالری‌ها یا شرکت در نمایشگاه‌های هنری شهرهای دور و نزدیک، زمان مناسبی برای خود فراهم کنند و فروش آنلاین بسیار مورد استقبال افراد پرمشغله قرار گرفته است. حتی اگر مجموعه‌دار علاقه‌ای به خرید آثار هنری به صورت آنلاین نداشته باشد، بسیاری از این وب‌سایت‌ها، مقالات، مصاحبه‌ها و اطلاعات فراوان دیگری را در اختیار مجموعه‌داران می‌گذارند که به آن‌ها در تصمیم‌گیری برای خریدهای آتی و ارزش‌گذاری مجموعه‌ی خود کمک شایانی می‌کند. کسب‌وکارهای نوآورانه‌ی آنلاین در حوزه‌ی آثار هنری مانند آرتسی[۲۵] به‌طور مرتب در حال شکل‌گیری هستند و این روند رو به رشد است.

آرت‌فرها

برای علاقه‌مندان به هنر، افراد کنجکاو و به ویژه مجموعه‌داران جدی، آرت‌فرها فرصتی بی‌نظیر برای جست‌وجو، یادگیری، پرسش و مقایسه فراهم می‌کنند. آرت‌فرها به بازدیدکنندگان کمک می‌کنند تا چشم خود را آموزش دهند، از آثار هنری رمزگشایی کنند و در جریان تحولات اخیر دنیای هنر قرار گیرند.

آرت‌فرها ــ فارغ از این که روی چه دوره‌ای از هنر تمرکز داشته باشند ــ طی ۲۰ سال گذشته نقش مهمی در بازار هنر داشته‌اند. در یک آرت‌فر خوب، آثاری با تنوع بالا و در عین حال با کیفیت ارائه می‌شود، به‌گونه‌ای که این حد از تنوع و کیفیت با آثار ارائه شده در معتبرترین حراجی‌ها قابل مقایسه است. برای حفظ کیفیت بالا، گالری‌ها و آثار هنری توسط مدیر آرت‌فر و کمیته‌ای متشکل از متخصصان دست‌چین می‌شوند. این سخت‌گیری در انتخاب، باعث به وجود آمدن اعتماد بیشتر در خرید می‌شود و نمایشی آبرومند را برای آرت‌فر تضمین می‌کند.

کیفیت یک آرت‌فر را می‌توان در چندین سطح سنجید. دامنه‌ی بین‌المللی در حال حاضر چالش اصلی آرت‌فرهای بزرگ است و برای دستیابی به این حضور بین‌المللی، رقابت اصلی بر سر هویت عمومی آرت‌فرها است. این که یک آرت‌فر بر روی چه نوع آثاری متمرکز است و یا مدیر و اعضای کمیته‌ی تصمیم‌گیری شامل چه کسانی هستند بخش مهمی از این هویت عمومی را تشکیل می‌دهد. سخنرانی‌ها، جوایز، تورهای خصوصی، هم‌کاری با سایر نهادهای فرهنگی در طول نمایشگاه و سایر

رویدادهای جانبی که تحت حمایت مالی آرت‌فر هستند نیز نقش به‌سزایی در کیفیت آن دارند. برخی از آرت‌فرها سابقه‌ای ده‌ها ساله دارند و برخی دیگر جدید، نوظهور و نوآورانه هستند.
آرت‌فرها به چند دلیل برای ایجاد تعادل در بازار هنر ضروری هستند. با شرکت در آرت‌فر، گالری‌ها فرصت آشنایی با مجموعه‌دارانی را پیدا می‌کنند که در حالت عادی از فضای فیزیکی آن‌ها بازدید نمی‌کنند و این امر تاثیر بسزایی در فروش سالیانه‌ی گالری خواهد گذاشت. علاوه بر این، در مدت کوتاه آرت‌فر، گالری‌ها فرصت آشنایی با روزنامه‌نگاران، ناشران، منتقدان هنری، نمایشگاه گردانان، مشاوران، مدیران موزه‌ها و دیگر چهره‌های فعال دنیای هنر را پیدا می‌کنند. حضور در آرت‌فرهای معتبر، سکوی پرشی برای گالری‌های کمتر شناخته‌شده است و برای هنرمندان نوظهور اهمیت ویژه‌ای دارد.

مشاوران هنری

برخی از مجموعه‌داران برای ساخت مجموعه‌های‌شان دوست دارند با مشاور هنری کار کنند. وقتی یکی از لذت‌های گردآوری آثار هنری هیجان کشف‌کردن هنر توسط خودمان است، چرا باید با مشاور کار کنیم؟ به دو دلیل.
دلیل اول دانش است. مجموعه‌داران جدید یا مجموعه‌داران باسابقه‌ای که وقت کمی دارند، قدر میانبری که مشاور پیش روی‌شان می‌گذارد را می‌دانند. مشاور هنری کار پرس‌وجو و پادویی، دیدن آثار هنری، صحبت با فروشندگان، بررسی ارزش، رفتن به نمایشگاه‌ها و توصیه‌ی آثار هنری به مجموعه‌دار بر اساس علایق خاص او را انجام می‌دهد. دلیل دوم کار کردن با مشاور هنری، مسئله‌ی دسترسی است. مجموعه‌داران مشتاقی که فاقد اعتبار کافی و ارتباط مناسب با گالری‌های مهم هستند از خدمات مشاور برای ورود به دنیای گالری‌دارها استفاده می‌کنند. مشاوران هنری خوش‌نام، علاوه بر ارائه‌ی دانش و فراهم کردن دسترسی به آثار هنری، برای مجموعه‌داران مبتدی یا کم‌وقت، می‌توانند این اطمینان ضمنی را به فروشنده بدهند که اثر هنری به دست هر کسی نمی‌افتد.

مشاوران خوش‌نام در مورد دستمزدشان رک و واضح صحبت می‌کنند. اینکه مشاوران هنری درصدی از هزینه‌ی خرید را (معمولاً ۱۰ الی ۱۵ درصد) به‌عنوان دستمزد از مجموعه‌دار دریافت کنند امری رایج است. لازم به ذکر است که در بسیاری از موارد گالری‌داران، نقش مشاور را بازی می‌کنند و در این صورت نه تنها از هنرمندان خود بلکه از هنرمندان دیگر گالری‌ها و یا هنرمندان مستقل (بنا به آنچه مجموعه لازم دارد)، پیشنهاد و راهنمایی می‌کنند. رایج‌ترین توصیه‌ای که در همه‌جا به گوش می‌رسد این است که «چیزی را بخر که دوست‌داری!» اما این توصیه در دنیای هنر همیشه جواب‌گو نیست. اگر فقط آثاری را بخرید که به‌نظرتان در لحظه چشم‌نوازاند، ممکن است مجموعه‌ای حوصله‌سربر از آب در بیاید. هنر خوب، هنر خوب است و از باقی چیزها متمایز است. هنر خوب ممکن است در نگاه اول پیچیده، عجیب و یا در مواردی ناخوشایند باشد و به همین دلیل داشتن مشاور خوب کمک بسیاری به شکل‌گیری یک مجموعه‌ی خوب می‌کند.

سفارش اثر به هنرمند

روش دیگر دستیابی به اثر هنری سفارش مستقیم به هنرمند است. در این حالت، مجموعه‌دار معمولاً ودیعه‌ی غیرقابل‌استردادی را پرداخت می‌کند که هزینه‌ی زمان و مواد مورد استفاده‌ی هنرمند را پوشش می‌دهد. در مورد حق مجموعه‌دار برای قبول نکردن اثر، درصورتی‌که محصول نهایی مورد رضایتش نباشد، باید از ابتدا مذاکره شود.

بخش دوم > ثبت اطلاعات

در اغلب موارد، زمانی‌که مجموعه‌شکل می‌گیرد، هیچ‌کس از جمله مجموعه‌دار نمی‌تواند حدس بزند که مجموعه‌ی موردنظر تا چه زمانی دوام پیدا خواهد کرد و در چنین حالتی، بهترین رویکرد به مدیریت مجموعه دیدگاه بلندمدت با رعایت استانداردهای آرشیوی است. بسیاری از مجموعه‌داران مجموعه‌های خود را با استفاده از مایکروسافت اکسل مدیریت می‌کنند، سیستم آشنایی که برای ذخیره‌سازی داده‌ها به شکل اختصاصی طراحی شده و نیازی به سرمایه‌گذاری‌های هنگفت ندارد. در مقابل، برخی دیگر ترجیح می‌دهند از نرم‌افزارهای تخصصی‌تر که به شکل پایگاهی از داده‌ها، امکان ذخیره‌سازی اطلاعات و استفاده از آن به روش‌های بی‌شمار را می‌دهند، استفاده کنند. به هر صورت، اطلاعاتی که در مورد هر اثر هنری می‌بایست در هر سیستمی ثبت شود کمابیش ثابت است.

یک فهرست مجموعه‌ی خوب می‌بایست شامل موارد زیر باشد:

نوع شی

شی مورد نظر چیست؟ این قسمت به نوع اثر هنری اشاره می‌کند. به‌عنوان مثال: نقاشی، کار روی کاغذ، حجم، چیدمان و ...

توضیحات

شرح مفصلی از اثر، به عنوان مثال، «منظره‌ی امپرسیونیستی با خورشید در حال غروب در مرکز نقاشی» یا «گلدان فلزی، رنگ‌آمیزی شده با لاک سیاه و خطوط مورب زرد» این قسمت همچنین باید شامل توضیحاتی دقیق درباره‌ی قاب و سایر موارد مربوط به اثر باشد، به‌عنوان مثال، «قاب مدرن به عمق ۲ و عرض ۳ سانتی‌متر با رنگ پوششی مشکی و مات».

هنرمند

نام هنرمند، معمولاً ابتدا نام‌خانوادگی نوشته می‌شود، به‌عنوان مثال: مشیری، فرهاد.

عنوان

اگر اثر موردنظر عنوانی دارد، این عنوان باید به همان شکل اصلی در این قسمت ثبت شود. ممکن است در طول دوران‌های مختلف به یک اثر هنری واحد به عناوین متفاوتی ارجاع داده شود، به‌ویژه در مواردی که پای ترجمه در میان باشد. بنابراین شرط عقل حکم می‌کند که اگر عنوان اصلی مثلا به زبان فرانسه یا فارسی است، این عنوان به همان زبان باقی بماند. بنابراین ترجمه‌ها بهتر است در پرانتز اضافه شوند و یا در بخش جداگانه‌ای تحت‌عنوان «یادداشت» ثبت شوند.

امضا

آیا اثر هنری امضا دارد؟ اگر چنین است، ویژگی‌های آن چیست و در کجا قرار دارد؟ چاپ شده یا دست‌خط هنرمند است؟ نام کامل هنرمند است و یا فقط حروف اول نامش؟ آیا در قسمت جلوی اثر (verso) قرار دارد و یا پشت (recto)؟ آیا با مرکب است، یا مداد یا رنگ ــ یا مثلا مهر شده یا روی اثر حکاکی شده است؟ در این قسمت از عبارات مشخص و دقیق استفاده کنید، به‌عنوان مثال: «امضا، در پشت اثر، پایین سمت راست با مداد: ف. مشیری» و یا «مهر هنرمند در جلوی اثر و در مرکز»

ابعاد/وزن

مهم است که ابعاد اثر را با قاب و بدون قاب ثبت کنید. در مورد آثار عکاسی، ممکن است اندازه‌ی چاپ و اندازه‌ی تصویر با هم متفاوت باشند که در این صورت هر دو می‌بایست ثبت شوند. در موارد خاص، ممکن است ابعاد جعبه‌ی حمل، ابعاد چیدمان در اتاق و غیره نیز به این اطلاعات اضافه شود.

تکنیک و مواد به کار رفته
اثر موردنظر از چه ساخته شده است؟ این قسمت باید تا حد امکان توصیفی باشد. به‌عنوان مثال، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: «چاپ فوتو لیتوگراف بر روی کاغذ آف‌ـوایت نازک دست‌ساز»، «قلم‌مو و مرکب بر روی کاغذ دست‌ساز». چنین اطلاعاتی باید در فاکتور گالری و یا در کاتالوگ حراج به شما ارائه شود.
در آثار عکاسی، از آنجایی که فرآیندها و کاغذهای مورد استفاده بسیار متنوع هستند، توصیف دقیق بسیار حیاتی است: به‌عنوان مثال، «چاپ کروموژنتیک رنگی بر روی دیازک»، «چاپ نقره ژلاتین» یا «چاپ جوهرافشان بر روی کاغذ Museo Silver Rag».

تاریخ
اثر چه زمانی خلق شده است؟ ثبت تاریخ به‌صورت دقیق مهم است. به تبدیل تاریخ میلادی و شمسی دقت لازم را داشته باشید.

نسخه
در مواردی که چند نسخه از اثر وجود دارد، مثلا در آثار چاپ و عکاسی، تعداد دقیق نسخه بسیار مهم است. اطلاعات دقیق این قسمت می‌بایست شامل شماره‌ی نسخه‌ی اثر مربوطه و تعداد کل نسخه‌ها باشد. به‌عنوان مثال «۳/۲۰» دقت کنید که نوشتن «۳» به تنهایی در این قسمت کافی نیست. نسخه هنرمند «AP» و نسخه‌های تمرینی حتما باید ثبت شوند. همچنین در صورت امکان، شماره‌ی کلیشه در یک مجموعه‌ی خاص، می‌بایست در این قسمت مشخص شود. به‌عنوان مثال «کلیشه ۷۵ از مجموعه‌ی Ecce Homo»

قیمت خرید
قیمت خرید ــ و همچنین تاریخ خرید ــ اطلاعات مهمی هستند که می‌بایست به روشنی در این قسمت ثبت شوند. همچنین اطلاعاتی مانند درصد تخفیف در زمان خرید و یا پورسانت حراج اطلاعات دیگری هستند که ثبت آن در ارزش‌گذاری مجموعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

فروشنده
مکان دقیق خرید، نام حراجی، گالری، شخص واسط و یا به صورت مستقیم از استودیوی هنرمند در این قسمت می‌آید.

شجره‌نامه
این قسمت شامل سابقه‌ی مالکیت اثر می‌شود و در بازار ثانویه هنر اهمیت ویژه‌ای دارد و بر ارزش‌گذاری اثر هنری نیز تأثیر بسزایی دارد. نام همه‌ی مالکان پیشین تا حد امکان در این قسمت می‌بایست فهرست شوند. به‌عنوان مثال: «از هنرمند خریداری شده؛ گالری لئو کاستلی، نیویورک؛ مجموعه‌ی دپاسکل، نیویورک؛ گالری بیلر، بازل؛ در سال ۱۹۹۵ توسط مالک فعلی خریداری شد.»

ارزش
شامل کلیه ارزیابی‌ها با تاریخ و همچنین نوع ارزیابی می‌شود (به‌عنوان مثال، ارزش اثر مشابه در آرت‌فر).

شرایط عمومی
همیشه باید شرایط عمومی کار را بررسی و در این قسمت ثبت کرد. این شامل شرح آسیب‌های احتمالی، محل دقیق آن به همراه تصویر محل آسیب‌دیده می‌شود.

مکان اثر
این قسمت به مکان فیزیکی واقعی اثر اختصاص دارد، به‌عنوان مثال، «کتابخانه، دیوار غربی». مکان اثر را نباید با «وضعیت نمایش» که به وجود اثر در انبار، در امانت بانک، در امانت برای نمایش و غیره اشاره می‌کند اشتباه گرفت.

کد دسترسی (موجودی)
ضروری است که به هر اثر در یک مجموعه، شماره‌ای منحصربه‌فرد اختصاص داده شود. هر مجموعه‌دار ممکن است روال متفاوتی برای شماره‌گذاری آثار در مجموعه‌اش انتخاب کند ولی توصیه می‌شود این شماره‌گذاری را با سال خرید اثر شروع کنید. (به‌عنوان مثال ۲۰۲۱-۰۰۱.)

در صورت امکان بهتر است کد اختصاص‌داده‌شده به هر اثر، در جایی بر روی اثر مربوطه نیز نصب شود. کد دسترسی همچنین باید در تمامی عکس‌ها و مدارک مربوط به هر اثر درج شود. این شامل کاتالوگ نمایشگاه و متون مربوط به آن اثر نیز می‌شود.

تاریخچه‌ی نمایشگاه

این فهرست دربرگیرنده‌ی اطلاعات کامل تاریخچه‌ی نمایش هر اثر می‌شود. تمامی اسناد مربوط به نمایش از جمله کاتالوگ‌های منتشر شده، عنوان، مکان و زمان دقیق نمایش و همچنین متون مربوط به نمایش در این قسمت ثبت می‌شوند.

زندگی‌نامه‌ی هنرمند (بیوگرافی)

زندگی‌نامه‌ی هنرمند باید همیشه با تاریخ تولد (و زمان فوت) هنرمند شروع شود، به‌عنوان مثال، «سیگمار پولکه (۱۳ فوریه ۱۹۴۱ ـ ۱۰ ژوئن ۲۰۱۰).»

تصاویر

آرشیو عکس‌های رنگی با کیفیت از آثار، بخش بسیار مهمی از سیستم‌های مدیریت هر مجموعه را تشکیل می‌دهد.
این قسمت شامل تصاویری از امضاها، آسیب‌های احتمالی، علائم مشخص‌کننده و همچنین عکس‌هایی از چیدمان اثر در نمایشگاه‌های مختلف نیز می‌شود.
از آنجایی که قسمت پشت اثر معمولا شامل اطلاعات مهمی درباره‌ی اثر هنری، از جمله برچسب نمایشگاه‌ها، کد دسترسی انبار و در مواردی امضا و اطلاعات اثر می‌شود، عکاسی از پشت آثار نیز اهمیت ویژه‌ای دارد.
در زمان خرید هر اثر از فروشنده تمامی تصاویر مربوط به آن را نیز درخواست کنید (تصاویری که در وب‌سایت گالری گذاشته می‌شوند عموما بسیار کوچک‌اند و کیفیت مطلوبی ندارند). در اکثر گالری‌ها تصاویر با وضوح بالا از آثاری که ارائه می‌شود وجود دارد که به راحتی و با یک ایمیل می‌توانید این تصاویر را از گالری دریافت کنید.

همچنین، اگر اثری را برای نمایش به یک موزه یا گالری امانت می‌دهید، در نظر داشته باشید که به احتمال زیاد این نهادها به‌منظور انتشار کاتالوگ، تبلیغات و غیره تصاویر بسیار خوبی از آثار می‌گیرند و می‌توانید تمامی این تصاویر را با کیفیت بالا از آن‌ها درخواست کنید. در نظر داشته باشید طبیعی است که شخصی که مسئول تهیه‌ی کاتالوگ مجموعه است بودجه‌ی لازم برای تهیه‌ی عکس‌های حرفه‌ای از مجموعه را از شما درخواست کند و شما دیر یا زود می‌بایست این بودجه را در اختیار او قرار دهید، زیرا این امر کمک زیادی به حفظ و افزایش ارزش آثار مجموعه‌ی شما خواهد کرد.

اهمیت دقت و تداوم

ارزش هر سیستم مدیریت مجموعه تنها به اطلاعات دقیق و درست آن است. به‌منظور به‌حداکثررساندن اثربخشی، مهم است این سیستم را همواره به‌روز و دقیق نگه دارید.

در فرآیند فهرست‌نویسی، «هنر» چگونه تعریف می‌شود؟

هنگامی‌که یک مجموعه‌دار سیستمی برای مدیریت مجموعه ایجاد می‌کند، معمولا با این سوال مواجه می‌شود که چه کارهایی ارزش گنجانده‌شدن در این سیستم را دارند. به‌عنوان مثال، مجموعه‌دارانی که آثار ارزشمندی در مجموعه‌ی خود دارند، به احتمال زیاد مالک آثار بسیار زیادی از هنرمندان تازه‌کار و آماتور نیز هستند، این شامل هدایا، آثار دوستان و آشنایان و غیره می‌شود. به‌عنوان نمونه ممکن است برخی هنرمندان به عنوان کارت تبریک نوروز اثری را به یک مجموعه‌دار هدیه دهند و مجموعه‌دار دقیقا تخمینی از میزان ارزش اثر مورد نظر نداشته باشد و لزومی برای گنجاندن آن اثر در فهرست مجموعه‌ی خود احساس نکند. اینکه چه مواردی را باید در این فهرست قرار دهید، به‌ویژه در مورد آثار دکوراتیو بسیار چالش‌برانگیز است. مرزبندی میان دارایی‌ها، آثار قابل جمع‌آوری و آثار هنری در بسیاری از موارد دشوار است و نیاز به بررسی دقیق دارد.

بخش سوم > نگهداری از یک مجموعه

جای تعجب نیست که بسیاری از مجموعه‌داران، آثار هنری را در خانه‌های‌شان، یعنی در کمدها، در اتاق‌های اضافی یا حتی زیر تخت، نگهداری می‌کنند. بسیاری از مجموعه‌داران برای خود سیستم‌های نگهداری در داخل خانه درست کرده‌اند. این سیستم‌ها ممکن است قفسه‌هایی باشند که در فضاهایی با آب‌وهوای کنترل‌شده نصب شده‌اند و یا جعبه‌های ساده و مسطح برای نگهداری اشیا. فضای نگهداری از مجموعه‌ها در خانه باید از لوله‌های آب یا سیستم‌های گرمایشی، روشنایی و الکتریکی دور باشد. نوسانات دما و رطوبت باید در آن‌ها به حداقل برسد و آثار هنری باید دور از دیوارهای خارجی و پنجره‌ها یا هرگونه منفذی که از طریق آن نور خورشید عبور می‌کند قرار گیرند. آثار هنری هرگز نباید در اتاق‌های گرم زیرشیروانی یا سرداب‌های نمناک نگهداری شوند زیرا در این‌گونه مکان‌ها آثار هنری نه تنها در معرض شرایط نامطلوب آب‌وهوایی قرار می‌گیرند، بلکه خطر جذب انواع حشرات موذی برای آن‌ها به وجود خواهد آمد. به دلایل امنیتی، بهتر است مجموعه‌داران تمام آثار هنری خود را در یک مکان واحد مانند خانه‌ی شخصی نگهداری نکنند.

مراکز تخصصی نگهداری آثار هنری

اغلب مراکز نگهداری با نظارت بر شرایط محیطی از جمله رطوبت و دما شرایط ایده‌آلی را برای نگهداری آثار ارزشمند هنری فراهم می‌کنند. برخی از این مراکز شامل اتاق‌هایی برای به نمایش گذاشتن مجموعه‌های هنری نیز هستند که می‌توان آن‌ها را به‌صورت ساعتی یا روزانه (معمولا حداقل دو ساعت) اجاره کرد. این فضاهای راحت، با رعایت کامل حریم خصوصی، ظرفیت پذیرش متصدیان آثار هنری را دارند. در چنین شرایطی مجموعه‌داران از این اتاق‌ها برای به نمایش گذاشتن آثارشان برای خریداران بالقوه یا دعوت از متخصصین (ارزش‌گذاران، ترمیم‌کنندگان، عکاس‌ها، دلالان و غیره) استفاده می‌کنند.

حوادث

اتفاقات ترسناکی برای تمام حمل‌ونقل‌کننده‌ها و نصاب آثار هنری (حتی معتبرترین‌شان) پیش آمده است که در آن آثار هنری در فرآیند جابه‌جایی یا نصب آسیب دیده‌اند یا نابود شده‌اند. اتفاق رخ می‌دهد. نکته این است که در صورت پیش آمدن حادثه چه باید کرد:

> نترسید، اگر اثر هنری بزرگی در حال سقوط است، معمولا بهتر است که اجازه دهید این اتفاق رخ دهد، چون تلاش برای جلوگیری از این اتفاق معمولا باعث آسیب شدیدتر به اثر می‌شود. تا زمان ارزیابی آثار هنری آسیب‌دیده توسط ترمیم‌کننده یا مأمور بیمه، این آثار را در مکان امنی که جلوی راه نباشد قرار دهید.

> بدون فوت وقت، با متخصصین مناسب تماس بگیرید و مرمت اثر را به آن‌ها بسپارید. در صورتی که هنرمند در قید حیات باشد، مجموعه‌دار بهتر است نظر هنرمند را در مورد ترمیم یا عدم ترمیم اثر آسیب‌دیده در نظر گیرد.

قاب

هنرمندان غالبا در مورد انتخاب یا ساخت قاب آثارشان بسیار حساب‌شده عمل می‌کنند. فرانسیس بیکن[۲۶] (۱۹۹۲-۱۹۰۹) بر استفاده از قاب‌های طلایی به همراه شیشه اصرار داشت. ادگار دگا[۲۷] (۱۹۱۷-۱۸۳۴) به قاب‌های سبز علاقه داشت و پروفیل‌های قاب را در دفترچه‌ی خاطرات و یادداشت خود قرار می‌داد. به‌نظر وی، قاب «جایزه‌ای برای هنرمند» بود. پیکاسو[۲۸] آثار مدرن خود را با استفاده از قاب‌های قدیمی ایتالیایی و اسپانیایی ارتقا می‌داد. هنری ماتیس[۲۹] (۱۹۵۴-۱۸۶۹) نیز از قاب‌های قرن هفدهم ایتالیایی استفاده می‌کرد. هنوز مشخص نیست که علت این انتخاب این بوده که این قاب‌ها را مکملی عالی برای نقاشی‌های خود می‌دانست و یا صرفا به‌صورت تصادفی در بازار کهنه‌فروش‌ها آن‌ها را پیدا کرده بود. ونسان ون‌گوگ[۳۰] (۱۸۹۰-۱۸۵۳) درباره‌ی قاب‌هایش بسیار نکته‌بین بود و قاب‌های ساده‌ی سیاه و سفید یا رنگی را که مکمل رنگ‌های غالب نقاشی‌هایش بودند ترجیح می‌داد.

قاب اصلی، مخصوصا قابی که توسط هنرمند انتخاب یا طراحی شده است، غالبا

بخش جدایی‌ناپذیر اثر هنری تلقی می‌شود. برخی هنرمندان از جمله عکاسانی همچون هیروشی سوگیموتو[۳۱] یا کریستوفر ویلیامز[۳۲] قاب را امتداد فیزیکی اثرشان می‌دانستند. انتخاب قاب برای اثر هنری جدید ممکن است طاقت‌فرسا باشد و گزینه‌ها ظاهرا بی‌پایان باشند. مجموعه‌دار باید قاب متناسب با اثر هنری را انتخاب کند، نه قابی که به دکور اتاقش می‌آید. قاب‌سازهای هنری باتجربه معمولا می‌توانند نقشی بسیار سودمند در کاهش گزینه‌ها از میان صـدها گزینه ایفا کنند و گفت‌وگو با قاب‌ساز مناسب ممکن است آموزنده و پرثمر باشد. وقتی اثر هنری بدون قاب خریداری شود، گالری‌دار یا هنرمند ممکن است بتواند قاب‌ساز یا نوع قابی خاص را به مجموعه‌دار پیشنهاد دهد.

قاب کردن در واقع ازآن‌خودسازی[۳۳] اثر است. قاب کردن اثر خریداری‌شده به مالک خصوصی این فرصت را می‌دهد که اثر خریداری شده را تصاحب کند، کنترل آن را در اختیار گیرد و با محیط خودش آن را تطبیق دهد. قاب کردن انتخابی زیبایی‌شناختی است. انتخابی است که سبک مالکیت و شخصی را بیان می‌کند. برای برخی آثار هنری مانند آثار روی کاغذ، قاب‌کردن نخستین و مهم‌ترین کار به منظور محافظت از اثر است. در مواردی شیشه (یا شیشه‌ی محافظ) از اثر هنری در مقابل عوامل طبیعی محافظت می‌کند. در هر صورت، قاب‌کردن (یا قاب کردن مجدد) اثر هنری فرآیندی است که نباید آن را ساده پنداشت. باید جنبه‌های دیداری و محافظت از اثر لحاظ شود. اگر هرکدام از این دو جنبه به خوبی لحاظ نشوند، ممکن است تمامیت اثر هنری آسیب ببیند. قاب غالبا چیزهای بیشتری را در خصوص فردی که آن را انتخاب کرده است (خواه هنرمند، نمایشگاه‌گردان و دلال باشد یا مجموعه‌دار) نمایان می‌کند.

از نظر تاریخی، تا زمانی که اکسپرسیونیست‌های انتزاعی در دهه‌ی ۱۹۴۰ کلا قاب‌ها را کنار گذاشتند، سبک قاب‌های آثار هنری غالبا بسته به زمانه تغییر می‌کرد. مثلا، مجموعه‌ی پادشاهی اسپانیا هر ۳۰ سال با تغییر ذائقه از نو قاب می‌شد. وجود قاب‌های قدیمی نشانه‌ی این بود که تمکن مالی لازم برای عوض کردن قاب وجود ندارد.

بخش چهارم > حوزه‌ی عمومی و ارزش خصوصی مجموعه‌ها؛ اشتراک‌گذاری

مجموعه‌ها: نمایش، امانت و انتشار مطالب

اغلب مجموعه‌داران از آثار هنری تحت تملک‌شان لذت می‌برند. گاهی اوقات می‌شنویم که مجموعه‌داران می‌گویند که تماشای آثار هنری‌شان لذتی وصف‌ناپذیر برای آن‌ها به همراه دارد و یا این آثار نیروی محرکه و الهام‌بخش آن‌هاست و زندگی‌شان را غنی‌تر می‌کند.

بنابراین، جای تعجب نیست که مجموعه‌دارانی مانند برایانت[۳۴] از به اشتراک گذاشتن آثار هنری مجموعه‌های خود با عموم لذت زیادی می‌برند و سایرین را به فضای داخل خانه‌ی خود دعوت می‌کنند، یا خانه‌ای عمومی را برای نمایش اختصاصی مجموعه‌ی خود می‌سازند، آثار هنری مجموعه‌های خود را برای نمایش به مؤسسه‌های عمومی یا خصوصی امانت می‌دهند، یا این آثار را برای تحقیق و انتشار مطالب در اختیار سایرین قرار می‌دهند.

شرکت‌های خصوصی نیز مایلند که مجموعه‌های تحت تملک‌شان را به اشتراک بگذارند. دویچه بانک[۳۵]، که مالک یکی از برجسته‌ترین و فعال‌ترین مجموعه‌های دنیاست، آثار هنری خود را مرتب به موزه‌ها امانت می‌دهد و در دسترس عموم قرار می‌دهد. اشتراک‌گذاری مجموعه‌ها همچنین به‌معنای برقراری رابطه با مؤسسات، نمایشگاه‌گردان‌ها، سایر مجموعه‌ها و عموم است. این کار به معنای کسب تجربه‌ی بیشتر در زمینه‌ی آثار هنری تحت اختیار فرد و احتمالا دستیابی به منفعت آتی است.

نمایش

نمایش خصوصی > تصمیم‌گیری درباره‌ی نحوه‌ی نمایش آثار هنری یکی از لذت‌های واقعی مالکیت آن‌هاست. گاهی اوقات، اثر هنری برای مکان خاصی خریداری می‌شود. در سایر مواقع، مکان نگهداری اثر هنری بعد از خرید انتخاب می‌شود. بسیاری از مجموعه‌ها ثابتند و مالک آثار با محل قرارگیری مجموعه‌ی خود راضی باقی می‌ماند. برخی دیگر از مجموعه‌ها منعطف‌ترند؛ بدین معنی که آثار مجموعه

به‌صورت چرخشی به نمایش درمی‌آیند تا فرصت نمایش برای آثار جدید و آثار داخل انبار فراهم بیاید و جذابیت نمایش حفظ شود. گاهی اوقات، ممکن است رویکردی کاملا تصادفی برای نمایش آثار در پیش گرفته شود؛ به‌عنوان مثال مجموعه‌دار تصمیم بگیرد آثار جدید را در هر جای خالی‌ای که وجود دارد نصب کند و به آثار این امکان را بدهد که به‌صورت طبیعی در کنار سایر آثار قرار گیرند و بدین‌گونه با محیط اطراف خود ارتباط برقرار کنند. برخی دیگر از مجموعه‌داران تلاش می‌کنند تا آثار هنری مجموعه‌های‌شان را با توجه به ارتباط تاریخی، فکری یا ترکیب‌بندی به نمایش بگذارند.

همچنین، برخی دیگر، فضاهایی مختص نمایش آثار مجموعه‌ی خود می‌سازند. به‌عنوان مثال، زمانی که خانه‌ی یکی از مجموعه‌داران اروپایی دیگر فضای کافی برای نمایش آثار هنری مدنظرش را نداشت، ساختمان دوطبقه‌ای با امکانات یک موزه در گوشه‌ای از ملک خود بنا کرد.

نمایش عمومی و نیمه‌عمومی > انتخاب بسیاری از مجموعه‌داران این است که در خلوت خود از آثار هنری مجموعه‌های‌شان لذت ببرند. با این حال، تعداد روبه‌رشدی از مجموعه‌داران ترجیح می‌دهند که مجموعه‌های‌شان را در سطح دیگری با جامعه و اطرافیان به اشتراک بگذارند، درب خانه‌های خود را به روی عموم باز کنند و فضایی مختص نمایش آثار و جذب مخاطبان بیشتر برای خود ایجاد کنند.

در حالی که جهانی‌سازی، دنیای تجارت هنر را هرروز دستخوش تغییر می‌کند، همواره مدل‌های جدیدی از «مجموعه‌های عمومی-خصوصی» در ساختار هنر معاصر پدید می‌آید. گروه «بی‌ام‌دبلیو» راهنمایی از طرف مجموعه‌داران مستقل[۳۶] منتشر کرده است که در آن فهرستی از ۲۱۷ مجموعه‌ی خصوصی معاصر در ۱۵۶ نقطه مختلف که در دسترس عموم قرار دارند، آمده است. این تعداد چشمگیر نشانگر چهره‌ی متغیر جهان هنر است. از سواحل نیوزلند گرفته تا تل‌آویو، این مجموعه‌داران بخشی از شبکه‌ای بین‌المللی هستند که همگی مایلند مجموعه‌هایی را که با عشق و به کمک سایرین گرد هم آورده‌اند را با دیگران به اشتراک بگذارند و با این کار، بستری برای دیدگاه‌ها و ابزارهای نوآورانه در جهت تعامل برای خود و دیگران فراهم کنند.

در سال ۱۹۹۷ در برلین، اریکا[۳۷] و رولف هافمن[۳۸] کاربری کارخانه‌ی سابق چرخ خیاطی واقع در قلب هنری در حال گسترش شهر (منطقه‌ی میته[۳۹]) را تغییر دادند و مجموعه‌ی هنری معاصرشان را در محل زندگی و کار خود، به روی تورهای گروهی گشودند. این گام، با توجه به تغییرات چشمگیری که در زمان اتحاد آلمان رخ داد، ابتکاری نوآورانه محسوب می‌شد. از آن زمان، این مجموعه‌ی خصوصی نقشی محوری در یکی از پرجنب‌وجوش‌ترین مراکز هنری جهان پیدا کرده است. ده سال بعد از آن که هافمن‌ها در خانه‌ی خود را به روی عموم گشودند، کریستین بوروس[۴۰]، مدیر تبلیغات، مجموعه‌ی هنر معاصر خود را در نزدیکی یکی از پناهگاه‌های جنگ جهانی دوم به نمایش عموم گذاشت و تورهای عمومی امکان بازدید از این مجموعه را که در ساختمانی ماموتی‌شکل که متعلق به یکی از افسانه‌ای‌ترین کلاب‌های شبانه‌ی برلین بود، پیدا کردند.

در میامی، دون[۴۱] و مرا روبل[۴۲]، زوج مجموعه‌دار پرانرژی که خریدهای‌شان تاثیر بسیاری بر حمایت از بازار جوان هنر معاصر داشت، بنیادی را برای نمایش عمومی مجموعه‌شان در مرکزی که پیش از آن به‌عنوان انبار کالاهای مصادره‌شده‌ی اداره‌ی مبارزه با مواد مخدر[۴۳] استفاده می‌شد، تأسیس کردند. علاوه‌بر برگزاری نمایشگاه، بنیاد هنر معاصر روبل‌ها[۴۴] منابع مالی و فیزیکی لازم را جهت برگزاری دوره‌های کارآموزی، سخنرانی‌ها و امانت آثار هنری به موزه‌های مختلف را تأمین می‌کند و علاوه‌بر این شامل یک کتابخانه‌ی عمومی پژوهشی نیز هست. روبل‌ها پیشگام به اصطلاح «مدل میامی» هستند که در آن مجموعه‌داران خصوصی مؤسسات جدید و مستقلی تأسیس می‌کنند که به روی عموم بازاند.

در میامی، مجموعه‌ی دلاکروز گالری کانتمپروری آرت اسپیس[۴۵] نیز به اندازه‌ی بنیاد هنر معاصر روبل‌ها فعال است و حامی مالی سخنرانی‌ها، کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های کارآموزی است. تمام این مجموعه‌های همسایه، نمایشگاه‌های سالانه‌ای هم‌زمان با آرت‌فر بازل شعبه میامی‌بیچ[۴۶] برگزار می‌کنند و بازدیدکنندگان نمایشگاه هنر بازل در این رویدادها نیز حضور پیدا می‌کنند. روی‌هم‌رفته، این مجموعه‌های خصوصی نه تنها این منطقه، بلکه جامعه‌ی هنر میامی را متحول کرده‌اند و باعث شده‌اند که انتظارات از موزه‌های محلی و سایر مؤسسات برای گسترش حوزه‌ی فعالیت‌شان بیشتر شود. تأثیر مجموعه‌داران خصوصی را

نمی‌توان، چه در منطقه و چه در کلیت بازار هنر، دست‌کم گرفت.

از میامی تا برلین و بازل، آرت‌فرهای معتبر بیش از پیش در تلاش‌اند تا برای میهمانان ویژه‌ی خود، امکان بازدید از مجموعه‌های خصوصی محلی را فراهم آوردند. البته تصمیم‌گیری دراین‌باره دراختیار مجموعه‌داران است و این مجموعه‌داران هستند که بسته به‌راحتی خود با شرایط، ممکن است در این پروژه‌ها مشارکت نمایند.

در حالی که برخی مجموعه‌داران تصمیم می‌گیرند که تمامی اتاق‌های خانه‌های پر از آثار هنری‌شان را بروی بازدیدکنندگان باز کنند، مهمانی برگزار کنند و یا نقشه‌ی فضا را در اختیار میهمانان قرار دهند، برخی دیگر ممکن است محدودیت‌هایی در اتاق‌های قابل بازدید به‌وجود آورند. تردیدی نیست که این دسترسی ممتاز باعث بهبود تجربه‌ی بازدیدکنندگان آرت‌فر می‌شود، اما نکته این است که مجموعه‌داران نیز از این بازدیدها سود خواهند برد و نمایش مجموعه به مهمانان منتخب، به میزبان این فرصت را خواهد داد تا با سایر مجموعه‌دارانی که با آن‌ها علائق مشترکی دارند ملاقات کند و از طریق تعامل آزاد با مهمانان، اطلاعاتی را درباره‌ی آثار هنری مجموعه‌ی خود کسب کنند.

به‌اشتراک‌گذاشتن مجموعه‌های شخصی با دیگران برای مجموعه‌داران سخاوتمند و پراشتیاق، قدمی است در راستای حفظ ارتباط با مجموعه و فرصتی تازه برای یادگیری و ایجاد دوباره‌ی احساسی که در مواجهه‌ی اولیه با هر اثر برای مجموعه‌دار به‌وجود آمده است.

برخی مجموعه‌داران مجموعه‌های خود را به شکل خصوصی‌تر به اشتراک می‌گذارند. به‌عنوان نمونه، یکی از مجموعه‌داران هلندی، مجموعه‌ی خانوادگی خود را به گروه‌های برگزیده از جمله سایر مجموعه‌داران و دانشجویان نمایش می‌دهد و این افراد به صورت دهان به دهان از موضوع باخبر می‌شوند. تورها را خودش برگزار می‌کند و بحث‌های بی‌پرده و جالبی درباره‌ی رویکردش نسبت به مجموعه‌داری و در کل تحولات هنر معاصر با مهمانان دارد.

در حالی که انگیزه‌های فردی و انسان‌دوستانه معمولا دلیل اصلی اشتراک‌گذاری مجموعه‌های هنری است، این کار مزایای دیگری نیز دارد. اشتراک‌گذاری مجموعه با عموم برای مجموعه‌دار، سرمایه‌ی اجتماعی و فرهنگی فراوانی به همراه می‌آورد.

با نمایش مجموعه‌ها به عموم، مجموعه‌داران هویت فردی‌شان را از طریق آثار هنری موجود در مجموعه‌شان بیان می‌کنند، تصویر عمومی‌شان را بهبود می‌بخشند و میراثی برای خود می‌سازند. همچنین، مجموعه‌داران از طریق فضاهای عمومی‌شان در بازار نفوذ پیدا می‌کنند و هنگام خرید آثار، موضع بالاتری نزد دلالان پیدا می‌کنند و احتمالا حتی ارزش خود آثار هنری را افزایش می‌دهند. می‌دانیم که قیمت برخی آثار هنری خاص بعد از نمایش در فضاهای متعلق به مجموعه‌داران افزایش پیدا کرده است. سایر مجموعه‌داران «تقلیدکار» آثار هنری این هنرمندان را وقتی داخل این سالن‌های معتبر عمومی و نیمه‌عمومی نمایش داده می‌شوند خریداری می‌کنند.

به‌طور خلاصه، مزیت اصلی اشتراک‌گذاری مجموعه با عموم در واقع این است که فرصتی جذاب برای مجموعه‌دار به منظور نقش‌آفرینی در جامعه، در حالی که کنترل مجموعه‌ی خود را همچنان در اختیار دارد به وجود می‌آورد.

امانت آثار هنری به موزه و گالری

امانت دادن یا ندادن؟ وقتی در مورد اشتراک‌گذاری مجموعه‌های هنری صحبت می‌کنیم، غالبا می‌بایست به امانت دادن آثار هنری جهت نمایش در موزه یا گالری نیز فکر کنیم. حضور برخی آثار هنری ممکن است برای پیشبرد روایت و یا اعتبار و موفقیت هر نمایشگاهی حیاتی باشد، بنابراین نمایشگاه‌گردان‌ها و دلالان غالبا به‌شدت به دنبال امانت گرفتن آثار مجموعه‌داران خصوصی هستند و ممکن است ماه‌ها از راه‌های مختلف برای آن تلاش کنند.

سابقه‌ی تعامل سخاوتمندانه با گالری‌ها یا موزه‌ها ممکن است مزایایی برای مجموعه‌دار به همراه بیاورد، مثلا او را در اولویت خبردارشدن از کارهای جدید هنرمندان گالری و یا دریافت‌کنندگان هدایا از این موسسات قرار دهد. با این حال، مجموعه‌داران منطقا باید پیش از امانت دادن آثار هنری مجموعه‌های‌شان خوب فکر کنند. بسیاری از مجموعه‌داران از امانت دادن آثار بیزارند، مگر اینکه اثر، نقشی حیاتی در نمایشگاه داشته باشد. آسیب دیدن اثر هنری دغدغه‌ی اصلی مجموعه‌داران است. هنگام امانت دادن اثر هنری، فقدان فیزیکی خود اثر عامل دیگری است که مجموعه‌دار باید مدنظر داشته باشد. نمایشگاه‌ها

معمولا شش تا ۱۲ هفته طول می‌کشند، اما زمانی‌که قرار است یک اثر هنری در سالن‌های گوناگون نمایش داده شود، ممکن است اثر هنری چند سال در اختیار مجموعه‌دار نباشد. مخصوصا، اگر فرد به آن اثر هنری تعلق‌خاطر ویژه‌ای داشته باشد و گل سرسبد فضای زندگی او باشد، ممکن است این فقدان دردناک باشد.

انتشار مطالب

انتشار، یکی دیگر از روش‌های به اشتراک‌گذاری مجموعه‌ها است (و غالبا انتشار مطالب پس از امانت دادن آثار رخ می‌دهد). نمایش آثار در گالری‌ها و موزه‌ها معمولا با انتشار کاتالوگ همراه است. مجموعه‌داران همچنین ممکن است کاتالوگی جامع[۴۷] از آثار تحت تملک‌شان منتشر کنند. هدف اصلی این کار در واقع استفاده و لذت شخصی از به‌اشتراک‌گذاری مجموعه است. این کار همچنین روش دیگری برای مستندسازی و شاید اعتبار دادن به مجموعه‌های‌شان باشد. این کاتالوگ‌ها در وهله‌ی نخست به‌نفع خانواده‌اند و روشی را برای تماشای آثار هنری موجود در انبار و لذت بردن از این آثار فراهم می‌کنند؛ همچنین این آثار را در دسترس محققانی می‌گذارد که مایل به تحقیق درباره‌ی آن مجموعه هستند. در عصر دیجیتال، روش‌های دیگری نیز برای به‌اشتراک‌گذاری مجموعه وجود دارد. به‌عنوان نمونه، وب‌سایت ایندپندنت کالکتورز[۴۸] (ناشر راهنمای آثار هنری مجموعه‌داران مستقل گروه «بی‌ام‌دبلیو») که قبلا به آن اشاره کردیم) پلتفرم آنلاینی است که امکان «آپلود، اشتراک‌گذاری و مدیریت» آثار هنری معاصر موجود در مجموعه‌های خصوصی را برای مجموعه‌داران فراهم می‌کند.

مجموعه‌داران باید از این واقعیت آگاه باشند که حق نشر اثر یا حق کپی‌رایت، حق مجزایی است که هنگام فروش اثر به‌طور خودکار منتقل نمی‌شود، مگر اینکه توافق‌نامه‌ی مکتوبی برای آن در زمان خرید دریافت شود.

به‌عبارت دیگر، وقتی مجموعه‌دار اثر هنری را می‌خرد، حق نشر این اثر را به دست نمی‌آورد و بنابراین نباید آن را (به‌صورت آنلاین، در کاتالوگ‌های چاپی یا کارت‌های تبریک یا در فیلم و غیره) بدون دریافت مجوز صریح از مالک حق نشر (هنرمند، وراث هنرمند یا هر کسی که حق نشر را بر اساس قرارداد خریداری کرده است) منتشر کند، مگر اینکه اثر متعلق به حوزه‌ی عمومی باشد.

بخش پنجم > هنر به مثابه‌ی سرمایه‌گذاری

در حالی که مسائل زیبایی‌شناختی و تاثیرات مثبت روانی مالکیت اثر هنری، محور اصلی مجموعه‌داری است، نباید از ارزش مالی مجموعه‌های هنری نیز غافل شویم. با توجه به ماهیت منحصربه‌فرد هنر، جای تعجب نیست که همواره پیچیدگی‌های فراوانی میان ارزش معنوی و حسی اثر از یک سو و تصور هنر به‌عنوان دارایی از سوی دیگر وجود داشته باشد. بنابراین، بسیاری از مجموعه‌داران ممکن است از گفت‌وگو درباره‌ی «سرمایه‌گذاری روی هنر» خشمگین شوند، در حالی که برخی دیگر ممکن است با انگیزه‌ی اصلی کسب سود وارد دنیای مجموعه‌داری شده باشند. از این گذشته، اغلب افرادی که آثار هنری می‌خرند دوست دارند این تصور را داشته باشند که سرمایه‌گذاری‌های‌شان حداقل ارزش خود را با گذر زمان حفظ می‌کند.

ارزش سهام ممکن است یک‌شبه سقوط کند، بانک‌ها ممکن است ورشکسته شوند و شرکت‌های بزرگ[۴۹] ممکن است با خاک یکسان شوند، ولی «یک اثر خوب» از کانالتو[۵۰] همیشه یک اثر خوب از کانالتو باقی می‌ماند. تعداد بیشتری از افراد در حال درک این موضوع هستند که هنر، همانند طلا، سپری در برابر تورم و نوسانات ارز است و بنابراین می‌تواند بخشی قابل‌قبول از سبد سرمایه‌گذاری فرد باشد. در حالی که هنر و امور مالی از زمان وجود خرید و فروش در بازار هنر، درهم‌تنیده‌اند، ایده‌ی «هنر به‌مثابه‌ی سرمایه‌گذاری» به‌شکلی بی‌سابقه به گفت‌وگو و آگاهی عمومی راه یافته است.

از هلند تا چین، صندوق‌های هنری مخصوصا برای سرمایه‌گذاران ماجراجو در نقاط مختلف جهان ایجاد شده‌اند و ساختار صنعتی تمام و کمالی حول محور سرمایه‌گذاری هنر ایجاد شده است.

شاخص‌های هنری مانند می موزس[۵۱]، آرت‌پرایس[۵۲]، آرت مارکت ریسرچ[۵۳] و آرت‌نت[۵۴] بر مبنای شاخص‌های عملکرد بازار سهام مدل‌سازی شده‌اند و تحلیل‌های

گوناگونی درباره‌ی عملکرد بازار هنر ارائه می‌کنند. در ژانویه‌ی ۲۰۱۱، نخستین بازار سهام آثار هنری که سهامی با مبلغ اندک ۱۰ یورو عرضه می‌کرد در پاریس افتتاح شد و به مخاطبان امکان سرمایه‌گذاری بر روی آثار هنری به‌صورت جذاب، ساده و نسبتا نقدی را داد.

سرمایه‌گذاری در هنر

جای هیچ بحثی نیست که تعداد روبه‌رشدی از مجموعه‌دارانی که به بازار وارد می‌شوند به پتانسیل سرمایه‌گذاری روی هنر فکر می‌کنند. برخی از این افراد تماشاگر هستند و صرفا علاقه‌مندند که بدانند چه‌کسی درک ظریفی از بازار دارد. برخی دیگر مجموعه‌داران واقعی و فصلی و متخصصین هنری هستند که، علاوه‌بر مجموعه‌داری از سر عشق، تجربه و دانش تخصصی کافی دارند تا در صورتی که فرصتی پیش بیاید، سود بالقوه‌ی زیادی کسب کنند. همواره افرادی مبتدی نیز وجود دارند که صرفا این هیاهو را دنبال می‌کنند. با این حال، برخی از بزرگ‌ترین سودهایی که در تاریخ مجموعه‌داری هنری بدست آمده است حساب‌نشده بوده و حاصل ترکیب ذائقه، شهود و بخت مناسب بوده است.

وقتی سرمایه‌گذاری حساب‌نشده است، مجموعه‌دارانی که به‌علت آینده‌نگری یا قدرت خرید مالی زیاد جایگاهی دارند که می‌توانند بهترین آثار هنری را خریداری کنند، غالبا بیشترین بازده را از سرمایه‌گذاری‌های هنری‌شان کسب می‌کنند.

زوجی در دهه‌ی ۱۹۶۰ در نیویورک، تعدادی اثر را به قیمت چند هزار دلار از لئو کاستلی خریداری کردند. آن‌ها صرفا آثار هنری را برای لذت خریدند. اما در حراجی سال ۲۰۱۱ یکی از این آثار، نقاشی «تخته سیاه» سای تومبلی[۵۵] که در سال ۱۹۶۷ خلق شده بود، به قیمتی بیش از ۱۵ میلیون دلار به فروش رسید. بنابراین، آثار هنری که صرفا برای لذت خریداری شده‌اند نیز ممکن است تبدیل به دارایی مهمی شوند. همچنین، نمونه‌های فراوانی از افراد ثروتمندی وجود دارد که توانستند آثار هنری بزرگ را از بازارهای معتبر بخرند و به سودهای غیرقابل‌تصوری دست یابند، گرچه هدف اصلی‌شان از خرید آثار هنری در ابتدا سرمایه‌گذاری نبوده است.

مثلا، در بازه‌ای فقط چند ماهه در سال ۲۰۰۶، دیوید گفن[۵۶]، غول هالیوود و ابر مجموعه‌دار، اثر کلاسیک «شماره ۵» (۱۹۴۸) جکسون پولاک را به قیمت ۱۴۰ میلیون دلار فروخت که گران‌قیمت‌ترین نقاشی‌ای بود که تا آن زمان فروخته شده بود. گفن هرچقدر هم برای آثار هنری پرداخت کرده باشد، قطعا بازده سرمایه‌گذاری او در این بازه‌ی زمانی عجیب و نفس‌گیر بود.
گرچه، صرفا خرید بهترین نقاشی همیشه کسب بیشترین حاشیه سود را در بلندمدت تضمین نمی‌کند، توانایی شناسایی ظرفت‌های بازار و خرید نمونه‌های عالی آثار هنری از این بخش‌ها ممکن است درنهایت منجر به بهترین سود در سرمایه‌گذاری شود. اینجاست که تجربه و دانش نقش مهمی ایفا می‌کنند.

سرمایه‌گذاری مبتنی بر تجربه

ازطریق سال‌ها مجموعه‌داری، بررسی آثار هنری و دنبال کردن بازار و الگوهای تاریخی و اقتصادی، مجموعه‌داران می‌توانند به تخصصی دست یابند که آن‌ها را قادر به تشخیص آثار هنری ارزنده برای سرمایه‌گذاری می‌کند. دلالان و مجموعه‌دارانی که به‌خوبی بازار را می‌شناسند و می‌توانند آثار هنرمندان کمتر شناخته‌شده با ارزش آتی و یا آثار هنری هنرمندان شناخته‌شده که کم‌تر از حد واقعی ارزش‌گذاری شده‌اند را شناسایی کنند، گاهی اوقات آثار هنری را صرفا به‌منظور سرمایه‌گذاری می‌خرند و نیت‌شان از ابتدا، فروش اثر هنری با قیمت بالاتر است و این روش در واقع شیوه‌ای قانونی و هیجان‌انگیز برای کسب سود از هنر است.

سرمایه‌گذاری اشتراکی (طرح‌های سرمایه‌گذاری خصوصی)

معمولا امکان سرمایه‌گذاری روی صندوق‌های هنری برای تمامی سرمایه‌گذاران فراهم است. اما طرح‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (همانند سایر بخش‌های دنیای هنر) موضوعی است که صرفا در انحصار خودی‌ها است.
گاهی اوقات، مجموعه‌داران یا سایر حامیان ممکن است روی یک گالری سرمایه‌گذاری کنند. گالری از سرمایه به‌منظور پیشبرد و اداره‌ی کسب‌وکار استفاده می‌کند، آثار هنری

بازار ثانویه را می‌خرد و کاتالوگ‌های باکیفیتی را تهیه می‌کند و سود خالص انتهای سال کسب‌وکار با نرخ توافق‌شده میان سرمایه‌گذاران پخش می‌شود.
دلالان از پول نقد سرمایه‌گذاران بهره می‌برند و سرمایه‌گذاران نیز از دانش، ارتباطات و مهارت‌های گالری‌داران و دلالان در عرصه‌ی کسب‌وکار هنری سود می‌برند. برخی از سرمایه‌گذاران ممکن است کاملا خود را کنار بکشند و صرفا به ترازنامه علاقه داشته باشند.
سایر سرمایه‌گذار-مجموعه‌داران ممکن است حقوق بیشتری را در توافق‌نامه‌ی سرمایه‌گذاری خود درخواست کنند. مثلا، خواستار دریافت اولویت برای خرید آثار هنری برخی از هنرمندان گالری شوند. در یکی از این موارد، ژان پیر لمن[۵۷] ۷۵ هزار دلار در گالری دِ پروژکت نیویورک در سال ۲۰۱۱ سرمایه‌گذاری کرد، به شرطی که در مجموع ۱۰۰ هزار دلار تخفیف بابت آثار هنری گالری دریافت کند و همچنین گزینه‌ی نخست برای خرید آثاری باشد که توسط هنرمندان گالری از جمله آثار هنرمند اتیوپی‌تبار، ژولی مرتو[۵۸]، به بازار عرضه می‌شوند. این سرمایه‌گذاری اساسا روش دسترسی به خرید هنرمندان خوب گالری بود.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنری

بازار هنری داغ قبل و بعد از سقوط سال ۲۰۰۸ سبب گفت‌وگوها و اغراق‌های زیادی درباره‌ی سرمایه‌گذاری هنری و بخصوص صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنری شد. در چین، تصور می‌شود که صندوق‌های هنری و سایر روش‌های سرمایه‌گذاری هنری از جمله تبادلات هنری، نیروی محرکه‌ی بازار هنر هستند. با این حال، این صندوق‌ها و روش‌ها صرفا بخش کوچکی از کل دادوستد هنر را تشکیل می‌دهند که خود نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که سرمایه‌گذاری بر روی صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنری، کار هر کسی نیست. سرمایه‌گذاری روی این صندوق‌ها گاهی به پریدن در سیاه‌چاله‌ای ناشناخته تشبیه شده است.

صندوق سرمایه‌گذاری هنری واقعا چیست؟

صندوق هنری در واقع صندوق سرمایه‌گذاری خصوصی است که معمولا بر مبنای مدل صندوق‌های سهام خصوصی تشکیل می‌شود.

ایده‌ی این صندوق‌ها این است که گروهی از افراد مبلغ ثابتی سرمایه (معمولا ۱۰۰ تا ۲۵۰ هزار دلار) را تهیه می‌کنند که برای خرید مجموعه (در این مورد، مجموعه‌ای از آثار هنری) و مخارج مربوط به آن، در طی طول عمر صندوق، استفاده می‌شود. در این مدت، آثار هنری موجود در این مجموعه غالبا با هدف افزایش اعتبار و در نتیجه ارزش دارایی و در عین حال کاهش هزینه‌های نگهداری و بیمه (که معمولا بر عهده‌ی امانت‌گیرنده است) به نمایشگاه‌های موزه‌ها امانت داده می‌شود.

اثر هنری بعد از دوره‌ی سرمایه‌گذاری ثابتی (معمولا ۵ تا ۱۰ سال با دوره‌ی تمدید احتمالی یک تا دو سال) فروخته می‌شود و عواید حاصل از آن میان سرمایه‌گذارها تقسیم می‌شود. با وجود توجهات داغ اخیر، مفهوم صندوق سرمایه‌گذاری هنری، مفهوم بدیعی نیست. باشگاه هنری پودل اور[۵۹] (پوست خرس)، که در سال ۱۹۰۴ تأسیس شد، نمونه‌ی اولیه و محبوب از یک صندوق هنری موفق است. اعضای باشگاه بیش از ۱۰۰ اثر هنری مدرن را خریداری کردند و بعد از ۱۰ سال در هتل دورو به چهار برابر قیمت اولیه به فروش گذاشتند.

صندوق بازنشستگی راه‌آهن بریتانیا (BRPF) در دهه‌ی ۱۹۷۰ نخستین صندوق هنری شناخته‌شده را ایجاد کرد که همچنان نمونه‌ی تاریخی مهمی در گفتمان جاری صندوق‌های هنری به شمار می‌آید. این صندوق، که به‌عنوان سپری در برابر تورم ناشی از بحران نفتی سال ۱۹۷۳ ایجاد شد، سود ۱۱/۹ درصد را در طی مدت ۲۵ سال گزارش کرد.

جذابیت مشهود این صندوق‌ها، این است که به مجموعه‌داران منفرد این امکان را می‌دهند که مجموعه‌ای از آثار هنری خریداری کنند که در حالت عادی برای آن‌ها غیرقابل‌دسترس است.

علاوه بر این، برخی صندوق‌ها به سرمایه‌گذاران منفرد در واقع امکان تملک آثار

هنری و لذت بردن از آن‌ها را در خانه‌های‌شان در طی مدت سرمایه‌گذاری می‌دهند، به‌شرطی که سرمایه‌گذار مسئولیت تمام هزینه‌های حمل‌ونقل، نمایش و مراقبت مربوط به این کار را قبول کند. معمولا در این موارد، هزینه‌ای بابت امانت دریافت می‌شود که برای پرداخت هزینه‌های عملیاتی صندوق استفاده می‌شود.

در حالت نظری، این کار برای مجموعه‌دار باعث بهره‌گیری از مزایای مالکیت یک مجموعه، در ازای پرداخت تنها بخشی از هزینه‌ها می‌شود. این واقعیت که بازار هنر، بازاری نقد نیست، منجر به ریسکی می‌شود که نمی‌توان آن را نادیده گرفت، در کنار این، مشهودترین عیب سرمایه‌گذاری روی صندوق هنری برای یک مجموعه‌دار جدی این است که آثار هنری در نهایت فروخته خواهند شد و سرمایه‌گذاری روی صندوق‌های هنری مسیر مناسبی برای مجموعه‌دارانی که علاقه‌مند به خرید آثار هنری برای لذت خودشان هستند نیست.

جمع‌آوری آثار هنری معمولا به یک سفر طول‌ودراز تشبیه می‌شود. این سفر با تماشا آغاز می‌شود و سپس به خرید، مالکیت و در مواردی به عشق و ازخودگذشتگی ختم می‌شود. در تمامی این مراحل برای حفظ ارزش و به‌هم‌پیوستگی مجموعه، مدیریت و محافظت نقشی حیاتی دارد.

مالکیت اثر هنری مسئولیت بزرگی است. این مسئولیت با جمع‌آوری و ساماندهی اطلاعات مربوط به هر اثر آغاز می‌شود: از پیشینه‌ی اثر گرفته تا ثبت ارزش و آسیب‌های احتمالی. اینکه چگونه یک اثر هنری را جابه‌جا کنید، چگونه آن را به نمایش بگذارید، چگونه از آن محافظت کنید و به‌طور کلی چگونه مجموعه‌ی خود را مدیریت کنید، نیازمند توجه مداوم، پایبندی و سرمایه‌گذاری است.

مجموعه‌دارانی که این امکانات را صرف مجموعه‌ی خود کرده‌اند، امروزه بیش از گذشته به به‌اشتراک‌گذاری مجموعه‌ی خود علاقه‌مندند. مجموعه‌داران از پلتفرم‌های آنلاین و سایر امکانات نوین برای این منظور استفاده می‌کنند، درب‌های خانه‌های خود را به روی عموم می‌گشایند، فضاهایی عمومی یا نیمه‌عمومی برای نمایش آثار مجموعه‌ی خود تاسیس می‌کنند و با این کار مزایای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی زیادی به‌دست می‌آورند.

از آن‌جایی‌که در عصر حاضر ارزش آثار هنری بیش از گذشته در حال افزایش است، مجموعه‌داران و دیگر خریداران آثار هنری به درستی فهمیده‌اند که می‌توان به هنر به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری نگاه کرد و این البته به این معنی است که افراد بسیاری ممکن است تلاش کنند از طریق نقطه‌ضعف‌های احتمالی مجموعه‌داران به سود برسند. برای جلوگیری از آسیب‌های احتمالی، امروزه کسب اطلاعات به‌روز و توجه به تمامی جوانب و مشاوره با متخصصین معتمد، بسیار بیش از گذشته حائز اهمیت است.

این مشاوره برای دل‌کندن از یک اثر یا یک مجموعه (چه به‌عنوان قرض و چه برای فروش) بسیار مهم و حیاتی است. پیدا کردن زمان و مکان درست فروش، نیازمند تخصص در اقتصاد هنر است. کسانی که سال‌ها در اختیار مجموعه‌ی خود بوده و برای حفظ و نگهداری آن تلاش کرده‌اند، معمولا خوب می‌دانند که چه زمان و چگونه یک اثر هنری را برای حفظ جایگاه و منافع خود به کار بگیرند و از آن اثر دل بکنند.

مالکیت اثر هنری و مجموعه‌داری معمولا سفری است پر از لذت، اتفاقات تازه و تغییر. هدف از انتشار این کتابچه تنها گشودن دری بود بر نکات ضروری دنیای مجموعه‌داری؛ نکاتی که در صورت توجه و مطالعه‌ی بیشتر، می‌تواند مسیر مجموعه‌داری و درگیرشدن با آثار هنری را برای مجموعه‌داران بسیار آسان‌تر و دلچسب‌تر کند.

Sources >

> Horowitz, Noah. *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*. PRINCETON UNIVERSITY PRESS, Oxfordshire 2011.

> Kagge, Erling. *A Poor Collector's Guide to Buying Great Art*. KAGGE FORLAG AS, Oslo 2015.

> R. Neuberger, Roy. *The Passionate Collector*. JOHN WILEY & SONS, INC., New Jersey 2003.

> Rozell, Mary. *The Art Collector's Handbook : A Guide to Collection Management and Care*. LUND HUMPHRIES IN ASSOCIATION WITH SOTHEBY'S INSTITUTE OF ART, New York 2014.

> Thompson, Don. *The Supermodel and the Brillo Box*. PALGRAVE MACMILLAN, New York 2014.

> *Your Definitive Guide to Art Collecting 101*. JOINTLY PUBLISHED BY ART STAGE SINGAPORE AND ARTPRICE.COM, Second edition, Singapore 2014.

Footnotes >

01 > acquisition stage
02 > self
03 > theme
04 > chronicle
05 > anahuacalli
06 > Jesse Price
07 > Ronald Lauder
08 > Egon Schiele
09 > bar mitzvah
10 > Paul Cézanne
11 > Pablo Picasso
12 > Constantin Brancusi
13 > blue-chip
14 > Charles Saatchi
15 > Goldsmiths art school
16 > Young British Artists
17 > vertical collecting
18 > Jean Pigozzi
19 > horizontal collecting
20 > Crossover collecting
21 > niche collecting
22 > bricks-and mortar galleries
23 > primary market
24 > Leo Castelli
25 > Artsy
26 > Francis Bacon
27 > Edgar Degas
28 > Picasso
29 > Henri Matisse
30 > Vincent van Gogh
31 > Hiroshi Sugimoto
32 > Christopher Williams
33 > Appropriation
34 > Bryant
35 > Deutsche Bank
36 > BMW Art Guide by Independent Collectors
37 > Erika Hoffmann
38 > Rolf Hoffmann
39 > Mitte
40 > Christian Boros
41 > Don Rubell
42 > Mera Rubell
43 > Dug Enforcement Agency
44 > Rubells' Contemporary Arts Foundation
45 > Contemporary Art Space
46 > Art Basel Miami Beach
47 > Raisonné
48 > Independent Collectors
49 > Blue-chip Companies
50 > Canaletto
51 > Mei Moses
52 > Artprice
53 > Art Market Reserach
54 > Artnet
55 > Cy Twombly
56 > David Geffen
57 > Jean-Pierre Lehmann
58 > Julie Mehretu
59 > Peau de l'Ours

Printed in November 2020
on the occasion of O Gallery's 6th Anniversary.


GALLERY