



روایت عمومی موسسه محک

گزارش «شهروند» درباره میزان اهمیت گرافیک در زمان بحران بانگاهی به تغییر لوگوی یک موسسه خیریه محک دست‌ها دور، قلب‌هانزدیک

عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک: تصویر باید مرتبط با «قراردادهای اجتماعی» و «تکان دهنده» باشد
عضو منصور ظابطیان، تهیه‌کننده و مجری رادیو و تلویزیون: اگر سازمان‌های مردم‌نهاد از حسن اعتبار و اعتماد مردم برخوردار باشند، پیام آنها در ارتباط با اهداف و دغدغه‌هایشان می‌تواند بسیار ترغیب‌کننده و مهم ارزیابی شود
عضو هنرمندان نقاش و گرافیست‌های زیادی چون فرح اصولی، تارا بهبهانی، ایرج میرزا علیخانی، روزبه مشهدی‌زاده و اونیش امین‌الهی از تغییر لوگوی محک حمایت کرده‌اند

📄 **نبره خامدی** آدمک‌هایی که تا چند ماه پیش در لوگوی موسسه خیریه محک دست‌به‌دست هم داده بودند، دست‌هایشان را رها کرده و با فاصله قلب‌هایشان را در دستان‌شان گرفته‌اند. محک نخستین خیریه ایرانی بود که برای پیوستن به کمپین جهانی فاصله‌گذاری اجتماعی به‌طور موقت نشانه گرافیکی‌اش را تغییرداد تا پیام خود را درباره شرایط عمومی حاکم بر جهان و لزوم توجه بیشتر به کودکان سرطانی در این شرایط به مردم برساند.

لوگوی جدید لوگوی قدیمی

در این مدت که موسسه محک با تغییر لوگو به کمپین جهانی فاصله‌گذاری اجتماعی پیوسته است، هنرمندان نقاش و گرافیست‌های زیادی چون فرح اصولی، تارا بهبهانی، ایرج میرزا علیخانی، روزبه مشهدی‌زاده و اونیش امین‌الهی از آنها حمایت کرده‌اند. حتی فریدون فریود، دبیر جشنواره «هنر برای صلح» از برندهای ایرانی دعوت کرد تا آنها هم با تغییر لوگو در راستای حفظ سلامتی جامعه در برابر ویروس کرونا مشارکت کنند. البته برخی برندهای مطرح جهانی مثل مک دونالد یا آتودی در هفته‌های گذشته به تغییر لوگو و ترغیب مردم برای رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی روی آوردند، هر چند توج صابری‌وند، لوگو دیزاینر و عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران معتقد است که چنین تغییراتی حتی در مطرح‌ترین برندهای دنیا بیشتر جنبه تجاری دارد و خیلی نمی‌توان از آنها انتظار تأثیر اجتماعی داشت. او اساساً نگاه منتقدانه‌ای نسبت به تأثیر گرافیک و ارتباطات تصویری در ایران دارد، اگرچه خود نیز در همین حوزه فعال است: «ارتباطات تصویری و گرافیک حتما در شرایط بحرانی کارکرد دارد، اما نه در جامعه ما. در جامعه ما کسی این زبان را نمی‌شناسد، مثل این است که بگوییم آیا زبان فرانسه، زبان خوبی است؟ در حالت کلی پاسخ این است که بله، اما زبان فرانسه در جامعه‌ای که آن را نمی‌فهمد، نمی‌تواند هیچ کارکردی داشته باشد. ما در مورد زبان تصویری کاملاً گروان هستیم، بنابراین این زبان در فرهنگ ما و جوامعی مثل ما که متکی به ارتباطات کلامی هستند، هیچ کارکردی ندارد.»

نئوانستیم از تصویر برای کمک به بحران استفاده کنیم

این روزها که جامعه جهانی شرایطی بحرانی را تجربه می‌کند، ضرورت افزایش آگاهی مردم، ضرورت توجه به کارکردهای ابزارهای مختلف ارتباطی و فرهنگ‌ساز را می‌طلبد، بنابراین صابری‌وند هم به «شهروند» می‌گوید که باید در این اوضاع و احوال زمانه یاد بگیریم که ما این زبان و امکان مهم جهانی-ارتباطات تصویری و گرافیک را بلد نیستیم و در این بحران هم نتوانستیم از آن استفاده کنیم، بنابراین بهتر است پس از این بحران به دنبال یادگیری و آموزش آن برویم. عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران که تاکنون برنده چند جایزه شده است، نگاه پزبینانه‌ای نسبت به اهمیت تصویر و ارتباطات تصویری در جامعه امروز ایران دارد. «ما در مقوله تصویر و اهمیت آن در ایران شاهد نوعی بی‌توجهی بنیادی هستیم و بی‌توجهی در تمام حوزه‌ها اتفاق می‌افتد. سیاست، فرهنگ، اجتماع و تمامی حوزه‌های موجود در جامعه ما به تصویر بی‌توجه است. زشتی معماری، شهرسازی، کتاب‌های درسی، پارک‌ها، لباس‌ها، فرودگاه‌ها، تلویزیون و صداوسیما ایران یکی از عوارض همین بی‌توجهی است. هر چیزی که ما در این شهر می‌بینیم، با رشتی بنیادی روبه‌رو است. انگار زشتی بخشی از فرهنگ ما شده است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت. رشتی یکی از عوارض بی‌توجهی به تصویر است.» نبودن هویت تصویری یکپارچه در کشور و شهرهایمان یکی دیگر از عوارض بی‌توجهی به تصویر است، درحالی‌که دوره‌های مختلف تاریخی ایران ویژگی‌های تصویری مشخصی برای خود داشته‌اند؛ در دوران قاجار لباس‌ها، نقاشی‌ها همه و همه با هم هماهنگ هستند، رنگ‌هایی را می‌بینیم که در فضای معماری آن زمان هم هست. همین‌طور در دوران صفویه و قیل از آن شاهد چنین چیزی هستیم که در معماری، کتاب‌ها و اساساً هر چیز تصویری که به وجود می‌آمد، هم با وضع زمانه‌اش و هم با بقیه‌المان‌ها هماهنگی داشت، اما حالا شهرها در خود رنگ مشخصی ندارند و هیچ هویت تصویری هم وجود ندارد. این بی‌هویتی تصویری یکی دیگر از عوارض بی‌توجهی به تصویر است و عوارض دیگر آن در اقتصاد ایران دیده می‌شود. در اقتصاد هیچ برند و محصولی نداریم که به لحاظ تصویری اهمیت و زیبایی، چشم‌گیری یا اندک ویژگی متفاوت و قابل توجهی داشته باشد. تقریباً خالی از هر گونه ارزش زیبایی‌شناسی و فرهنگی هستند.»

جامعه‌ای که به ارتباطات کلامی محدود شده است

از نظر صابری‌وند برای پاسخ به این سوال که چرا این بی‌توجهی به تصویر به وجود آمده است؟ شاید نیاز باشد به ارزش‌های زمانه و جامعه توجه کنیم: «سطحی شدن جامعه، سلختگی فکری، و نبود ارزش‌های فرهنگی ازمجمله دلایل به وجود آمدن این بی‌توجهی‌هاست. وقتی جامعه‌ای تا این اندازه به تصویر بی‌توجه است، دیگر آن را نمی‌شناسد و به ارتباطات کلامی محدود می‌شود. همه حرف می‌زنند بی‌آن که کسی

سینما در انتظار

روزهای نگران‌کننده‌تر

نتایج‌ترسناک یک تحقیق

📄 **شهروند** در روزهایی که حرف و حدیث‌ها و نظرات مثبت و منفی زیادی درباره زمان بازگشایی محدودسینماها وجود دارد، نتایج تحقیقات و نظرسنجی‌های شرکت‌های مختلف نشان می‌دهد چالش‌های زیادی در مسیر این راه وجود دارد و چشم‌انداز چندان روشنی پیش‌روی تصمیم‌بازگشاییسینماها جلوه‌نمی‌کند. روز گذشته رسانه‌های غربی با انتشار نتایج‌نامیدکننده تحقیق جامع شرکت معتبر اسکرین انجین عنوان کردند که کمپانی‌های سینمایی باید بیشتر در مورد بازگشایی سینماها فکر کنند. این شرکت در تحقیق جامعی که از ۲۷ هزار نفر از مردم آمریکا درخصوص فیلم‌دیدن وسینما رفتن انجام داده، به نتایجی نگران‌کننده رسیده است؛ ازمجمله اینکه درحال حاضر تنها ۷ درصد مردم آمریکا حاضر به دیدن فیلم در سینماها هستند. ۵۰ درصد از آمریکایی‌هایی‌نامند که زمان مناسب حضور در گردهمایی‌های پرجمعیت چه زمانی خواهد رسید و ۳۱ درصد نیز گفته‌اند که دیگر در این گردهمایی‌ها شرکت نخواهند کرد.

همراهی با جریان‌های جهانی

بته منصور ضابطیان، هنرمند و مجری تلویزیون از زاویه دیگری به ماجرا نگاه می‌کند و از دغدغه‌ها و اهداف محک حرف می‌زند. او معتقد است که همراهی با

جریان‌های جهانی در واکنش به بحران‌ها یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های سازمان‌های هوشمند است که خود را در برابر مشکلات جامعه مسئول می‌دانند: «کمپین فاصله‌گذاری اجتماعی یکی از همین جریان‌هایی است که با پیشرویی موسسه خیریه محک در ایران برای نخستین بار در حوزه خیریه اجرا شد. لوگوی محک با تغییرات بصری، خود را به حق در این اقدام بین‌المللی که توسط برندهای معتبر در کل دنیا مورد توجه قرار گرفته است، سهیم می‌کند و با شعار «دستامون دور شده، قلبامون نزدیک» مرتبط با اهداف و دغدغه‌های سازمانش توانسته پیام خود را به درستی در این روزهای سخت به جامعه منتقل کند.» او در مورد اثربخشی فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد در برابر چنین بحران‌هایی می‌گوید: «فعالیت این سازمان‌ها به دلیل وابستگی به مردم از میزان اثربخشی بالا و به تبع آن لزوم آگاهی‌رسانی عمومی برخوردار است. در عین حال اگر سازمان‌های مردم‌نهاد از حسن اعتبار و اعتماد مردم هم برخوردار باشند، پیام آنها در ارتباط با اهداف و دغدغه‌هایشان می‌تواند بسیار ترغیب‌کننده و مهم ارزیابی شود. سازمان‌ها و نهاد‌های موفق، به واسطه عملکرد مطلوب، نگاه همه‌جانبه و توجه به تمام ذی‌ربطان خود همواره نیازمند تغییر و بازآفرینی‌المان‌های هویت برند خود در راستای تأمین اهداف و دغدغه‌های خود هستند. در بحران اخیر که سلامتی افراد جامعه به صورت گسترده با تهدید و خطر روبه‌رو است، امیدوارم این سازمان‌ها در ایران و همه جهان بتوانند عملکرد ارزنده‌ای از خود در اذهان ثبت‌کنند.»

زندگی کودکان مبتلا به سرطان از سال‌ها پیش با فاصله‌گذاری اجتماعی گره خورده است، چون ضعف سیستم ایمنی بدن، آنها را در برابر کوچک‌ترین ویروس و میکروبی آسیب‌پذیر می‌کند و این روزها کرونا شرایط آنها را سخت‌تر کرده و محک به‌عنوان یک نهاد خیریه اجتماعی در تلاش است تا در کنار حفظ فاصله اجتماعی درمان آنها متوقف نشود. آراساب احمدیان، مدیرعامل موسسه خیریه محک هم درباره مهم‌ترین پیام آنها در پیوستن به کمپین جهانی فاصله‌گذاری اجتماعی و تغییر لوگو به «شهروند» می‌گوید: «از هم فاصله می‌گیریم، اما قلب‌هایمان به هم نزدیک است و این یعنی با وجود تمام سختی‌های ناشی از بحران شیوع ویروس کرونا و مسائلی که در پی آن به وجود آمده است، کودکان مبتلا به سرطان نباید فراموش شوند و تحت هر شرایطی درمان‌شان باید ادامه پیدا کند. این درمان در موسسه محک کاملاً وابسته به حمایت و کمک‌های مردم و هنرمندان است که امیدواریم هم کمک‌کننده و هم جلب‌کننده توجه افکار عمومی به این پدیده باشند.» کرونا فعالیت‌های اجتماعی-فرهنگی و تمامی فعالیت‌هایی را که متمرکز بر تجمع افراد بوده، همچنان تحت‌تأثیر قرار داده است و آنها امیدوارند با توسعه زیرساخت‌های آی‌تی این حرکت‌ها نیز به شکل مجازی توسعه پیدا کند تا ارتباطات فرهنگی و اجتماعی محک را توسعه دهند و حفظ کنند.

— منهای سینما

● «هاروکی موراکامی» رمان‌نویس معروف ژاپنی یک برنامه رادیویی را برای کاهش افسردگی‌های ناشی از اعمال قرنطینه در این کشور اجرا می‌کند. در این برنامه رادیویی که هدف اصلی آن بالا بردن روحیه ژاپنی‌ها در دوران قرنطینه به سبب شیوع ویروس کروناست، «هاروکی موراکامی» رمان‌نویس تحسین‌شده ژاپنی به پخش موسیقی‌های موردعلاقه‌اش و همچنین پاسخ به پرسش‌های شنوندگان خواهد پرداخت. موراکامی در این باره نوشته است: «امیدوارم قدرت موسیقی بتواند بخشی از ناراحتی‌های مرتبط با قرنطینه را که در دوران شیوع ویروس کرونا روی هم تلنبار شده است، از بین ببرد.» 📄

● بعد از گذشت حدود دو ماه و وقفه در تولید پروژه‌های تلویزیونی که به دلیل پیشگیری از شیوع ویروس کرونا اتفاق افتاد، سریال‌هایی چون « جشن سربرون» به کارگردانی مجتبی راعی، «۸۷ متر» کیانوش عیاری، «خانه امن» به کارگردانی محمود معظمی، «زمین گرم» به کارگردانی سعید نعمت‌الله و طنز «پدر پسر» به همراه مجموعه «عصر جدید»، در روزهای اخیر رسماً اعلام کردند که مراحل تولید را در شرایط کرونا و با اعلام رعایت اصول بهداشتی از سر گرفته‌اند. البته برخی پروژه‌ها ازمجمله «سلمان فارسی»، هنوز مقدمات ادامه تولیدشان فراهم نشده و علیرضا شجاع نوری، بازیگر نقش سلمان فارسی چندی پیش در آنتن تلویزیون از تعطیلی موقت این پروژه خبر داده بود. 📄

● سوفیا کاپولا، کارگردان سرشناس سینما و برنده اسکار قصد دارد بربنمای رمانی از ادیت وارزون، برای اپل سریال بسازد. این کارگردان قبلاً هم با اپل همکاری کرده و فیلم بلند «رو به زوال» را با بازی بیل موری و رشیدا جونز ساخته. اما در زمینه تلویزیون کار زیادی انجام نداده است. کاپولا قبلاً تنها نویسنده‌گی و کارگردانی یک برنامه ویژه تعطیلات را برای نتفلیکس انجام داده بود که با عنوان «یک کریسمس خیلی موری‌وار» روی آنتن رفت. ساخت چند برنامه تبلیغاتی برای کریستین دیور و کپ نیز از دیگر کارهای تلویزیونی او بوده است. 📄

● رمان «ویروس» نوشته «استنلی جانسون» پدر «ویروس جانسون» نخست‌وزیر بریتانیا با وجود واکنش‌ها و انتقادات، تاستان امسال مجدداً منتشر می‌شود. این رمان نخستین بار سال ۱۹۸۲ منتشر شد و مدت زیادی از چاپ مجدد آن می‌گذرد. حالا قرار است این کتاب را پس از چندین سال انتشارات «بلک اسپرینگ» به چاپ برساند که این خبر اتهاماتی همچون فرصت‌طلبی را متوجه نویسنده اثر کرده است. این رمان که در ابتدا با عنوان «ویروس ماربورگ» شناخته می‌شد، بر پایه رویدادی واقعی که در اواخر دهه ۶۰ میلادی در آلمان رخ داد، نگاشته شده است. «ویروس» داستان یک متخصص بیماری‌های عفونی را روایت می‌کند که در تلاش برای کشف واکنس ویروسی است که در نیویورک شیوع پیدا کرده است. 📄

● در شرایطی که پخش آنلاین فیلم-تئاترهای ایرانی بیش از ۲۰ روز است در پیچ‌وخم صدور مجوز گیر کرده، پخش آنلاین نمایش «فرانکشتاین» محصول «تئاتر ملی لندن» در مدتی کوتاه بیش از سه‌ونیم میلیون بار دیده شد. نمایش «فرانکشتاین» که از نخستین آثار معرفی‌شده تئاتر ملی لندن برای پخش آنلاین رایگان در یوتیوب بود، اقتباس‌شده از رمانی به همین نام به نویسنده‌گی مری شلی است که سال ۱۸۱۸ نوشته شده بود و نیک دیر (دارنده جایزه بفتا) نمایشنامه «فرانکشتاین» را براساس آن رمان نوشته است. 📄

📄 روی خط سینما

● جمعی از انجمن‌های کارکنان صنعت فیلم و تلویزیون آلمان که انجمن فیلمبرداران آلمان ریاست آنها را برعهده دارند، اعلام کرده‌اند برای بازگشت بر سرکار باید مجموعه‌ای از اقدامات لازم برای تأمین امنیت در برابر ویروس کرونا وجود داشته باشد. آنها می‌گویند اعضای این انجمن تنها زمانی که شرایط ایمن برای کار فراهم شود و تجهیزات لازم برای پیشگیری از ویروس کرونا ازمجمله ماسک، مایعات ضد عفونی‌کننده دست و محافظ صورت داشته باشند، سرکار برمی‌گردند. آنها حاضرند هزینه‌های لازم برای حضور یک متخصص سلامت در محل کار را تأمین کنند و باید تست روزانه برای بازیگران و کارکنان تولید فراهم باشد. 📄

● بخشی از مجموعه سینماهای اصلی در کشور ژاپن پس از چند ماه تعطیلی به دلیل ویروس کرونا بار دیگر فعالیت خود را از سر گرفتند. ژاپن سومین بازار بزرگ سینمایی جهان پس از آمریکا و چین است و آغاز مجدد فعالیت سینمایی در این کشور حاکی از قدمی بزرگ به سوی آغاز مجدد فعالیت سینماها در سطح جهانی خواهد بود. مقام‌های چین هفته گذشته اعلام کردند که به سالن‌های سینما اجازه داده خواهد شد تا به شرط رعایت دستورنامه‌های ایمنی دوباره کار خود را آغاز کنند. 📄

📄 دیالوگ

● آریان رضایی، کارگردان تئاتر: «یکی از تجربه‌های من بهره‌گیری از لایو اینستاگرام در نمایش «دیور» بود که چندسال پیش در تئاتر شهر اجرا شد و دارم از این فرصت برای تکمیل این ایده‌ها استفاده می‌کنم، ولی واقعیت این است که باید کمی از احساس‌های نوستالژیک خود دل بکنیم و در برخورد با توسعه‌یافتگی‌های جدید گارد نداشته باشیم. چه خوش‌مان بیاید، چه بدمان بیاید، سبک زندگی‌مان تغییرات عمده‌ای کرده است. ده پانزده‌سال پیش نسبت به استفاده از ویدیو پروجکشن در تئاتر گارد وجود داشت یا به برخی از بازیگران که برای بهتر شنیده‌شدن صدایشان از میکروفن استفاده می‌کردند، انتقاد می‌شد. حتی خیلی از هنرمندان در برابر شبکه‌های اجتماعی گارد داشتند، اما امروز همین هنرمندان از شبکه‌های اجتماعی برای کارهایشان استفاده می‌کنند.» 📄

● مهرزاد دانش، مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد: «زبان یک ملت، دربردارنده گنجینه هویتی، فرهنگی، تاریخی، گفتمانی و تمدنی مردمان یک سرزمین است؛ عرصه‌ای که هم گذشته‌ها را می‌کاود، هم زاینده آینده است، هم اساسی‌ترین ماهیت پیوند مردم را که گفتار و نوشتار است، صیقل می‌دهد، هم بار گرانقدر معرفت و دانش را در پهنه پرگستره نسل‌ها و اقلیم‌ها نقل می‌کند، هم زیبایی هنر را در چیدمان واژگان و آهنگ سخن متبلور می‌سازد و هم آداب، سنت‌ها، باورها، مناسک و شیوه زیست آدمیان را با زوگی می‌کند. این گستره پر دامنه در سرزمین ما با زبان فارسی معنا یافته است؛ گنجینه‌ای بس گرانقدر که در عین قدمت، همچنان زاینده و پویاست و با وجود گذر از تالطم رویدادها و تاخت‌وتازها، هم بهره‌نیکو از ظرفیت‌های زبانی سایر هم‌نوعان برده‌و هم با حفظ بسیاری از ریشه‌ها و منشاها، اصالت خود را پاس داشته است.» 📄

