



دیزاین: هنر برای همه

پژوهشی توسط استودیو مدام بر دیزاین

ایونت

گفتگویی با رضا غیابی،

فرصت آفرین، کارآفرین نوآور و برگزار کننده TEDxTehran

سرپرست پروژه سحر مکتبی

همچنین ایونت در تعریف گستردگی آن و فارغ از محتوایی که دربردارد، می‌تواند زیر مجموعه‌ی فعالیت‌های دیزاین تعریف شود. ایونت را می‌توان نتیجه‌ی طراحی خدمات و طراحی تجربه دانست. می‌توان تمام ارکان و عناصر مرتبط در ایونت را طراحی کرد. بنابراین در برگزاری ایونت حوزه‌های مختلف دیزاین به نحو غیر قابل حذفی مؤثرند. به طور مثال بدینهی است که طراحی استراتژیک، طراحی گرافیک، طراحی اپلیکیشن، طراحی فضای دکوراسیون، طراحی محصولات، مبلمان، غرفه و... از حوزه‌های فعال در برگزاری یک ایونت باشند. لذا بنا بر ارتباطی که میان ایونت و هنر و دیزاین وجود دارد و با توجه به رویکرد مجموعه‌ی "مُدام" که بخش مهمی از فعالیت‌هایش به برگزاری ایونت‌هایی در حوزه‌های مرتبط با مُد و دیزاین اختصاص می‌یابد، به بررسی موضوع ایونت و کارکرد آن در پروژه "دیزاین: هنر برای همه" پرداختیم. از اینرو به دنبال ایجاد بسترهای برای بحث و گفتگو حول این موضوع، از رضا غیابی، فرصت آفرین، کارآفرین نوآور و فعال در زمینه‌ی ایونت دعوت کردیم تا در این شماره از مجله، همراه ما باشد:

پیش از هر چیز مایلم به دغدغه‌ای که در حدود سال ۹۱ داشتم اشاره کنم. در آن زمان به واسطه‌ی فعالیتم نیاز داشتم تا ترجمه و معادل فارسی برای کلمه‌ی ایونت انتخاب کنم چرا که در حوزه‌ی فعالیت‌های

چرا در پروژه "دیزاین: هنر برای همه" به موضوع "ایونت" می‌پردازیم؟ در وضعیت امروز که برخی ساخت و کارهای اجتماعی افراد را به فاصله گذاری از یکدیگر و دورنگاری ترغیب می‌کنند، بررسی ماهیت بسترهایی که موجب تجمع و گردهمایی، تعامل و ارتباطات انسانی می‌شود مسئله‌ای حائز اهمیت است. شاید به همین دلیل راياندازی و شرکت در اجتماع‌های کوچک و بزرگ با تعاریف گوناگون، به فعالیتی مهم، تأثیر گذار و فraigir تبدیل شده است. با این نگاه بررسی کارکرد ایونت و آشنایی با امکان‌ها و فرصت‌هایی که در این شکل از تجمع انسانی وجود دارد امری قابل تأمل است. از طرفی ماهیت مشابهی میان ایونت و سنت به اشتراک گذاری آثار هنری (exhibition) قابل رویت است. ایونت‌ها بسته به میزان تأثیر و گستردگی‌شان، می‌توانند پتانسیل‌های فرهنگی بسیاری در برداشته باشند. گرچه در طول تاریخ ایونت شکلی از به اشتراک گذاری ایده و اثر هنری بوده، اما امروز، رویداد (event) و رویداد (happening) در هنر معاصر کارکرد متفاوتی پیدا کرده است. تا جایی که برگزاری و کیفیتی خاص از گردهمایی خود می‌تواند هدف آن گردهمایی و اثر هنری قلمداد شود. بنابراین در هنر، ایونت می‌تواند در خدمت هیچ محتوای مستقلی از خود نباشد و با این نگاه است که می‌توان ایجاد یک تجربه‌ی ویژه از گردهمایی را یک اثر هنری دانست.

امنیت می دهد تجمع می کنند. شاید بتوان گفت نیاز به مشارکت و تجمع همیشه بوده است و حالا صرفانوع آن تغییر کرده است. از طرف دیگر نه تنها ایونت یک اتفاق چمی است، بلکه پدید آوردن آن نیز حاصل یک کار تیمی است. مثلا در تجربه هایی که ما داشتیم، مدیریت پژوهش، مذاکره، مدیریت منابع انسانی، مدیریت مالی، مهارت حل مسئله و... همگی از حوزه های تأثیرگذار در برگزاری ایونت بوده اند. که البته به نظر من از میان تمام تخصص ها، مهم ترین مهارت روح انجمن سازی (Community Building) و حرفة ای گرانی (Professionalism) است که برای گروه برگزار کننده و به خصوص خود دبیر رویداد مهارت های بدیهی و ضروری است. از دیگر تخصص های ضروری در برگزاری رویداد، دیزاین و هنر است. تقریبا می توانم بگویم رویدادی که این دورانداشته باشد نمی تواند مورد اقبال عمومی قرار گیرد. دیزاین در طراحی یک رویداد، این مسؤولیت را بر عهده دارد که تجربه (دسترسی، یادگیری، استفاده و ...) در یک رویداد را، در ساده ترین و مطلوب ترین شکل آن ممکن سازد. و از نظر من نقش هنر در این است که هم چون روغنی میان چرخندنهای سفت مفاهیم، مکمل کلام رویداد شود و انتقال مفاهیم را سهولت بخشد.

در ضمن و به نظر من رویداد خود یک نوع رسانه است. رسانه ای که فارغ از وسعت میدان مخاطبانش از نظر تعداد، می تواند پیام دقیقی را با ارتباطی مستقیم و عمیق به مخاطب انتقال دهد. به همین دلیل است که رویدادها باید رصد و نقد شوند. مثلا برگزاری یک کنفرانس ۳۰ دقیقه ای با محتوای نادرست برای هزار نفر، در ساده ترین شکل محاسبه، ۳۰ ضرب در هزار دقیقه از عمر یک جمعیت را هدر داده است و این یعنی ۲۱ روز! البته در مواجهه با رویداد تنها محتوی نیست که نیاز به سنجش دارد، رویکردهای مالی، برندینگ، کیفیت برگزاری و ... همگی باید نظارت و بررسی شوند. اما نه به نحوی که برگزاری ایونت به مستله ای سخت و غیر قابل اجرا تبدیل گردد، چرا که "از آن گناه که نفعی رسد به غیر چه باک؟". چرا که تجمع مردم به هر بعنه ای امری مهم است.

من استفاده از این کلمه رایج نبود. توجهات بیشتر بر قالب، نحوه برگزاری و ارائه مطالب (مثل کنفرانس، همایش و...) معطوف بود. بعد کلمه‌ی رخداد و رویداد به عنوان برگردانی مناسب برای ایونت مصطلح شدند. این کلمات به آن دسته از اتفاقاتی اشاره می کنند که به بهانه ای این گروهی از مردم جمع می شوند. ایونت‌ها می توانند با برنامه‌ریزی یا بدون برنامه‌ریزی بوجود بیایند. اما به هر ترتیب از ارکان اصلی ایونت هدف یا چرا بیان برگزاری آن است. برای بررسی میزان موقوفیت در رسیدن به هدف، ممکن است شاخه های کمی یا کیفی داشته باشیم. مثلا ممکن است در یک ایونت تعداد افرادی که در یک نمایشگاه تخصصی از فلان غرفه بازدید کرند، موضوعیت داشته باشدو در ایونتی دیگر اینکه آیا فردی مشخص نسبت به برگزاری نظر مساعد داشت یا خیر. به طور کلی باید بر اساس هدف برگزاری ایونت شاخص هایی برای اندازه گیری و تأثیرگذاری عوامل مختلف تعریف کرد. مثلا تعداد مخاطبان، میزان تعامل و مداخله ی مخاطبان، آنچه از شرکت در یک رویداد به خاطر می سپارند، آن طور که از یک رویداد در شبکه های اجتماعی یاد می کنند، تیپ شخصیتی افراد، سن و پیشرفت و توسعه ی یک رویداد نسبت به نوبت گذشته و... همگی می توانند شاخص های بررسی عملکرد یک ایونت باشد. توجه به "زمان" در برگزاری ایونت موضوعیت دارد و می توان آن را یکی از ارکان ایونت دانست. گرچه تعریف و ماهیت گذران زمان می تواند بسیار متفاوت باشد. به طور مثال در میدان اصلی یک شهر موسیقی پخش کنید، ممکن است در زمان پخش موسیقی مردم شروع به پایکوبی و رقص کنند، یا ممکن است یک کنفرانس بین المللی و تشریفاتی بر اساس ثانیه های برنامه ریزی شود که در آن، هر لحظه اهمیت و تعریف ویژه ای داشته باشد. نکته ای این است که در یک رویداد از هم مراقبت می کردیم، شکار می رفتیم، آموزش می دادیم و آموزش می دیدیم و می توان گفت همواره تمام اتفاقات مهم یک جامعه در بستر رویدادها اتفاق می افتد. از این رو و به نظر من میزان استقبال مردم نسبت به مشارکت در رویدادها تغییر نکرده است، بلکه بسته به خواستگاه اجتماعی، تعریف رویداد تغییر کرده است. اگر قبل از مردم در قهوه خانه ها، زورخانه ها، یا خیابان ها دورهم جمع می شدند، حالا به شکل امروزی و آن طور که زمان به مردم احساس

