



تبلیغاتی و صنعتی هم برای شکل‌گیری انجمن دعوت شده بودند و این یک تشدد آراء بوجود می‌آورد و باعث می‌شد که انجمن در آن زمان شکل نگیرد اما تا سال گذشته به همت آقای "آقای" (رئیس هیات مدیره انجمن) این انجمن شکل گرفت و حتی نمایشگاهی ترتیب داده و از تعداد ۱۰۰ عکاس دعوت شد و آن‌ها آثاری را ارسال کردند که آثار حدود ۸۰ عکاس مورد پذیرش واقع و در نمایشگاهی در فرهنگسرای نیاوران در معرض بازدید قرار گرفت.

افرادی که در ثبت انجمن دخیل بودند، من و آقای "منادی زاده" و آقای "ولی زاده" که اساسنامه را به ثبت رسانیدم.

واقعا این ماجرا بدون پشتکار و همت آقای "آقای" به سرانجام نمی‌رسید. یعنی محوریته که وی در ماجرا عهده دار بود، باعث شد که انجمن نتیجه بگیرد.

● چه فرآیندهای باعث شکل‌گیری انجمن شد؟

پاسخ دادن به این سؤال واقعا پیچیده است. ما صنف کوچکی هستیم که در حال حاضر وسیع تر شده است.

اما افرادی که در این کشور حرفه عکاسی صنعتی و تبلیغاتی را انجام می‌دادند، اگر بگوییم نسل اول آن‌ها آقای "احمد آلی" که جزء پیشکسوتان هستند، آقایان "کاشفی" و "شقایق"، معصومی و مرحوم "ناصر حقیقی" بودند و نسل دوم که در حقیقت با من شروع می‌شود و نسل سوم عکاسانی هستند که اکنون سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال دارند.

ضرورت‌های تشکیل انجمن، همین‌که افراد بیش تری وارد این شغل شدند و در حقیقت نیاز اقتصادی کشور باعث شد که این شغل وسیع تر شده و افراد بیش تری با این شغل درگیر شوند؛ به خصوص بعد از جنگ و به قول معروف در دوران سازندگی، عکاسی صنعتی بیش تری انجام شد و در نتیجه افراد بیش تری وارد این شغل شدند.

تولید کارخانه‌ها و نیاز آن‌ها به پیدا کردن بازارهای جدید برای محصولات خود، عکاسان تبلیغاتی را بیشتر توانست تغذیه کند.

و وقتی تعداد آن‌ها زیاد شد و مسایلی که ما در حین کار با آن روبه رو بودیم،

چه با کارفرمایان که برخی شرکت‌های دولتی بودند و برخی بخش خصوصی،

تعامل با این افراد نیاز به داشتن انجمنی بود هم برای احقاق حقوق عکاسان و هم کارفرمایان نسبت به عکاسان؛ در حقیقت این یک نیاز دوجانبه است.

عکاسی، حرفه‌ای که در سال‌های اخیر در کشور قدم‌هایی برای رونق و پیشرفت آن برداشته شده است، توانسته با جلب مخاطبان خاص خود، به سمت و سویی حرکت کند که کشورهای صنعتی و پیشرفته، سال‌هاست در این زمینه به صورت تخصصی گام‌های مهمی برداشته‌اند.

با ورود تکنولوژی و صنعت به کشور و با توجه به تحولاتی که در رشته عکاسی در جهان با آن مواجه شده است، متولیان این رشته در کشور نیز پی به اهمیت آن برده و با تشکیل موسسه و انجمن‌های خاصی در این رشته، توجه خود را به گسترش و توسعه این صنعت نوین در کشور معطوف کرده‌اند.

انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی ایران، از جمله این تشکلهای تخصصی است که به دنبال تشکیل چند انجمن تخصصی عکاسی در موضوعات مختلف، از سال ۶۷ جرقه‌های تاسیس آن زده شد.

این انجمن در حال حاضر توانسته با جمع‌آوری عکاسانی که در رشته‌های خاص صنعتی و تبلیغاتی فعالیت می‌کنند، گام دیگری در تخصصی کردن این رشته در کشور بردارد.

"مجتبی آقای" به عنوان رئیس هیات مدیره این انجمن در کنار "فرهود حقی" نایب رئیس و آقایان شقایق، منادی زاده، صدر، کیانی و ... به عنوان اعضای هیات مدیره درصدد هستند که با همکاری عکاسان این رشته بتوانند تحولات نوینی که در عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در جهان ایجاد شده را در کشور به اجرا درآورند.

با توجه به اهمیتی که عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در دنیای کنونی وجود دارد و نوپا بودن این رشته در کشور، خبرنگار نشریه با "فرهود حقی" نایب رئیس این انجمن که خود در رشته تخصصی صنعت نفت و منابع زیربنایی فعالیت می‌کند و "داریوش کیانی" عضو علی‌البدل انجمن، در تشریح فعالیت‌های انجمن گفت و گویی انجام داده است که با هم می‌خوانیم.

● آقای حقی، تاریخچه شکل‌گیری انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران به

چه نحوی بوده است؟

تاریخچه شکل‌گیری انجمن از سال ۱۳۶۷ در دفتر آقای معصومی (وی جزء پیشکسوتان عکاسی است و در حال حاضر از اعضای این انجمن است) زده شد و سپس در دفتر من. دلیل آن‌که این انجمن نتوانست پا بگیرد، وسیع بودن طیف مختلفی از عکاسان دعوت شده به این انجمن بود، زیرا عکاسانی به جز عکاسان





کشورهای اروپایی و آمریکایی سال هاست به آن رسیده اند و دارند به آن شکل کار می کنند. هر کدام از عکاسان برای خود جایگاهی دارند. اگر کسی جای فرد دیگری را تنگ کند، به دلیل تخصص بالاترش جای دیگری را تنگ کرده اما اکنون در کشورمان، شاید تخصص من مهم نیست، یکی می آید و جای دیگری را تنگ می کند اما تمام افرادی که در این انجمن اکنون فعالیت دارند، متفق القول مایل اند که عکاسان جوانتری که اکنون تربیت می شوند و با الان در بازار کار هستند، آن جایگاهی که استحقاق آن را دارند، پیدا کنند و این انجمن بتواند مرجع و قطبی باشد برای هدایت عکاسان و کارفرمایان. این خود افاق دور و البته مشعشع و نورانی است.

● چه افقی را برای این

انجمن متصور هستید؟

افقی که برای انجمن متصور هستیم، برمی گردد به عشق و علاقه ای که به عکاسی داریم و شاید هدف اول ما از ایجاد تشکل، جهت احقاق حقوقی که به نوعی درک نشده است، بود. عکاسی در این کشور تا زمانی که نسل اول کار می کرد، نسل اولی که ۵، ۶ نفر بودند که به خوبی این حرفه را در حد امکانات آن زمان، نیازهای بازار روز را انجام می دادند.

در دوره انقلاب، عکاسی به شکل عکاسی خبری در کشور مطرح شد، یعنی هر کسی که دوربینی در دست داشت و از اتفاقات انقلاب و راهپیمایی ها و هر آن چه که در دوره انقلاب اتفاق افتاد و بعد از آن جنگ، عکاسی کرد، آن ها شدند عکاس و در نهایت عکاسی صنعتی و تبلیغاتی برای این افراد هم موضوع ناشناخته ای بود، یعنی خیلی از افراد عکاسی صنعتی را چیزی می پنداشتند مانند چرخ خیاطی صنعتی، مثلا اگر چرخ خیاطی خوب و سریع می دوزد و چرم هم می تواند بدوزد، به آن چرخ صنعتی می گفتند.

یعنی یک تصور غلط راجع این جریان بود. عکاسی صنعتی و تبلیغاتی، عکاسی است که شما برای نیاز یک کارفرما انجام می دهید، یعنی سفارشی گرفته و عکاسی می کنید، ما به عکاسانی که اقلیم و طبیعت را عکاسی می کنند، متفاوت هستیم. ما باید ابتدا تکلیف شویم که عکاسی کنیم، یعنی کسی به ما سفارش کاری دهد تا ما برای او انجام دهیم. این جواب شاید مربوط به این سوال نبود، اما در نهایت ما عکاسانی هستیم که سفارش کار دریافت کرده و انجام می دهیم. این سفارش دهنده ممکن است که یک جراح قلب باشد که بخواهد یک عمل جراحی را که انجام می دهد، عکاسی کنیم و یا ممکن است یک وزارتخانه نظیر نیرو باشد که آبیگری یک سد را بخواهد عکاسی کند.

خوشبختانه الان در بین عکاسان صنعتی و تبلیغاتی که ما داریم، می توانم بگویم تخصص های گوناگون هم بوجود آمده. ما در حال حاضر افرادی داریم که مواد غذایی را بسیار خوب عکاسی می کنند، مثلا خودم در صنعت نفت و صنایع زیربنایی سرو کار دارم، افرادی هم معماری داخلی را بسیار خوب عکاسی می کنند.

در حقیقت در جواب این سوال، متوجه می شویم که پیدا کردن جایگاه هر کدام از این عکاسان در بازار کار و حمایت از کارفرمایی که نمی داند الان که می خواهد، سبب خود را برای صادرات عکاسی کند، با کدام تیم مذاکره کند؛ همین طور می توانیم در آینده در این انجمن به نوعی کلوب هایی بوجود آوریم که کارفرما را هدایت کنیم برای این که به چه شکلی این کار را انجام دهد.

در حقیقت افقی که ما برای انجمن متصور هستیم یک افقی است که شاید در

● آیا برنامه ریزی خاصی برای رسیدن به افق های در نظر

دارید؟

بله، الان انجمن چندین کمیته مختلف دارد از جمله کمیته ارتباطات و اطلاع رسانی، انتشارات و تبلیغات، آموزشی و طرح و برنامه، پشتیبانی و کمیته فنی که هر کدام یک مسوول دارد و افرادی هستند که اعضای این کمیته اند ضمن آن که همه در نظارت هیات رئیسه فعالیت دارند. این مجموعه امیدواریم بتواند در مجموع در طی زمان به این اهدافش برسد.

● اول این انجمن با انجمن های مشابه چگونه است؟

الان در زمینه عکاسی انجمن های مختلفی به جزء این انجمن فعالیت دارند. مثل انجمن "عکاسان بحران" که شاید اولین هیئته های این انجمن مصاف بود با زلزله بم که بعد از آن بحرانی بود که ایجاد شد، اما در نهایت امیدواریم که روزی بتوان انجمن ملی عکاسان ایران را پایه ریزی کرد که تمام این انجمن ها را بتواند در برگیرد که در این صورت می تواند تشکل بسیار کامل تری باشد که بتواند تمام انجمن ها را به نوعی تحت پوشش خود قرار دهد.

در حال حاضر انجمن عکاسان سینمایی و انجمن عکاسان مطبوعات نیز فعالیت می کنند.

در خصوص تعامل با سایر انجمن ها باید گفت به دلیل اینکه انجمن ما نوپا است و تازه شروع کردیم، فعلا معرفی خودمان به انجمن های دیگر از برنامه های ابتدایی ما است. در ضمن اول باید دید سایر انجمن ها چگونه با ما تعامل می کنند. اما در نهایت چون افرادی که در این انجمن هستند، به نوعی چه از نظر مبانی نظری و هنری و فنی و تکنیکی، با پایه های محکم تر و وسیع تری حرکت می کنند شاید، از نظر وسعت کاری که ما عکاسان صنعتی و تبلیغاتی می توانیم انجام دهیم دیگر عکاسانی که در سایر انجمن ها هستند و حتی کارفرمایان، به





در حال حاضر در کمیته "ارتباطات و اطلاع رسانی" انجمن، به جزء ارتباط با اعضا، ارتباط با کارفرمایان بالقوه و بالفعل هم جزء تکالیف این کمیته تلقی می شود.

کمیته "طرح و برنامه" قرار است برنامه ریزی هایی کند تا بتوانیم با معرفی این کسوت به دولتمردان، کارفرمایان و ارباب صنعت و سرمایه ای که پتانسیل داد و ستد با ما دارند را بالفعل کنیم، تا آن ها بدانند چنین توانایی هست.

قرار است که کمیته های ما یک ارتباطی با بیرون انجمن ایجاد کنند و ما را معرفی کرده تا بیرون را متوجه ما بکنند که ما چه توانایی هایی داریم و چه کاری می توانیم برای آن ها انجام دهیم.

توانایی های ما همیشه بیش از سفارشی است که می گیریم. اکنون سفارشات وجود دارد که در تخلیلات کارفرما نمی گنجد که می شود در ایران آن را انجام داد. هنوز برای انجام یک کار عکاسی، یک عکاس خارجی را می آورند، مثلا شرکت شیلات عکاسی از آلمان بیاورد که راجع به زیست بوم یک ماهی یک کار عکاسی و تحقیقاتی انجام دهد. در صورتی که این کار کاملا در توانایی اعضای این انجمن هست.

با وجود کارهای انفرادی هر یک از اعضای این انجمن اما امیدواریم که با جمع شدن این افراد در کنار هم و مطرح شدن تخصص های گوناگون که عکاسان دارند، بتوان به نحو بهتری این فعالیت ها که به صورت فردی انجام می شد، به صورت تشکیلاتی و دقیقتر انجام داد.

● انجمن چه امکانات و موقیعت هایی را می تواند برای شرکت های تبلیغاتی و

کارفرمایان ایجاد کند؟

این سوال شما نمی تواند جواب بدون نیش داشته باشد. شرکت های تبلیغاتی که ما در ایران داریم، بهتر است به آن ها بگوییم دفاتر چاپ کاتالوگ و بروشور. چیزی به نام شرکت تبلیغاتی که درک وسیع از توانایی های داخلی و بازار خارجی داشته باشد، خیلی محدود وجود دارد.

برخی شرکت های تبلیغاتی ممکن است با طرح تبلیغاتی که به یک کارفرما

می دهند، بتواند یک کارفرما و

یک کارخانه را نه تنها از یک

ورشکستگی قریب الوقوع

نجات دهند، بلکه از نظر سهم

بازار در یک رتبه عالی قرار

دهند؛ در کشور تعداد انگشت

شماری از آن ها وجود دارد.

چرا که دانش تبلیغات هنوز به

عنوان یک تخصص مطرح

نوعی از توانایی هایی که در عکاسان این انجمن وجود دارد، بی خیرند.

حتی برخی از دولتمردان ما ممکن است ندانند که یک عکاس صنعتی یا تبلیغاتی می تواند چه کاری برای او انجام دهد. شاید مثلا در وزارت بازرگانی ندانند که چند عکس بسیار زیبا از میوه سیب می تواند بحران صادرات سیبی که امسال تولید آن زیاد است را برطرف کند.

● مشکلات و محدودیت ها و فرصت های عکاسی تبلیغاتی و صنعتی در کشور

چیست؟

مشکلات و محدودیت ها که بخشی از آن سخت افزاری است و بخش دیگر

نرم افزاری. بخش نرم افزاری را می توانم به این شکل بگویم که

شاید کسی چه در بخش دولتی و چه در بخش خصوصی،

آنچنان از توانایی اعضای انجمن با خبر نیست.

به نحوی که حالا اسم آن را "نا آگاهی" نگذاریم، اما به

نوعی نمی دانند که ما چه توانایی هایی داریم و چه کاری می

توانیم بکنیم.

تفاوت را با یک دوربین دیجیتال متوجه نمی شوند که فکر

می کنند که این دوربین مدرن تر و سریع تر است، بهتر است،

البته محدودیت های نرم افزاری که می گویم هم ریشه فرهنگی

دارد و خیلی عمیق تر از این نکاتی است که من گفتم.

محدودیت های سخت افزاری ما از تهیه تجهیزات و تا مواد

خام بگیریم تا اگر حتی اقتصاد این کار را هم به نوعی به سخت

افزار آن مربوط کرد.

اما فرصت هایی که وجود دارد، ما کشوری قوی و وسیع با

جمعیت ۷۰ میلیونی بسیار جوان، پر از ذخایر و منابع که واقعا

روی یک روند صحیحی رشد و حرکت می کند، حتی با وجود در

نظر نگرستن کم بودن تعداد عکاسان، اما به تبلیغاتی نیاز داره برای این که توانایی ها

و تولیدات خود را چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور بفروشد، این یک

فرصت است برای عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در ایران.

طبعتا میل به پیشرفت دارد و میل به پیشرفت یعنی وقتی شما یک جمعیت

جوان دارید، عکاسی تبلیغاتی و صنعتی می تواند ابزاری باشد در دست متولیان

برای این پیشرفت. این جمعیت جوان یکی از ابزارهای آنهاست که بسیار تواناو

مهم است.

در کشور برای عکاسی صنعتی و تبلیغاتی این فرصت بالقوه وجود دارد که

امیدواریم به زودی بالفعل شود. ضمن این که امید داریم کثر استودیوها و عکاسان

صنعتی و تبلیغاتی که اکنون تمام توانایی های آن ها به کار گرفته نمی شود، بتوانند

عکاسان جوان تر را جذب کنند تا ایجاد شغل شود برای جوان ترها در این زمینه.





را به یک تشکل ثبت شده و قانونی متصل می‌کند. این حداقلی است که می‌توانیم اعلام کنیم.

داریوش کیانی: در یک جمله کوتاه می‌توان گفت، ما همه دغدغه‌های مشترک داریم، از طریق این انجمن می‌خواهیم دور هم جمع شده و این دغدغه‌ها را جمع کنیم. یعنی انجمنی نیست که قرار است به اعضا حتما امکاناتی دهد بلکه اعضا می‌خواهند دور هم جمع شوند برای این که امکاناتی را بوجود آورند تا از آن استفاده کنند.

اگر این اعضا حضور پیدا کنند و کمک و هم فکری کنند و از قدرت جمع استفاده کنند، انجمن این امکان را پیدا می‌کند که امکاناتی فراهم کند. اگر حضور نیابند و انجمن هم چنان جمع کوچکی بماند، توان و امکانات آن هم کم و محدود خواهد بود و هیچ وقت به آن آمال و آرزوهایی که در عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در ایران داریم، نمی‌رسیم.

● شرایط عضویت از عضویت آن‌ها در انجمن به چه

صورتی می‌تواند منجر به عضویت آن‌ها در انجمن دیده شده است؟

کیانی: در بخش آموزش، کمیته آموزش انجمن وجود دارد که اگر کمیته فعالی شود، جای کار زیادی خواهد داشت یعنی از آموزش خود اعضا هم در رابطه با مسایل فنی و تکنیکی، به خصوص در رابطه با مسائلی که در حاشیه کار ما وجود دارد مطرح می‌شود و هم آموزش برای هنرآموزان و داوطلبانی که می‌خواهند این حرفه و هنر را به خوبی فراگیرند مطرح می‌شود.

ماهیت عکاسی صنعتی و تبلیغاتی به نوعی آکادمیک نیست و حالت اوستا و شاگردی دارد. یعنی یک فرد جدا از استفاده‌ای که از امکانات دانشگاهی کرده است، حتما در کنار یک عکاس معتبرتر از خود، فعالیت کند و در بین کار با تجربیات کار آشنا شود.

زیرا تجربه مهم‌تر از آموزش‌های آکادمی است که وجود دارد اما لزوم وجود آموزش‌های آکادمیک نفی نمی‌شود، اما در جایگاه خود. با این وجود درصد کمی از اطلاعات عکاس به آموزش آکادمیک آن بر می‌گردد و بیش‌ترین آموزش آن در حین کار و تجربه است.

● نقش، جهت‌گیری و تفاوت عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در برابر سایر عکاسی

ها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ برای ورود به بازارهای جهانی چه برنامه‌ای دارید؟

حقی: گذشته از آن که ما می‌توانیم کالا و خدمات دیگر به بازارهای جهانی راه پیداکنند، من و همکارانم چنین توانایی را دارند که کمک کنند که یک کالا که تولید داخل است یا یک فن و مهندسی داخلی و بومی کشور است، به بازارهای جهانی راه پیدا کند.

نشده و جا نیفتاده است. در خصوص امکانات و موقعیت‌هایی که انجمن بتواند برای شرکت‌های تبلیغاتی فراهم کند این به درک شرکت‌های تبلیغاتی بر می‌گردد.

شرکت‌های تبلیغاتی که انگشت شمار بوده و به خوبی کار خود را انجام می‌دهند آن‌ها می‌دانند که عکاسان صنعتی و تبلیغاتی می‌توانند چقدر در کمپین تبلیغاتی که برای کارفرما طراحی می‌کنند، موثر باشد. ما امیدواریم که شرکت‌های هوشمندتر در کشور بوجود آید زیرا آن زمان بازار کار ما هم وسعت پیدا کرده و ما لذت بیش‌تری از انجام کار می‌بریم. برای برخی از شرکت‌های تبلیغی مهم نیست که برای کارفرما تبلیغات از نظر اقتصادی استفاده‌ای داشته باشد، چرا که خود شرکت‌ها تبلیغاتی قرار است استفاده‌ای از این تبلیغ ببرند.

● انجمن درصدد است چه امکاناتی را برای عکاسان عضو این انجمن فراهم کند؟

در جواب این سوال می‌توانم بگویم که امیدوارم به آرزوهای خودمان و دیگر عکاسان برسیم. فرصت و ایجاد امکانات برای اعضا، حمایت از اعضا در مقابل کارفرمایانی که برخی از آن‌ها ممکن است با یک عکاس ندانند چگونه برخورد کنند و هم چنین عکاسانی که نمی‌دانند با این یک کارفرما برخورد کنند در واقع حمایت از دو طرف از دیگر برنامه‌های آینده ما در انجمن است.

● شرایط عضویت در این انجمن به چه نوعی است؟

شرایط عضویت بدین نحو است که پس از ارسال آثار عکاسان به دبیرخانه انجمن، توسط کمیته فنی این آثار احراز صلاحیت شده و سپس به تائید هیات رئیسه باید برسد. بعد از این مرحله پرداخت حق عضویت برای عکاسان است. البته جزئیات دقیق این شرایط در سایت انجمن به آدرس اینترنتی http://www.the_aop.org ذکر شده است.

این یک انجمن تخصصی است و توانایی ما در ارائه خدمات به اعضا به خوبی خود اعضا خواهد بود. به طور کلی تا زمانی که این ماجرا کاملاً شکل نگیرد، نه از نظر وجود انجمن، بلکه تا آدم‌های علاقه‌مند و حرفه‌ای این کار وارد ماجرا نشوند، انجمن به جامعیت مورد نظر نخواهد رسید.

ما این مصاحبه را یک تریبون تلقی کرده تا بار دیگر یک فراخوان به تمام عکاسان داده شود تا برای عضویت اقدام کرده و به این انجمن بپیوندند.

هر چقدر این انجمن وسیع‌تر شود و توانایی‌هایی که به طور حتم در عکاسان کشور در زمینه عکاسی صنعتی و تبلیغاتی وجود دارد، اما برای ما هنوز ناپیدا است و هنوز پیدا نکردیم، در آن صورت می‌توانیم بگویم که عضویت در انجمن شما



بازار کار شده مسایلی است که در آموزش عکاسی در دانشکده ها وجود دارد. طرف چون گلدوزی قبول نشده و عکاسی قبول شده، وارد این حرفه می شود در صورتی که ماجرا باید برعکس باشد، یعنی اگر رشته ای مثل پزشکی برای خانواده یا فردی آرزو است و به قولی اگر فردی از هوش خوبی برخوردار است، حیف است که برود پزشکی بخواند و آن زمان است که باید این فرد عکاسی بخواند و نه این که از این جا رانده و از آن جا مانده به سراغ این رشته بیاید.

● در مورد آموزش عکاسی صنعتی در ایران آیا به صورت تخصصی چنین رشته

ای تدریس می شود؟

خیر، این طور نیست. بهتر است بگوییم، ممکن است در یک ترم دانشگاهی، بخشی از دروس به صورت تخصصی به عنوان عکاسی تبلیغاتی آموزش داده شود اما به صورت تخصصی به این موضوع پرداخته نمی شود. با توجه به فعالیت تازه انجمن، امیدواریم آن قدر مسایل خود را حل کنیم که بتوانیم به بحث آموزش این رشته تخصصی برای اعضای خود برسیم.

یعنی قبل از این که بخواهیم چنین چیزی را آموزش دهیم، خیلی کارهای دیگری داریم که باید انجام شود. مسلما این انجمن و خود جمع بودن این جماعت و آمد و شد اعضا در آن به علت آن که کار آن ها توسط همکاران دیگر به صورت رودرو می توانند نقد شود، یا به وسیله نشریات یا نمایشگاهی که انجمن خواهد داشت، در معرض دید قرار گیرد؛ این خود به خود توانایی های عکاسان را ارتقا می دهد.

● برای معرفی آثار بهتر عکاسان صنعتی ایران به منظور بازاریابی داخلی و

خارجی با چه نهادی همکاری

اگر منظور شما کتاب مرجعی در این رابطه است، ما آن را در دست تهیه داریم و واقعا چند روزی است که در خصوص این موضوع در انجمن صحبت هایی شده که هر عکاس ۲ صفحه از این کتاب را به آثار خود اختصاص دهد؛ البته بعد از این که آثارش از سردبیری گذشت و مورد تایید قرار گرفت.

اما در رابطه با این که ما می توانیم در بیرون از کشور کار بگیریم، باید گفت که فرستادن یک عکاس صنعتی از یک کشوری مانند آلمان به ایران برای کاری که در ایران انجام می شود، نه منطقی و نه مقرون به صرفه است در این صورت در این رابطه کارفرمای آلمانی از یک عکاس ایرانی برای انجام آن کار استفاده می کند. وجه دیگر ماجرا این است که ما در خارج، کاری را انجام دهیم. این مقداری بعید به نظر می رسد؛ البته در این برهه زمانی، مگر عکاسی که توانایی های عجیب و قریب و خارق العاده ای بهره مند باشد.

● تفاوت عکاسی صنعتی در ایران و خارج از کشور کدام

است؟ چه کشوری در این زمینه سرآمد است؟

ابتدا در رابطه با کشورهای سرآمد در این زمینه کشورهایی که صاحب صنعت هستند، کشورهای اروپایی و آمریکایی را نام برد؛ البته بهتر است بگوییم آمریکا و کشورهای اروپایی چون صاحب صنعت هستند، در این زمینه سرآمدند اما اینکه چه تفاوتی هایی هست، تفاوت های ما در حد تفاوت هایی است که کارفرمایان ما با کارفرمایان آن ها دارند، نه این که عکاسان ما با عکاسان آن ها؛ زیرا تفاوت چندانی عکاسان ما با عکاسان آمریکایی و اروپایی ندارند. افلا از نظر پشتیبانی متفاوت اند.

کیانی: در رابطه با عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در خارج از کشور باید گفت که در این کشورهای صاحب صنعت، هر اموری توسط متخصصان مربوطه انجام می شود تا کار به نحو مطلوب و اصولی انجام شود اما ما عکاسان ایرانی خودمان جای همه افراد متخصص را می گیریم، یعنی اگر مدل می خواهیم در میان فامیل به جستجو پرداخته تا فرد مور نظر را پیدا کرده و کار عکاسی را انجام دهیم. یا برای یک کاری تمام وسایل مورد نیاز را خریداری کرده در حالی که بسیار گران است. اما در کشورهای اروپایی تجهیزات مورد نیاز به صورت اجاره ای وجود دارد و با اجاره آن کار خود را انجام می دهند.

جمع شدن همه توانایی در یک نفر، عملا شدنی نیست؛ یعنی هر کدام از عکاسان ممکن است در یک شاخه تبحر و توانایی داشته باشند، اما همه این ها در یک نفر آدم جمع نمی شود.

بر این اساس در ارزیابی کار انجام شده توسط خارجی ها مشاهده می کنیم که تمام موارد به صورت اصولی انجام شده اما در ایران کار انجام شده کیفیت و رنگ ... درست است اما از نظر محتوای تصویری با مشکلات فراوانی مواجه می شویم و کار ما در حد آن ها نیست، در ضمن تمام کاسه کوزه ها بر سر عکاس خراب می شود در حالی که آن ها یک تیم دارند که این کار را انجام می دهند و عکاس یکی از اجزای اصلی این تیم است.

حقی: مسایل ما به خصوص در ۱۰ سال اخیر که نسل جدید عکاسان وارد

