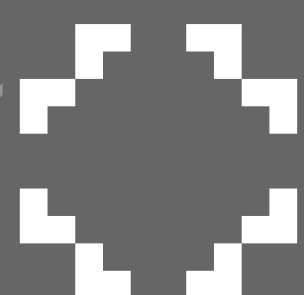


دوره
۹۵

ناوگان



IRANAIPA
انجمن صنفی عکاسان
صنعتی، تبلیغاتی و معماری
IRAN ADVERTISING, ARCHITECTURAL AND
INDUSTRIAL PHOTOGRAPHERS ASSOCIATION

نشریه
شماره
زمستان
۱۴۰۰

خاودان

نشریه داخلی

انجمن صنفی سراسری عکاسان

صنعتی، تبلیغاتی و معماری

نشریه شماره ۰

زمستان ۱۴۰۰

شورای سردبیری: اولین هیأت مدیره

انجمن صنفی سراسری عکاسان

صنعتی، تبلیغاتی و معماری

هیئت تحریریه: مجید پناهی جو. امید پورآذر

حامد فضل اللهی. سید سام غضنفری

روزبه ملکی

مدیر هنری: محسن محسنیان

صفحه آرا: مهدی دیلمقانی

iranaipa.com

magazine@iranaipa.com

[۰۹۹۰۳۰۶۳۳۹۶](tel:09903063396)



مقدمه

۱

تَبَت هویت اجتماعی

۲

حامیان نشریه

۶

انجمن چیست

۱۷

مصاحبه با آقای علی رئیس شقاقی

۲۰

از انتخابات اردیبهشت

۲۳

مصاحبه با آقای فرهود حقی

۳۴

مصاحبه با آقای محمد مهدی رحیمیان

۴۰

چشم اندازه‌ها

۴۶

مصاحبه با آقای داریوش کیانی

۴۸

کارگروه های انجمن

۵۴



معماری است که در راستای افزایش دانش و اطلاعات تخصصی، فرهنگی و هنری اعضا و آشنایی آنان با تازه‌ترین پیشرفت‌ها در حوزه‌ی عکاسی، ارتباطات و تبلیغات منتشر می‌گردد.

از فرهود حقى بابت انتخاب نام با مسمای ناودان برای این نشریه تشکر ویژه داریم. مهم‌ترین عملکرد ناودان جمع‌آوری قطرات پرارزش دانش اعضای انجمن و هدایت آن در بستری مناسب و قابل دسترس برای همه‌ی اعضا و اهالی فرهنگ و هنر، به خصوص عکاسان است.

در شماره‌ی صفر، بر آن شدیم که ابتدا به ماهیت انجمن بپردازیم و دیدگاه‌های مختلف را پیرامون انجمن ارائه دهیم. نشریه‌ی ناودان در شماره‌های بعدی به مباحث تخصصی هنر و صنعت عکاسی خواهد پرداخت. انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری از همه اعضای انجمن و دیگر علاقه‌مندان به هنر عکاسی جهت همکاری با نشریه‌ی ناودان دعوت می‌کند. اعضا و علاقه‌مندان محترم می‌توانند مقالات و طرح‌های خود را به دبیرخانه‌ی انجمن ارسال کنند.

باشد که آسمان فرهنگ و هنر همیشه پر از نعمت باران باشد و ناودان بتواند در جمع‌آوری این قطرات به درستی عمل کند.

مقدمه

اگر راه پیشین خطرناک بود که از رفتن آینده را باک بود کنون در خطرگاه جان آمدیم ز باران سوی ناودان آمدیم

نظامی-اسکندرنامه

هیچ شک و شبه‌ای وجود ندارد که اگر بخواهیم انجمنی پویا و کارآمد داشته باشیم، می‌بایست در توسعه و اشتراک دانش عکاسی اعضا قدمی استوار و ماندگار برداریم. انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری محفلی است برای گردآمدن اعضای حرفه‌ای هنر عکاسی ایران زمین.

انتشار کتب، مجلات، نشریات و مقالات مجازی در ذیل ماده‌ی سوم بندهای ۱۰ و ۱۴ اساسنامه انجمن صراحتاً به عنوان وظایف و اختیارات انجمن گردیده است. در همین راستا انجمن اقدام به انتشار شماره‌ی صفر نشریه‌ی ناودان کرده است. نشریه‌ی ناودان نشریه‌ی داخلی انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و

شماره صفر نشریه ناودان در تاریخ
پانزدهم اسفند ۱۳۹۸
بارز تولد است و فرموده‌ی منسرد
بر این بوم می‌رود

ثبّت هویت اجتماعی



افراد در هر جامعه‌ای احتیاجاتی دارند و گستره‌ی این نیازها با سطح فرهنگی، اجتماعی و سیاسی یک جامعه ارتباطی مستقیم دارد. در لایه‌های پایینی و اولیه‌ی این نیازها، به راحتی می‌توان رد پای آب، غذا، پوشاک، مسکن، امنیت و چیزهایی از این‌دست را یافت. اما، در لایه‌های بالاتر نیازهای ثانویه‌ای نیز وجود دارد که در آن می‌توان نشان احتیاجاتی را مانند تأمین اجتماعی، آزادی بیان، بهداشت و سلامت همگانی، هویت اجتماعی، استقلال، عدالت، آموزش و غیره یافت.

زمانی‌که تاریخ چند هزارساله ایران را مرور کنیم به راحتی می‌توانیم به این مسئله پی‌ببریم که هر حکومتی که بر مسند قدرت بوده است، کم‌وبیش تنها در راستای برآورده کردن احتیاجات اولیه‌ی جامعه‌ی خود تلاش کرده است. حال اگر جنبش مشروطه در سال ۱۲۸۴ شمسی را به عنوان نقطه‌ی عطفی در سطوح مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ایران در نظر بگیریم، از آن پس احتیاجات جامعه ایران به صورت عمومی



از سطح ابتدایی عبور کرده و تا به امروز به سطح ثانویه رسیده است. همان‌طور که اشاره شد، با پیشرفت نظام و جامعه، نیازهای ثانویه هم در سطوح مختلفی رشد و گسترش پیدا می‌کنند؛ تا جایی که، یافتن و رسیدگی به همه‌ی این احتیاجات توسط یک دولت دیوان‌سالار به تنهایی به فرایندی ناشدنی تبدیل می‌گردد. از این رو، در جوامع امروزی سَمَن‌ها نقش پل ارتباطی بین دولت و مردم را ایفا می‌کنند. از یک طرف، سَمَن بستری مناسب برای گرد هم آمدن عده‌ای با دغدغه‌های مشترک جهت رسیدگی به این خواسته‌ها است؛ و از طرف دیگر، ساختاری شناخته‌شده برای هر دولت دیوان‌سالار جهت یافتن و پاسخ به احتیاجات ثانویه افراد جامعه‌ی خود به حساب می‌آید.

سَمَن ترجمه‌ی سرواژه‌ی انگلیسی NGO است. این سرواژه‌ی که به عبارت Non-government Organization به معنی «سازمان مردم نهاد» اشاره دارد، در قالب‌هایی با اسامی مختلف هم‌چون مؤسسه، شرکت، سازمان، هیئت و از همه مهم‌تر

کلمه‌ی «انجمن» در جامعه‌ی ایران شناخته می‌شود. واکاوی ویکی‌پدیایی کلمه انجمن ما را به این تعریف می‌رساند: «انجمن به دسته‌ای از مردم می‌گویند که در جایی گرد آمده باشند. برترین چیزی که مایه‌ی جدایی کاربرد واژه‌ی انجمن به جای یک گروه یا دسته از مردم می‌شود، داشتن انگیزه‌ی همسان است.» احتمالاً، برای ما به عنوان عکاسان حرفه‌ای بارزترین «انگیزه‌ی همسان» – که می‌توان آن را دغدغه‌های مشترک نامید – هویت اجتماعی است.

در جوامع امروزی، عکاس حرفه‌ای در بطن جامعه شناخته شده است و انتظار می‌رود که دارای هویتی اجتماعی با سطحی شایسته باشد. کمتر کسی را می‌توان در جامعه یافت که با شغل عکاس حرفه‌ای بیگانه باشد. اما، به مجرد این که عکاس حرفه‌ای از قالب بطن جامعه خارج شود و بخواهد به صورت یک ماهیت حقوقی و بروکراتیک به فعالیت حرفه‌ای خود بپردازد با خط‌قرمزها و پرسش‌های فراوانی روبرو می‌شود؛ پرسش‌هایی که اغلب از طرف دست‌اندرکاران دولت دیوان‌سالار و سلسله‌مراتب پایین دست آن مطرح می‌شود. افراد با مشاغلی تعریف شده دارای یک هویت اجتماعی شناخته شده هستند که متناسب با آن هویت از حقوقی تعریف شده در دولت دیوان‌سالار برخوردارند. برای مثال، اگر شخصی پزشک، وکیل، نانوا، خلبان، تاجر و ... باشد، بستر مناسب کسب و کارشان از طرف نظام دیوان‌سالار تعیین و مشخص شده است. این مشاغل همگی به واسطه‌ی اتحادیه‌ها، کانون‌ها و اصناف مرتبط با شغل خود می‌توانند خواسته‌های خود در

ادارات، مراکز و سازمان‌ها را پی‌گیری کنند. اما، تفاوتی مهم میان عکاسی و حرفه‌های شناخته شده‌ی دیگر وجود دارد. عکاسی که حرفه‌ای جدید به حساب می‌آید، به واسطه‌ی رشد روزافزون تکنولوژی و پیشرفت جوامع هر روز با مسائلی جدید درگیر می‌شود؛ مسائلی که در حرفه‌های دیگر اغلب بی‌سابقه است.

با بروز پدیده نوظهور عکاسی در سالهای ۱۸۳۹ تا ۱۸۴۱ میلادی در فرانسه و گسترش روزافزون این پدیده به شرق و غرب، دستگاه‌های داگروتایپ هم به درخواست محمدشاه قاجار به ایران وارد شد و طبق مدارک ثبتی در سال ۱۲۲۱ شمسی (۱۸۴۳ میلادی) اولین عکس در ایران ثبت شد. بعدها علاقه‌ی زیاد ناصرالدین‌شاه قاجار به عکاسی سبب شد این هنر نوظهور به سرعت رشد کند؛ تا جایی که اولین بار در دوران ناصرالدین‌شاه بود که رشته‌ی عکاسی در مدرسه دارالفنون تأسیس شد و آهسته آهسته اقشار جامعه با عکس، عکاس‌خانه و عکاس‌باشی آشنا شدند. این متن قصد تاریخ‌نگاری ندارد ولی به این حد کفایت می‌کند که با توسعه و همه‌گیری هنر عکاسی بعد از تقریباً ۱۱۰ سال از ثبت اولین عکس در ایران، تازه در دوران پهلوی دوم بود که در سال ۱۳۳۰ اتحادیه‌ی عکاسان و فیلمبرداران تهران برای حفظ منافع صنفی و ارتباط بین عکاسان تأسیس شد. این اتحادیه در هم‌سوگرایی صنفی برای عکاس‌خانه‌های تهران نقش ایفا می‌کرد. مهمترین فعالیت این عکاس‌خانه‌ها عکاسی چهره بود و درآمد عکاسی مجالس هم به

آن اضافه شد و تا به امروز نیز ادامه دارد. صنعتی‌شدن جوامع جهانی و رشد تجارت بین‌المللی (به خصوص جوامعی با سیاست اقتصادی سرمایه‌داری) باعث شد نیاز به کمتر شدن فاصله‌ی تولیدکننده و مخاطب مصرف‌کننده روزبه‌روز بیشتر احساس شود. این نیاز با پیشرفت هنرهای تجسمی نوین از جمله هنر عکاسی و گرافیک و بازشدن جایگاه ویژه‌ای در بسترهای آکادمیک جهانی همراه شد. با سرازیری پول نفت در دهه‌ی پنجاه شمسی به کشورمان، صنعت و تولید هم شاهد رشد چشم‌گیری بود. به تبع این رشد، کمبود وجود افرادی ماهر و متخصص جهت ایجاد پل ارتباطی بین تولیدکننده و مصرف‌کننده به شدت احساس می‌شد. با پایان‌یافتن دوران تحصیل عکاسان و گرافیست‌ها در دهه‌ی پنجاه شمسی – که اغلب آن‌ها در خارج از کشور مشغول به تحصیل بودند و پس از آن به ایران بازگشتند – و آغاز فعالیت‌های حرفه‌ای ایشان، این دهه را می‌توان آغاز فصل عکاسی صنعتی، تبلیغاتی و معماری ایران دانست. پیشکسوتانی مانند مسعود معصومی، رضا نور بختیار و علی رئیس شقاقی از پرچمداران این گونه‌ی نوین عکاسی بودند. این گروه جدید از عکاسان که دیگر به چهاردیواری عکاس‌خانه‌ها محدود نبودند و مشتریان آن‌ها نیز طیف عموم جامعه به حساب نمی‌آمدند، اغلب نیازی به مکانی تجاری برای جذب مشتری نداشتند. اگرچه، این دسته از عکاسان درکنار دیگر عکاسان تحت پوشش اتحادیه از نام مشترک عکاس استفاده می‌کردند؛

اما، « انگیزه‌ی همسان» بین آنان کمتر به چشم می‌آمد. سطح دانش فنی و آکادمیک بالاتر عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری از یک طرف و نگاه کارشناسانه و عمیق‌تر آن‌ها نسبت به ماهیت، معنا و کاربرد یک عکس از طرف دیگر باعث شد که این عده از عکاسان دغدغه‌های مشترک صنفی چندانی با اتحادیه‌ی عکاسان نداشته باشند. با این حال، کشمکش و حاشیه‌نشینی این گروه برای عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری هزینه‌هایی را نیز در پی داشت؛ که مهم‌ترین آن کم‌رنگ‌شدن و حتی از دست‌رفتن همان احتیاجات ثانویه است که در ابتدای این مطلب به آن اشاره شد.

عکاسی صنعتی، تبلیغاتی و معماری که یک شغل که مسبوق به سابقه نبود، در نظام دیوان سالار نتوانست جایگاه شایسته‌ی خود را پیدا کند. سیستم بروکراتیک تعریف یک عکاس حرفه‌ای آزاد را در میان مفاد مختلف اساسنامه‌ها و آیین‌نامه‌های اتحادیه جستجو می‌کرد و درآن‌بین هیچ تعریف مشخصی برای عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری وجود نداشت. به‌این‌ترتیب، این متخصصان در دریای متلاطم کاغذبازی‌های اداری در پی اثبات هویت اجتماعی خود کم‌کم گرد هم جمع شدند تا برای اولین بار با تشکیل انجمنی تخصصی اعضای خود را به نظام دیوان‌سالار شناسانده و هویت اجتماعی‌شان را در جایگاهی شایسته قرار دهند. این حرکت خودجوش ابتدا از نیمه‌ی دوم دهه‌ی هفتاد شمسی در محافل خصوصی عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری جهت آماده‌سازی بستر مناسب و ایجاد یک انجمن آغاز گردید. در

ادامه در مرداد ۱۳۸۴ اولین مجمع عمومی انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی ایران همراه با برپایی یک نمایشگاه عکس صنعتی در فرهنگسرای تهران تشکیل شد. هرچند این انجمن از آن سال مشغول فعالیت بود و در بستر هنری جامعه به عنوان یکی از اولین انجمن‌های عکاسی ایران شناخته شده بود ولی تا سال ۱۴۰۰ مراحل ثبت رسمی آن در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به طول انجامید.

اکنون دیگر انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری یک انجمن ثبت شده و دارای ماهیت حقوقی است که نظام دیوان سالار آن را به رسمیت شناخته و احتیاجات ثانویه این قشر از افراد جامعه خود را در اساسنامه و آیین نامه های آن جستجو خواهد کرد.

این فقط ابتدای راهی است که با حضور هر چه منسجم تر اعضای آن هموارتر می گردد. ملتی که تاریخ خود را نداند، محکوم به تکرار آن است. از تمامی اعضای متخصص این انجمن درخواست دارم که با حضور دل گرم کننده شان در تمامی ارکان انجمن، همراه انجمن باشند. انجمن متعلق به همه ی اعضای آن است و هیچ گاه در مالکیت شخص یا گروهی نبوده و نخواهد بود. ضرب المثل خوبی داریم که می گوید: «یک دست صدا ندارد». با همراهی یکدیگر می توانیم احتیاجات اجتماعی خود را از طریق انجمن به گوش مسئولان و مخاطبانش برسانیم.

دی ۱۴۰۰

مجید پناهی جو

رئیس هیئت مدیره ی انجمن صنفی سراسری عکاسان

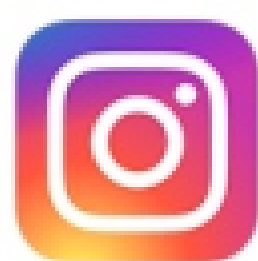
صنعتی، تبلیغاتی و معماری





PHASEONE

کلام آخرِ دوربین قطع متوسط را با فیزوان تجربه کنید



@PHASEONEIRAN



Sinar⁺

PHOTOGRAPHY



دوربین های تکنیکال و بک های دیجیتال مدیوم فرمت سینار

شرکت سامان نماینده انحصاری سینار در ایران

۰۲۱-۸۸۰۳۲۶۰۳

www.photosaman.com
[@saman_company](https://www.instagram.com/saman_company)





GFX 100S فراتر از بهترین ها

سنسور قطع بزرگ 33x44 میلیمتر، 102 میلیون پیکسل
امکان عکاسی 400 میلیون پیکسل
سیستم لرزشگیر درون بدنه 5 جهته
مقاوم در برابر نفوذ آب و غبار
ویدیو 4K DCI با امکان تناسب 17 به 9 جهت سینما
ابعاد: 150.0x104.2x 87.2 میلیمتر. وزن: 900 گرم



تهران، بلوار میرداماد، شماره 229/1، ساختمان فوجی فیلم
تلفن: 22254810-19 و 26407625-40 / فاکس: 22221002
www.fujifilmco.ir [instagram: fujifilmiran](https://www.instagram.com/fujifilmiran)

تهران فوکا
نماینده انحصاری فوجی فیلم در ایران



صبا ویژن

بزرگ ترین آژانس تبلیغات آنلاین کشور

مالک رسانه های آپارات و فیلیمو



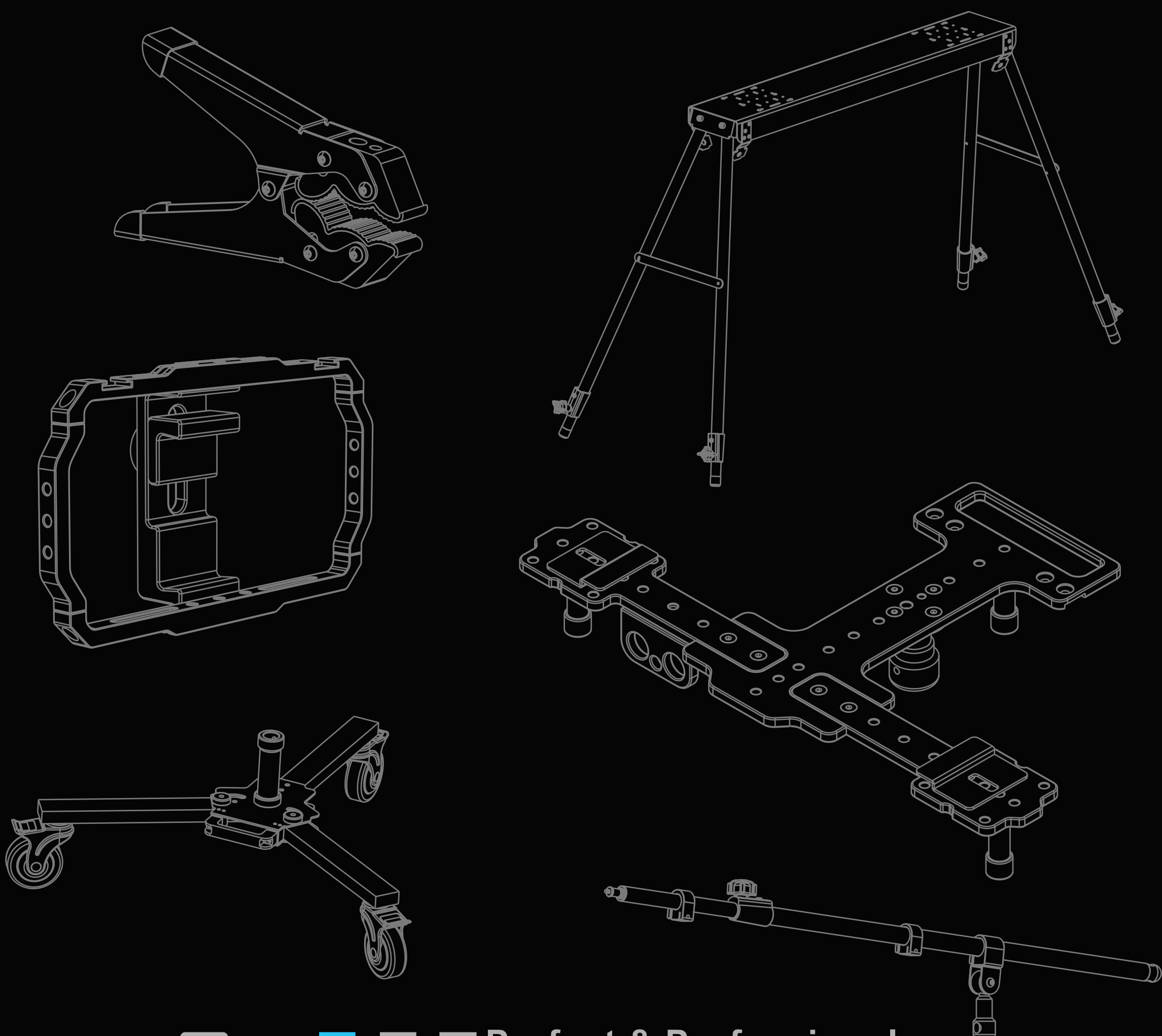


مرکز فروش دوربین، تجهیزات
عکاسی و سینمایی



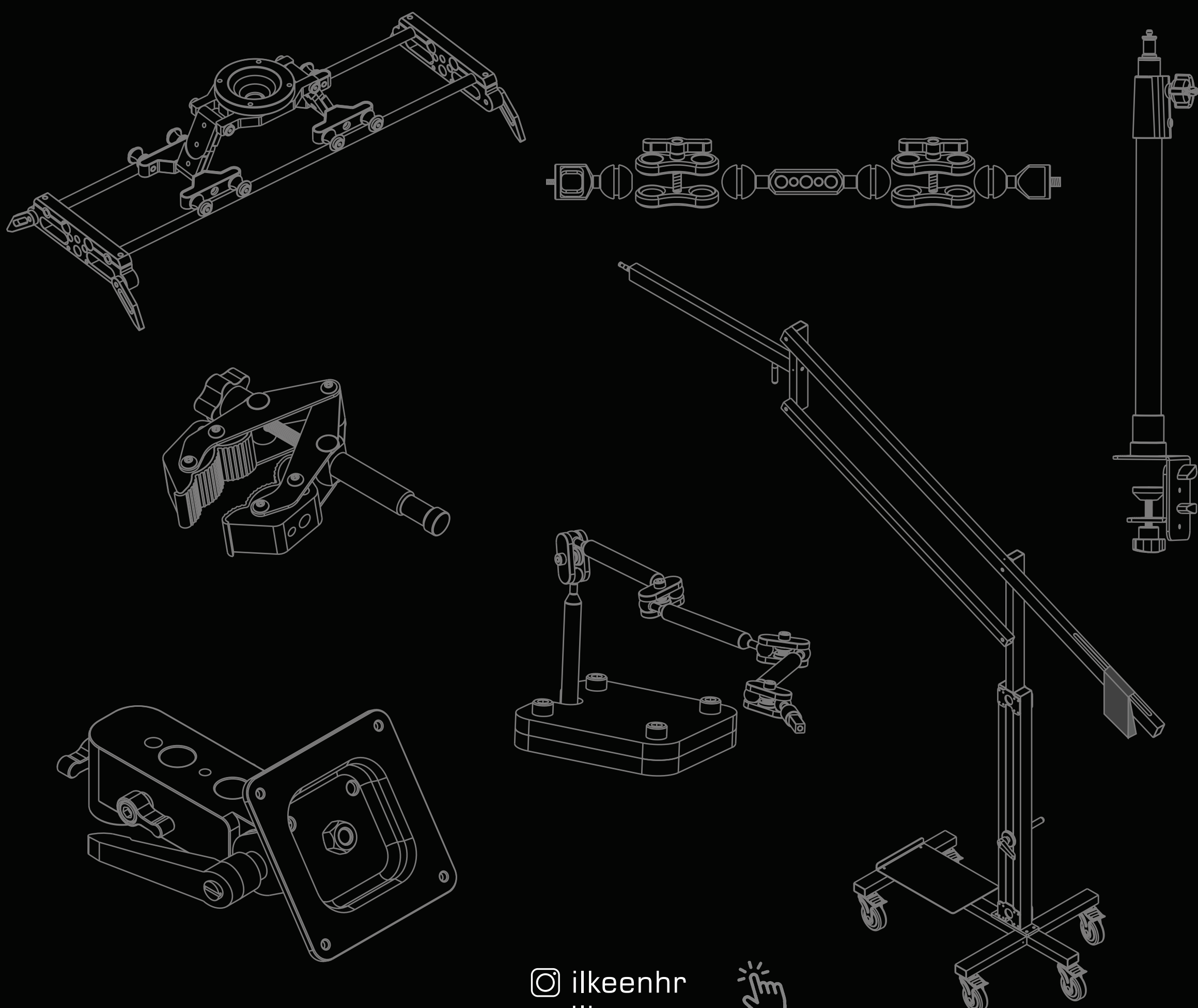
www.afrangdigital.com





Perfect & Professional
ilkeenhr

Professional Cinema, Stop Motion & Photography Equipment





Flexiroll



flexiroll.ir



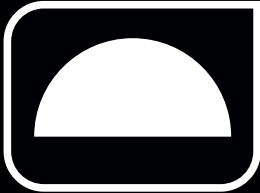
Rollable and light
Photography
**Canvas
Background**

PHOTOGRAPHY
BACKDROP

All flexirolls are handmade and have the unic texture
and version, Easily Carried

Size 100*75cm Portable with bag



 **Profoto** 
The light shaping company™

نویسن تجارت پارسیان
نماینده رسمی پروفوتو در ایران



۰۲۱-۸۳۸۷۶



Cypresses. Vincent Van Gogh

فتوا آزاد

لابراتوار چاپ دیجیتال

تهران، خیابان شریعتی، بین پلیس و مطهری، نیش کوچه ساری، پلاک ۶۷۹
تلفن: ۸۸۶۱۳۸۲۸ - ۸۸۶۰۱۶۱۰

عکس هایتان را آنگونه که هستند ببینید...



CLICK HERE
@Photoazad

حامیان نشریه **ناودان** | IRAN AIPA



بزرگترین مرکز تخصصی تجهیزات عکاسی صنعتی و تبلیغاتی در ایران

شرکت سامان نماینده انحصاری رایملایت و آرورا کشور کره جنوبی در ایران

۰۲۱-۸۸۰۳۲۶۰۳

www.photosaman.com

@saman_company

انجمن چیست؟



هدف از پرسش درباره‌ی چیستی انجمن درک بهتر ماهیت آن و روشن شدن رابطه‌ی اعضا با یکدیگر و با کل مجموعه است. عموماً در بررسی دغدغه‌ی اعضای انجمن‌ها با دو جمله مواجه می‌شویم: انجمن برای اعضای خود چه می‌تواند انجام دهد؟ و دیگر این‌که اعضا برای انجمن چه کاری می‌توانند انجام دهند؟ این دو پرسش کلی از یک سو بر انتظارات اعضا از مجموعه‌ای که عضو آن هستند، دلالت دارد؛ و از سوی دیگر، نشان‌دهنده‌ی پیوند ناگسستنی اعضا با یکدیگر و رابطه‌ی اعضا با کل، یعنی همان انجمن، است.

با توجه به مقدمه‌ی بالا، مشخص است که دو عامل «مشارکت» و «هم‌کاری» اجزای ساختاری انجمن هستند. هم‌چنین می‌توان دریافت آنچه که اعضا را به مشارکت و همکاری وا می‌دارد – که می‌توان آن را بهانه‌ی گردهم‌آیی اعضا نامید – علاقه یا هدف مشترک آن‌ها است. عامل مهم دیگر در شکل‌گیری یک انجمن، وجه داوطلبانه‌ی آن است که عموماً به منظور رفع نیازهای مشترک افراد یا اعضا در نهادی کوچک‌تر از جامعه دنبال می‌شود.

انجمن‌ها را می‌توان در دسته‌های گوناگونی

نظیر، مذهبی، فرهنگی، آموزشی، سیاسی، علمی، صنفی و ... قرار داد که متناسب با شرایط هر جامعه، و به تبع نیازهای افراد و پر کردن خلاءهای موجود اهداف متنوعی را دنبال می‌کنند. هم‌چنین انجمن‌ها با توجه به ساختار جامعه (برای مثال سنتی‌بودن یا مدرن‌بودن جامعه) کارکردهای مختلفی خواهند داشت و در آن‌ها تقسیم کار میان اعضا به شیوه‌های مختلفی انجام می‌شود.

اگرچه که انجمن‌ها مستقل از دولت‌ها هستند؛ اما، معمولاً به علت روند ثبت قانونی آن‌ها قوانینی از سوی دولت‌ها برای رسمیت‌یافتن انجمن‌ها اعمال می‌شود. با این حال، فارغ از روند ثبت قانونی، همه‌ی تصمیم‌گیری‌ها و تعیین خط مشی و ... در درون انجمن انجام می‌گیرد. همان‌طور که مستحضرید، «انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری» نیز روند ثبت قانونی را حسب تصویب هیئت وزیران، از طریق «وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی» دنبال کرده‌است. با توجه به عنوان، این انجمن ذیل دسته «صنفی» و «صنفی کارگری» قرار می‌گیرد. طبق تعریف ارائه‌شده در ماده‌ی ۲ قانون کار، «کارگر کسی است که به هر عنوان در مقابل دریافت حق‌السعی اعم از مزد، حقوق، سهم سود و سایر مزایا به درخواست کارفرما کار می‌کند». هم‌چنین نکته قابل توجه این است که «ماده ۱۸۸ قانون کار، شاغلان مشمول قانون استخدام کشوری و سایر قوانین و مقررات خاص استخدامی هم‌چنین کارگران کارگاه‌های خانوادگی را از شمول قانون کار خارج می‌کند. به این ترتیب، این افراد مشمول ماده ۱۳۱ قانون کار و ماده‌ی ۱ آیین‌نامه انجمن‌های صنفی نمی‌باشند».

نظارت برتشکیل این نوع انجمن‌ها مطابق قانون

کار، بر عهده‌ی اداره‌ی کل سازمان‌های کارگری و کارفرمایی وزارت کار و امور اجتماعی قرار دارد. طبق فصل ششم از «قانون کار جمهوری اسلامی» (ماده ۱۳۱) هدف از شکل‌گیری انجمن‌های صنفی «[...] حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی و بهبود وضع اقتصادی کارگران و کارفرمایان، که خود متضمن حفظ منافع جامعه باشد [...]» ذکر شده‌است. با توجه به آنچه که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مشخص کرده، وظایف و اختیارات انجمن صنفی کارگری بدین شرح است:

«۱) کوشش در جهت استیفای حقوق و خواست‌های مشروع و قانونی اعضا؛ ۲) دریافت حق عضویت و کمک‌های داوطلبانه به ترتیبی که در اساسنامه مقرر می‌شود؛ ۳) همکاری در جهت تأسیس و تقویت شرکت‌های تعاونی، صندوق قرض الحسنه، همچنین تلاش در جهت تأمین امکانات رفاهی اعضا با رعایت مقررات؛ ۴) همکاری با وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در جهت شناخت مشکلات کارگری و اجرای قانون کار؛ ۵) عضویت در کانون انجمن‌های صنفی استان پس از تصویب مجمع عمومی مربوط؛ ۶) فعالیت مشترک با کانون انجمن‌های صنفی استان و کانون عالی انجمن‌های صنفی سراسر کشور در حدود قوانین و مقررات؛ ۷) همکاری با سایر تشکل‌های کارگری و کارفرمایی و انجام سایر وظایف و اختیاراتی که به موجب قانون بر عهده انجمن‌های صنفی قرار داده شده‌است».

آنچه تا این‌جا از نظر گذشت، وجوه قانونی و تعاریف ارائه‌شده از سوی دولت برای شکل‌گیری انجمن‌ها و وظایف و اختیارات آن‌ها بود. اما، برای روشن شدن وظایف و اختیارات «انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری» و درک بهتر کارکرد آن

باید به اساسنامه‌ی انجمن رجوع کنیم. ذیل ماده‌ی سوم از اساسنامه و در ۲۹ بند «وظایف و اختیارات انجمن صنفی» قید شده‌است که اهم آن عبارت است از:

■ کوشش در جهت استیفای حقوق و خواسته‌های مشروع و قانونی اعضا از طریق ایجاد زمینه‌های مساعد به منظور نیل به اهداف انجمن صنفی برنامه‌ریزی و پی‌گیری در ارتقای سطح مهارت عکاسان عضو

■ تلاش برای آموزش فرهنگی و اجتماعی اعضا به منظور ارتقای سطح آگاهی‌های لازم در شناخت و تأمین حقوق اعضا

■ تلاش در بررسی و تحقیق در خصوص مشکلات، نارسایی‌های اقتصادی، مهارتی، افزایش بهره‌وری و ارائه پیشنهادات به اعضا، مدیران و مسئولان مربوط

■ جمع‌آوری اطلاعات، بررسی و تحقیق درباره مشکلات، شناخت نیازها و اولویت‌ها

■ اعتلای عکاسی تبلیغاتی، صنعتی و معماری کشور

■ دفاع از حقوق مادی و معنوی اعضا در چهارچوب اهداف و اساسنامه انجمن صنفی

■ کوشش برای ارتقای آگاهی در جامعه نسبت به نقش، مسئولیت و توانایی‌های عکاسی تبلیغاتی، صنعتی و معماری

■ تدوین نظام‌نامه حرفه‌ای و آیین‌نامه‌های تخصصی، تصویب تعرفه‌های تخصصی در چهارچوب فعالیت‌های انجمن صنفی

■ انتشار کتب، نشریات و مقالات مجازی مورد نیاز در راستای اهداف و وظایف انجمن صنفی گسترش روحیه‌ی تعاون، همکاری و هم‌فکری بین عکاسان تبلیغاتی، صنعتی و معماری کشور در دفاع از حقوق

■ شناسایی توانایی‌ها و نیازمندی‌های متقابل
عکاسان حرفه‌ای مرتبط با فعالیت انجمن صنفی و
مراکز مختلف اجرایی، آموزشی، علمی و پژوهشی
ذی ربط در کشور و تلاش برای به کارگیری مناسب
دانش، تجربه و حاصل فعالیت ایشان در خدمت
بیشتر به جامعه

■ برقراری ارتباط با مراکز فرهنگی، هنری و
تشکل‌های صنفی مشابه در داخل و خارج از
کشور

■ حمایت و دفاع از حقوق و منافع صنفی و
حرفه‌ای اعضا از طریق ارائه پیشنهاد و جلب
پشتیبانی مراجع و سازمان‌های دولتی و ملی
با توجه به آنچه از نظر گذشت، به وضوح
مشخص است که انجمن صنفی را می‌توان
بستری برای پیوند اعضا به منظور رفع
نیازهای مشترک آنان و بهبود و ارتقای شرایط
شغلی ایشان در نظر گرفت. در اینجا مؤکد
باید بر پیوند، همکاری و مشارکت اعضا توجه
کرد؛ چرا که، ماهیت انجمن اعضای آن است
و ذات انجمن یعنی اعضای آن. در نتیجه به

نظر می‌رسد دو پرسش «انجمن برای ما چه
می‌تواند انجام دهد؟» و «ما برای انجمن چه
کاری می‌توانیم انجام دهیم»، تنها دو صورت
مختلف از پرسش «ما (اعضای انجمن) برای
کمک به یکدیگر و ارتقای شرایط صنفی
خودمان چه کاری می‌توانیم انجام بدهیم؟»
است.

بر این اساس هیئت مدیره‌ی انجمن تنها
گردهم‌آیی نمایندگان اعضا برای پیش‌برد
اهداف همه اعضا است. بدیهی است که
انجمن در ارتباط تنگاتنگ با اعضا قرار
دارد. از این منظر، ارتباط اعضا با هیئت
مدیره و بالعکس، ارتباطی هم‌دلانه و
مبتنی بر مسئولیت‌پذیری دو طرف است.
آنچه در اینجا مهم است، درک این مطلب
است که اعضا و هیئت مدیره در دو سطح
سلسله‌مراتبی قرار ندارند؛ بلکه هر دو هم
تراز بوده و بر هم موثر هستند.

سام غضنفری



مصاحبه با آقای علی رئیس شقاقی

تعریف و تجربه‌تان از انواع و اقسام کارهای گروهی و صنفی چیست؟ باید‌ها و نبایدهای کار صنفی چیست؟

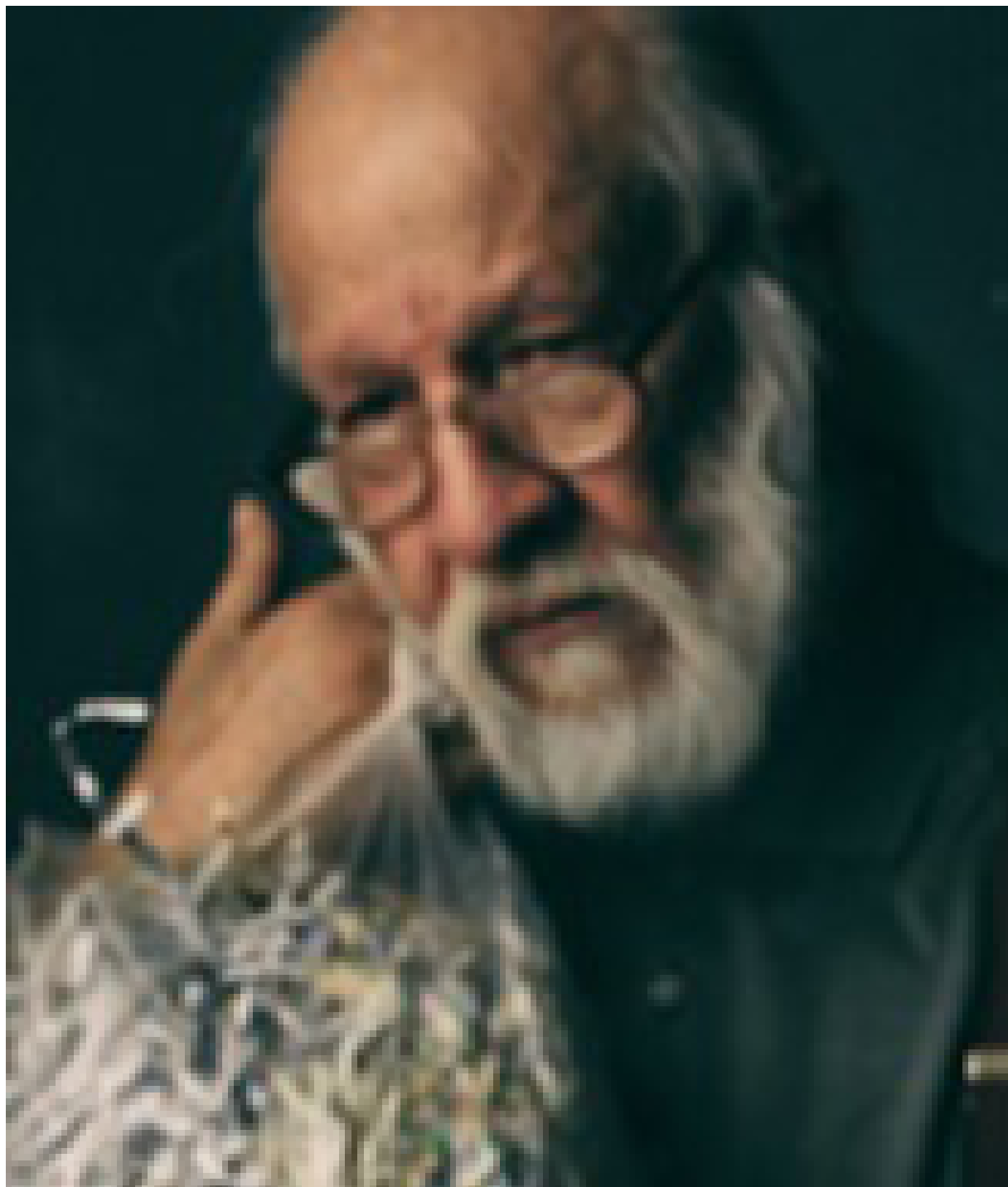
از نظر من هنر امری است فردی و ورود آن به تعاملات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و حتی فرهنگی، اشتباه است. البته، این نظر شخصی من است. زمانی که می‌خواستند انجمن عکاسان ایران را تأسیس کنند، من به همین دلیل مخالفت کردم.

سؤال کردم بفرمایید آیا عکاسی هنر است؟ گفتند بله.

گفتم: آیا می‌شود گفت هنر تشکل‌پذیر است؟ جوابی نداشتند.

خیلی‌ها معتقد هستند که هنر تشکل‌پذیر است ولی دیدگاه من در مورد هنر این نیست.

در مورد سؤال دوم باید بگویم که به صورت طبیعی وقتی صنفی ثبت می‌شود تابع مقررات و قوانین کشوری و لازم‌الاجرا است. پس من نمی‌توانم در این رابطه نظری بدهم.



نگرش و چشم انداز پیشینی شما مشخصاً در مورد انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی چه بوده‌است؟

ابتدا پیش زمینه‌ای را مطرح کنم... زمانی که من می‌خواستم مؤسسه‌ام را در خیابان خارک در سال ۶۱ راه‌اندازی کنم، مسئله‌ی من گرفتن مجوز از اتحادیه‌ی عکاسان بود. آن‌ها شرایطشان این بود که کاربری مکان مورد نظر می‌بایست تجاری باشد؛ ولی، کاربری ما مسکونی بود. از آنجایی که من باور بر این داشتم که عکاسی هنر است و برای هنر نیازی به مکان تجاری نیست، تصمیم گرفتم که مؤسسه را به صورت یک شرکت رسمی ثبت کنم. ولی همیشه باور من این بود که ما به لحاظ مقررات جاری کشور در حال خطا هستیم که شرکت را به این صورت ثبت کرده‌ایم. تا اینکه در حوالی سال ۷۰ یکی از همکاران فارغ‌التحصیل شده‌ی من با وجود قیمت‌پایین‌تری که برای گرفتن کار پیشنهاد داده بودند، موفق به گرفتن پروژه نشدند. چون ایشان مثل ما مکان و تجهیزات مناسب

برای انجام کار را نداشتند و افراد زیادی مثل ما بودند که می‌توانستند با همان قیمت و با امکانات و تجهیزات مناسب‌تر همان کار را بگیرند. یک روز من با مرحوم مسعود معصومی صحبتی داشتم در ارتباط با این‌که شاگردان و هنرجویان ایشان و خودم امکان کار داشته‌باشند و مقوله‌ی امکانات و تجربیات خاص مانع آن‌ها نباشد. نتیجه این شد که ما از یک قیمتی پایین‌تر کار را قبول نکنیم تا این امکان برای آن‌ها ایجاد شود که کار را انجام بدهند.

آن زمان توافق کردیم که کم‌ترین قیمت ما برای هر عکس ۱۵ هزار تومان باشد. این یک قرار بین ما بود و به جوانان اعلام کردیم قیمت‌های شمار زیر این مبلغ باشد. این موضوع زمینه‌ای شد که ما انجمنی را تأسیس کنیم که کارها، رفتارها و ایده‌هایمان را قانونمند کنیم و مقررات مشخصی را برای این حوزه تعریف کنیم. در نتیجه صحبت از تشکیل انجمن شکل گرفت که متأسفانه به دلیل کارشکنی ادارات مربوط به ارشاد این کار با مشکلات زیادی مواجه شد. تا این‌که قرار بر این شد که آقای مجتبی آقایی وظیفه‌ی این کار را به عهده بگیرند.

اگر نظرتان این است که انجمن به چشم‌اندازهای اولیه‌ی خود نایل نشده، از منظر آسیب‌شناسی، آن عدم دستیابی، نتیجه چه عواملی بوده است؟

آقای مجتبی آقایی همه‌ی افراد را جمع کردند و پیش‌نویسی از قوانین و مقررات هم آماده کردیم و عضوگیری انجام شد. ولی خبط و از بیخ

و بن اشتباه البته... از نظر من این کار از ابتدا اشتباه بود. زیرا جناح‌های مختلف می‌خواستند افراد خود را در آن انجمن داشته باشند و هم‌چنان افراد حاضر در انجمن قصد اعمال نظرات جناح‌های خود را داشتند. این‌گونه شد که ما عملاً در این کار ناموفق بودیم.

به هر حال به دلایل زیادی کار به نحو احسن اجرا نشد. من بر این باور بودم که عکاسی هنر است و هنر تشکل‌ناپذیر است. هرکسی می‌تواند خودش آزادانه و در محل خودش به این کار بپردازد. از این رو، مانند هر هنر دیگری تنها نهادی که می‌تواند پرسش‌گر باشد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. از طرفی، این پیش قضاوت نسبت به نوع کاری که انجام می‌دهیم و این‌که عکاسی تبلیغاتی هنر است و با عکس پرسنلی بسیار فرق دارد؛ و از طرف دیگر، این جایگاهی که ما و جامعه برای عکاسی تبلیغاتی قائل شده بودیم، حداقل برای من بار سنگینی بر دوشم شده بود.

یکی از مهمترین دلایل اشتباه تأسیس این انجمن، این بود که من به دنبال ایجاد جایگاه ویژه و ممتازی بودم که خودمان را با عکاسان دیگر (عکاسان ۶ در ۴) متمایز کنیم. این عدم تمایز خیلی بد بود و حداقل من به دنبال حقوق اجتماعی حرفه‌ام به صورت خاص و تثبیت آن در حرفه‌ی عکاسان تبلیغات و صنعتی بودم و برای همین به دنبال انجمن تبلیغات رفتیم.

اما، در نهایت باید بگویم که در حقیقت انجمن موفق شده است. همین قدر که گروهی جمع شدند و جدای از همه‌ی پیش‌فرض‌ها انجمنی را تأسیس کردند، و برای اعضایشان کارت

شناسایی ارائه دادند، کافی است و همه چیز کامل است و عملاً انجمن موفق شده یعنی از نظر قانونی تثبیت شدند.

آیا همان چشم‌اندازهای اولیه‌ی انجمن را برای حال حاضر مناسب و کافی می‌دانید؟ و راه کارهای جناب عالی برای نیل به آن‌ها چیست؟

آن چیزی که ما از بدو تأسیس متصور بودیم کاملاً غلط بود. همین‌که انجمن کارت عضویت صادر می‌کند یعنی به آرزوهایش رسیده‌است و بیش‌تر از آن را نباید پی‌گرفت. اگر انتظار داشته باشیم که انجمن کارهای فوق برنامه انجام بدهد، این کار در وظیفه‌ی انجمن نیست. به طور مثال، کلاس‌های بازآموزی دیجیتال، کلاس‌های بازآموزی مفاهیم هنر و... این‌ها همه خارج از موضوع انجمن است. مگر این‌که به طور خودجوش برای اعضای کار انجام دهد. همین‌قدر که انجمن تأسیس شده و کارت صادر گشته عالی است. این‌که این کارت به درد کسی بخورد بسیار مهم است.

پیشنهادتان به هیئت مدیره‌ی جدید چیست؟

باید بگویم آن کاری که ما در ابتدای تأسیس انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی زیر نظر آقای مجتبی آقایی انجام دادیم، چندان با همفکری نبود و با تنش‌های زیادی همراه بود. از جمله خود من با توجه به هنری که برای خودم قائل بودم با عدم سعه‌ی صدر با آن‌ها برخورد می‌کردم. در نتیجه، روند کار بسیار طولانی شد و بالاخره آقای مجتبی آقایی داستان را سرهم بندی کردند و عده‌ای انتخاب شدند و بقیه‌ی ما را هم خودتان می‌دانید. داشتن سعه‌ی

صدر و درک درست از کاری که در صنف انجام می‌شود، بسیار سخت و اجرای آن هم بسیار مشکل است. من این تجربه را کردم و جاهایی من مجبور شدم کوتاه بیام... پیشنهاد می‌کنم اجازه بدهید که کار روال طبیعی خودش را آن‌طور که باید طی کند. به هر حال باید اعضای صنف موظف باشند که بر قوانین و مقررات وضع شده در صنف و یا قوانین دولت و حکومت تکیه کنند. و از آن طرف مسئولین صنف موظف هستند نسبت به کاستی‌های صنف توجه ویژه داشته باشند.

پیشنهادتان به اعضای انجمن چیست؟

خیلی مهم است که عضو تعهد بدهد که نسبت به حفظ اسرار مشتریانش امین است. منظورم این است که همان فرم عکسی که برای من گرفته برای شما نگیرد؛ زیرا، در این حالت امکان رقابت وجود ندارد. و دوم این‌که عکاس عکسی را که برای مشتری گرفته به مشتری دیگر نشان ندهد. در واقع عکاس باید حافظ منافع مشتریانش باشد. به نظر من باید این موارد از عکاس تعهد گرفته شود.



از انتخابات اردیبهشت

از انتخابات اردیبهشت ۱۳۹۸ تا ثبت انجمن

پیش از پرداختن دقیق به موضوع ثبت انجمن، در ابتدا لازم است به طور مختصر مقدماتی را بیان کنیم تا همگی اعضای انجمن در جریان امور پیشین انجمن قرار گیرند: در تاریخ ۲۴ دی ۱۳۸۸ موزه‌ی امام علی تهران میزبان بیش از پنجاه تن از اعضای انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران بود. این عده در موزه‌ی امام علی گردهم‌آمدند تا هم‌زمان با افتتاح نمایشگاه عکسی از آثار اعضای انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران، در مجمع عمومی انجمن و انتخابات سومین دوره‌ی هیئت‌مدیره و بازرس انجمن شرکت کنند. این انتخابات در سطحی مطلوب برگزار شد تا هیئت‌مدیره‌ی جدید به مدت دو سال، سکان هدایت انجمن را در دست بگیرد.

بیش از نه سال بعد، در تاریخ ۱۴ اسفند ۱۳۹۷ عده‌ای از اعضای انجمن در دفتر یکی از آن‌ها در خیابان انقلاب گردهم جمع شدند. نتیجه‌ی این گردهمایی نامه‌ای خطاب به هیئت‌مدیره‌ی پیشین بود که افراد در

آن خواستار تشکیل جلسه‌ی فوق‌العاده‌ی هیئت‌مدیره تا پایان سال ۱۳۹۷ و فراهم کردن مقدمات تشکیل مجمع عمومی برای انتخابات هیئت‌مدیره‌ی جدید در اسرع وقت شدند. افراد حاضر در جلسه برخی از قصورات قانونی مطروحه را بدین ترتیب اعلام کردند:

عدم برگزاری مجمع عمومی مستمر (حداقل سالی یک بار) در سالیان گذشته
عدم برگزاری انتخابات هیئت‌مدیره هر دو سال یکبار به مدت چند دوره
عدم حضور و برگزاری جلسات هیئت‌مدیره به صورت منظم و متوالی
عدم شفافیت در حضور یا عدم حضور تمامی اعضای کمیته‌ی فنی به جهت انجام فرایند عضوگیری

عدم گزارش و نظارت سالیانه بر امور اداری، مالی و اجرایی انجمن
عدم تعیین تکلیف عضویت آن دسته از اعضای که بیش از دو سال از پرداخت آخرین حق عضویت آنان می‌گذرد
رونوشت این نامه به هیئت‌مدیره‌ی انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی، و همچنین به ریاست هیئت‌مدیره و بازرس این نهاد ارسال گردید.

در ادامه، به دعوت آقای یدالله ولی‌زاده، رئیس هیئت‌مدیره‌ی وقت، جلسه‌ای در تاریخ ۲۲ اسفند ۱۳۹۷ در دفتر ایشان به همراه جمعی از اعضای انجمن برپا شد و طی آن، ایشان از ریاست هیئت‌مدیره استعفا دادند. در تاریخ ۲۳ اسفند ۱۳۹۷ جلسه‌ای در دفتر آقای فرهود حقی با حضور جمعی از اعضای انجمن و هیئت‌مدیره برپا گردید. نتیجه‌ی این جلسه قبول استعفای ایشان و تهیه‌ی صورت‌جلسه بود. در ادامه، افراد حاضر در جلسه تصمیم گرفتند بعد از پایان

تعطیلات نوروز ۱۳۹۸ جلسات منظمی را برپا کرده و مقدمات برگزاری مجمع عمومی و انتخابات هیئت‌مدیره‌ی جدید انجمن را فراهم آورند.

جلسه‌ی مجمع عمومی انتخابات چهارمین دوره هیئت‌مدیره انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران در تاریخ ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۸ در سالن امیرخانی‌خانه‌ی هنرمندان تهران با حضور بیش از نیمی از اعضا به حد نصاب رسید و به‌طور رسمی تشکیل شد. در متن زیر گزارش کامل مجمع عمومی انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی ایران آمده است: «در ابتدا گزارش هیئت‌مدیره و گزارش بازرس قرائت گردید و در ادامه گفت‌وگوها و تبادل نظر اعضا پیرامون مشکلات موجود در زیرساخت‌های اساسنامه و همچنین خلاءهای قانونی در خصوص اعضای موسوم به موقت به استماع همه اعضا رسید و با اتفاق آرا حاضرین در جلسه تصمیم گرفته شد برای رفع معضلات ذکرشده، در همین مجمع عمومی به جای انتخاب هیئت‌مدیره‌ی بعدی انتخاباتی برای تشکیل یک هیئت انتقالی صورت پذیرد و وظایف هیئت انتقالی به شرح ذیل تعیین گردید:

۱- بررسی مجدد اساسنامه انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی ایران، اصلاح قوانین موجود، مناسب‌سازی آن‌ها با نیازهای انجمن، تدوین قوانین جدید و رفع نواقص قانونی.

۲- تدوین شرایط قانونی و مدون جهت تغییر وضعیت اعضا موقت به عضویت دائم.

هیئت انتقالی موظف است طی مدت حداقل ۳ ماه (با قابلیت تمدید ۳ ماهه) وظایف درج‌شده را به انجام برساند و سپس با هدف ارائه اصلاحات صورت‌گرفته و برگزاری انتخابات هیئت‌مدیره‌ی جدید، اقدام به برپایی یک جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده نماید. در ادامه جلسه، انتخابات هیئت انتقالی با نامزدی ۱۲ نفر برای هیئت اصلی و ۲ نفر برای بازرسی انجام گردید و در نهایت اعضا اصلی و علی‌البدل به شرح زیر انتخاب گردید:

اعضا اصلی :

۱- مجید پناهی جو ۴۸ رأی؛ ۲-علیرضا رفایی ۴۳ رأی؛ ۳-حامد فضل‌اللهی ۳۴ رأی؛ ۴ و ۵-سید مهدی کاشی‌زاد و صالح گورابی ۳۱ رأی.

بازرس :

سام غضنفری ۳۶ رأی.»

متن کامل گزارش فوق در وبسایت رسمی انجمن منتشر شده و در دسترس عموم



می‌باشد.

هیئت انتقالی بی‌درنگ آغاز به کار کرد و بنا به حساسیت‌های موجود در انجمن تمامی جلسات خود را در اماکن عمومی برگزار کرده و هزینه‌ها را از حساب شخصی خودشان پرداخت می‌کردند.

در رابطه با وظیفه‌ی تغییر وضعیت اعضای موقت به عضویت دائم که در مجمع عمومی به هیئت انتقالی محول شد، این هیئت اقدامات زیر را انجام داد:

■ دیدار با اعضای (دائم و غیردائم) انجمن، به منظور دریافت نظرات ایشان (درباره‌ی روند تغییر عضویت) در تاریخ ۱۰ تیر ۱۳۹۸

■ اعلام فراخوان تبدیل روند تغییر عضویت غیردائم به دائم، مورخ ۸ مرداد ۱۳۹۸ (تا تاریخ ۲۷ مرداد)

■ اطلاع‌رسانی به‌وسیله‌ی سایت، اینستاگرام، تلگرام، واتساپ

■ دریافت بالغ بر ۲۴۰۰ اثر و رزومه‌ی کاری، مدارک تدریس و ...

■ تماس با اعضای غیردائم که رزومه خود را در بازه‌ی تعیین‌شده ارسال نکردند، از تاریخ ۲۷ مرداد ۱۳۹۸

■ برگزاری جلسات بررسی روند تغییر عضویت در تاریخ ۱۴ و ۲۶ شهریور ۱۳۹۸

■ ارسال آثار به کمیته‌های فنی از تاریخ ۱۷ مهر ۱۳۹۸ (متشکل از ۳۱ نفر از اعضای باسابقه‌ی انجمن)

■ اعلام اسامی پذیرفته‌شدگان تبدیل عضویت غیردائم به دائم در تاریخ ۷ آذر در سایت، اینستاگرام و تلگرام

■ اعلام به تک تک اعضای پذیرفته‌شده به‌وسیله‌ی تلگرام و درخواست دریافت مدارک فردی (۱۴ آذر)

در رابطه با وظیفه‌ی بررسی مجدد اساسنامه‌ی انجمن که در مجمع عمومی به هیئت انتقالی محول شد نیز این هیئت انتقالی اقدامات زیر را انجام داد:

■ مراجعات متعدد به وزارت فرهنگ و ارشاد استان تهران و ادارات وابسته جهت دریافت رونوشت اساسنامه‌ی اصلی و سوابق حقوقی و ثبتی انجمن

■ برگزاری جلسات بررسی اساسنامه و رسیدگی به مسائل و راهکارها

■ انتشار پیش‌نویس اساسنامه‌ی جدید انجمن و درخواست از اعضا برای بررسی و اعلام نظر در تاریخ ۱۷ آذر ۱۳۹۸

«که عشق آسان نمود اول ولی افتاد مشکل‌ها»

وجود چند اساسنامه با متون مختلف در وبسایت انجمن و مدارکی که در اختیار هیئت انتقالی قرار گرفته بود و عدم تطابق آن‌ها باعث سردرگمی هیئت انتقالی شد. بررسی مجدد اساسنامه‌ی انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران و اصلاح قوانین موجود، نیازمند دسترسی هیئت انتقالی به اساسنامه اصلی انجمن داشت. اساسنامه‌ی اصلی همان اساسنامه‌ای است که هنگام ثبت به وزارت فرهنگ و ارشاد تحویل گردید. هیئت انتقالی به پی‌گیری این موضوع از طریق پیشکسوتان انجمن، اعضای هیئت‌مدیره قبلی و هیئت مؤسس اقدام کرد. با این حال، به دلیل نبود مدارک کافی، هیئت انتقالی مجبور به اخذ مدارک از مراجع ذی‌صلاح (وزارت فرهنگ و ارشاد) شد. با استعلام از وزارت فرهنگ و ارشاد، مشخص شد که انجمن در مراجع قانونی و ذیصلاح فاقد پروانه فعالیت است و هیچ‌گونه

حقی در دفتر ایشان، آقای هاروتیونیان در یک کافی شاپ و آقای منادی زاده در یک کافی شاپ)

جلسه با اعضای «هیئت مؤسس» انجمن در دفتر «انجمن عکاسان ایران» در تاریخ ۸ شهریور ۱۳۹۸ با حضور آقایان: فرهود حقی، هومن صدر، محمد خادمیان، محمدمهدی رحیمیان و محسن حاجتمند



جلسه با اعضای پیشکسوت انجمن در دفتر «انجمن عکاسان ایران» در تاریخ ۹ بهمن ۱۳۹۸ با حضور آقایان: هومن صدر، محمد خادمیان، محمدمهدی رحیمیان، حسین بهبودی، ویلیام هاروتیونیان، بهنام منادی زاده، فرزاد هاشمی و با همراهی آقای علیرضا اکرمی



جلسات با آقایان مجتبی آقایی در دفتر کار ایشان، علی رئیس شقاقی در منزل ایشان و آقای مظفری رئیس اداره هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد در محل دفتر ایشان در وزارت فرهنگ و ارشاد

بعد از کلیه این جلسات و تبادل نظرات و با توجه بر این که دیگر وزارت فرهنگ و ارشاد از ثبت دوباره انجمن در آن وزارتخانه جلوگیری

سوابقی از انجمن در وزارت فرهنگ و ارشاد وجود ندارد. البته، این احتمال هم وجود دارد که مدارکی وجود داشته که به علت گذشت سالیان و عدم پیگیری از طرف انجمن معدوم گردیده یا به لایه های زیرین بایگانی منتقل شده باشد. با پیگیری های مجدانه، هیئت انتقالی موفق شد نامه ای را در بایگانی به صورت مجازی رؤیت کند. این نامه به شماره ی ۱۸۸۵ مبنی بر درخواستی بود که طی آن انجمن آقای فرهود حقی را به عنوان مدیر مسئول معرفی کرده بود. لازم به ذکر است که در ادامه هیچ پیگیری دیگری که به این نامه ارجاع داشته باشد صورت نگرفته است.

با توجه به شرایط پیش آمده، هیئت انتقالی تصمیم گرفت از طریق همان اساسنامه های که در دسترس بود و همچنین تطبیق دادن با اساسنامه های مشابه موجود در وزارت کار و وزارت فرهنگ و ارشاد، روند بررسی مجدد اساسنامه ی انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران را پیش برده و با پیگیری از طریق مراجعه به مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اقدام به ثبت مجدد انجمن در آن وزارتخانه کند. متأسفانه، قوانین ثبت انجمن ها از طرف دولت دچار تغییر و تحویل شده بود و تنها به اعضا اجازه ی ثبت یک شرکت چند منظوره فرهنگی-هنری داده می شد. البته، چنین رویکردی با اهداف انجمن مطابقت نداشت. از این رو، هیئت انتقالی مسئله ی عدم ثبت انجمن در وزارت فرهنگ و ارشاد را از طریق جلسات زیر پیگیری کرد:

جلسات با رئیس و اعضای پیشین هیئت مدیره (آقایان ولی زاده در دفتر ایشان، آقای

به عمل می‌آورد و در آن زمان وزارت کشور به عنوان مجری ثبت سَمَن‌ها (سازمانهای مردم نهاد) از طرف دولت تعیین گردیده بود، تصمیم بر آن شد که هیئت انتقالی با اجازه‌ی هیئت مؤسس اقدامات لازم برای ثبت انجمن به عنوان یک سازمان مردم نهاد در وزارت کشور را به عمل آورد. مقدمات این کار با همکاری آقای علیرضا اکرمی انجام شد و مدارک لازم تحویل وزارت کشور گردید و کد رهگیری به شماره‌ی ۴۶۵۱۰۱۳۱۰۲ دریافت شد. مطابق قانون می‌بایست ظرف مدت ۱۰ روز کاری جوابیه وزارت کشور از طریق سامانه ابلاغ می‌گردید؛ اما، بعد از موعد مقرر که جوابی از وزارت کشور در سامانه ثبت نشد، طی پی‌گیری‌های پی‌پی از وزارت کشور به ما اعلام شد به علت اجرای انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی در اسفند ۱۳۹۸ وزارت کشور تا پایان انتخابات و شمارش آرا و رسیدگی به کلیه شکایات، از جواب‌دهی به متقاضیان ثبت سمن (سازمان مردم نهاد) معذور است.

پاییز و زمستان ۱۳۹۸ چند واقعه‌ی مهم سیاسی در سطح کشور نیز به وقوع پیوست. تمامی این تنش‌های سیاسی مشکلاتی را در جامعه به همراه داشت. مهم‌ترین آن‌ها که بر فعالیت‌های هیئت انتقالی تأثیر داشت، قطعی مرتب اینترنت و سپس پایین آمدن شدید سرعت آن و همچنین از دسترس خارج شدن اپلیکشن‌های ارتباطی رایج چون واتس‌آپ، اینستاگرام و تلگرام و البته عدم امکان تشکیل جلسات حضوری بود.

هماهنگی و برگزاری تمامی جلسات و پی‌گیری‌هایی که از طرف هیئت انتقالی انجام می‌گرفت، به‌خودی‌خود بسیار زمان‌بر

و فرسایشی بود. این مشکلات باهم‌راستا شدن با مسائل کلان مملکتی تشدید شد. لذا هیئت انتقالی تصمیم گرفت، به جهت این‌که بیش‌ازاین از فرجه‌ی زمانی ۶ ماهه اعطا شده در جلسه ۲۷ اردیبهشت عدول نکند، اقدام به برپایی مجمع عمومی فوق‌العاده کند و کلیه گزارشات را به صورت مستند به اطلاع اعضای انجمن عکاسان تبلیغاتی و معماری برساند. اقدامات لازم انجام گرفت و سالن شهناز خانه هنرمندان تهران برای روز ۹ اسفند ۱۳۹۸ اجاره گردید و فراخوان مجمع عمومی هم از طریق وبسایت رسمی انجمن و اینستاگرام به اطلاع همه اعضای انجمن رسید. طی جلسه‌ای حضوری با استاد قلم‌سیاه، ایشان قبول زحمت کرده تا مدیریت جلسه مجمع را به عهده بگیرند. مجری جلسه و عوامل اجرایی هم انتخاب شدند و اقدامات لازم برای پذیرایی هم صورت گرفت. در نهایت گزارش کامل وقایع چند ماه گذشته برای ارائه به اعضا تهیه و تنظیم گردید و مقدمات برپایی مجمع انجام شد.

از ابتدای اسفند ۱۳۹۸ با جدی شدن همه‌گیری ویروس کرونا در ایران، فعالیت‌های هیئت انتقالی وارد مرحله تازه‌ای شد. در اوایل اسفند از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اطلاعیه‌ای صادر شد و تمامی گردهمایی‌ها که در مراکز زیر نظر آن وزارتخانه قرار بود به انجام برسد تا اطلاع ثانوی ملغی گردید. خانه هنرمندان هم اقدام به لغو همه همایش‌ها در آن مرکز کرده و به تبع آن مجمع عمومی فوق‌العاده ۹ اسفند هم به زمان دیگری موکول شد.

بهار ۱۳۹۹ را می‌توان ساکت‌ترین دوران فعالیت‌های هیئت انتقالی انجمن دانست. سایه‌ی وحشت کرونا بر تمامی دنیا گسترده بود و هر روز اخبار بدی از گوشه و کنار ایران به

گوش می‌رسید. هنوز برپایی مجمع به صورت مجازی در کشور ناشناخته بود. نه جلسه‌ای تشکیل می‌شد و نه موضوعی برای بحث و گفتگو در جلسه وجود داشت که برایش جلسه گذاشته شود. اما، در خرداد ۱۳۹۹ هیئت انتقالی از اطلاعیه‌ای آگاه شد که می‌توانست کورسوی روشنایی در آن ظلمات باشد.

در تاریخ ۱۳۹۸/۸/۲۲ از طرف هیئت وزیران دستورالعملی تصویب شد که طی متن دقیق این تصویب‌نامه «اشخاص حقیقی پدیدآورنده‌ی آثار فرهنگی و هنری و شاغلان بخش فرهنگ، هنر و رسانه‌ها می‌توانند برای تأسیس انجمن صنفی سراسری در رشته‌ی تخصصی درخواست خود را به وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی ارائه کنند». این مصوبه به شماره ۹۸/۸/۲۲ توسط هیئت وزیران به تصویب رسیده بود و در تاریخ ۱۳۹۹/۳/۱۱ به شماره ۹۹/۱۲۲۶۰۱ از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اطلاع رسانی عمومی گردید. ممکن است عدم پاسخگویی وزارت کشور در مورد درخواست ثبت‌سمن در زمستان ۱۳۹۸، به دلیل همین تصویب نامه باشد.

به هر حال، جلسات هیئت انتقالی از سر گرفته شد و به جهت این‌که فرصت بدست آمده در شلوغی‌ها و کاغذبازی‌های اداری از دست نرود، از جناب آقای وحید گودرزپور که هم‌زمان وکیل دادگستری و از اعضای انجمن هستند، کمک گرفته شد تا با تجربه‌ی خودشان در موارد حقوقی انجمن رایاری رسانند. ایشان هم با رویی گشاده و خالصانه درخواست را پذیرفتند. به این ترتیب، دوباره شروع به جمع‌آوری مدارک و انجام مراحل پیش‌نیاز ثبت انجمن گردید. ابتدا سعی بر اثبات وجود انجمن قبلی بود. ولی حتی با جمع‌آوری مدارک مختلف از انجمن مانند سوابق نمایشگاهی در فرهنگسرای نیاوران، وزارت کشور، موزه‌ی امام علی، خانه‌ی هنرمندان و غیره و ارائه آن‌ها به مسئولان مربوطه در وزارت کار هم موفق به متقاعد کردن آن‌ها مبنی بر وجود انجمن در سال‌های گذشته و به مدت ۱۵ سال نشدیم. تنها مدارک حقوقی، مورد قبول وزارت کار بود و از آنجایی که انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران هیچ‌گونه مدرک و پروانه‌ی حقوقی که دارای رسمیت باشد نداشت، تنها با ثبت انجمن به عنوان یک انجمن جدید موافقت شد. به این ترتیب، می‌بایست مانند تمامی انجمن‌های



دیگر همه‌ی مراحل ثبت از ابتدا طی می‌شد. اواخر تابستان ۱۳۹۹ مراحل ثبت‌نام در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به پایان رسید و باید منتظر می‌ماندیم تا برای تأیید به کمیسیون ماده‌ی ۴ در وزارت فرهنگ و ارشاد ارجاع شود. ابتدا در تاریخ ۲۲ دی ۱۳۹۹ در محل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واقع در میدان بهارستان اولین جلسه به ریاست آقای سهرابی برپا شد که در این جلسه آقایان مجید پناهی‌جو، مهدی رحیمیان و وحید گودرزپور برای دفاع در این جلسه حضور داشتند و از دلایل وجود این انجمن تخصصی عکاسی دفاع کردند. بعد از پی‌گیری‌های انجام گرفته، مطلع شدیم که کمیسیون به رأی واحد نرسیده است و دوباره می‌بایست در جلسه‌ی بعدی کمیسیون شرکت کنیم. جلسه‌ی بعدی در تاریخ ۶ اسفند ۱۳۹۹ در همان محل قبلی کمیسیون دوباره تشکیل شد و این بار آقایان پناهی‌جو و گودرزپور در جلسه شرکت کرده و دفاعیات خود را به اطلاع کمیسیون رساندند. هر چند با کمال تعجب شاهد همکاری بودیم که در کمیسیون حضور داشتند و با تشکیل انجمن مخالف بودند؛ اما، در نهایت کمیسیون رأی به تصویب تشکیل انجمن عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری داد. بالاخره بعد از یک سال و نیم تلاش هیئت انتقالی برای ثبت حقوقی انجمن این امر در حال محقق شدن بود. اسامی اعضای هیئت مؤسس انجمن بدین شرح است: آقایان مجید پناهی‌جو، حامد فضل‌الهی، علیرضا رفایی، صالح گورابی و سید مهدی کاشی‌زاد.

از این‌پس می‌بایست انجمن دستورالعمل‌های وزارت کار را دنبال می‌کرد تا مراحل ثبت

و دریافت پروانه به پایان برسد. در اولین مرحله باید آگهی عضوگیری در یک روزنامه‌ی کثیرالانتشار چاپ می‌شد تا بستر عضوگیری جدید فراهم شود. این آگهی در روزنامه کار و کارگر شماره ۸۶۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۲/۵ به چاپ رسید و همزمان با اطلاع رسانی عمومی، بسترهای مناسب ثبت‌نام در وبسایت انجمن تعبیه شد. با توجه به عدم تداوم فعالیت انجمن در امتداد فعالیت‌های پیشین، تمامی مراحل می‌بایست از ابتدا پی‌گیری می‌شد. به این ترتیب، کلیه‌ی اعضای قدیمی هم باید از طریق وبسایت درخواست عضویت می‌دادند. این کار از نظر حقوقی امری واجب بود. چرا که بدون اجازه‌ی هیچ شخصی نمی‌شود نام آن فرد را به عنوان عضو یک انجمن درج کرد. هر چند، همه‌ی این مسائل باعث کارهای مضاعفی برای انجمن و هیئت مؤسس می‌شد؛ اما، برای قانونی‌بودن تمامی مراحل می‌بایست همه‌ی این فعالیت‌ها صورت می‌گرفت. سپس باید مراحل برپا کردن مجمع عمومی به انجام می‌رسید. سالن شهناز خانه هنرمندان تهران برای تاریخ ۲۱ مرداد ۱۴۰۰ رزرو گردید و طبق قانون می‌بایست آگهی مجمع نیز ۲۱ روز قبل از آن به چاپ می‌رسید. آگهی برگزاری اولین مجمع در روزنامه کار و کارگر شماره ۸۶۶۰ مورخ ۱۴۰۰/۴/۱۰ به چاپ رسید. بعد از چاپ آگهی و رزرو سالن با بالارفتن دوباره تعداد افراد درگیر بیماری کرونا از وزارت کار برای برپایی این مجمع عمومی طی نامه شماره ۴۰۱-۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۸ استعلام به عمل آمد. در جواب این استعلام طی نامه شماره ۷۶۴۷۳ مورخ ۱۴۰۰/۵/۴ مدیر کل سازمانهای کارگری و کارفرمایی

توصیه به برگزاری انجمن به صورت مجازی (غیر حضوری) کرد و برپایی مجمع به صورت حضوری را فقط منوط بر گرفتن مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح دانست.

برای بار دوم همه گیری ویروس کووید ۱۹ مجمع عمومی را ملغی کرد. برای برپایی مجمع با چند شرکت در زمینه برپایی مجمع به صورت مجازی مذاکراتی برپا شد و در نهایت قرارداد برپایی مجمع به صورت مجازی منعقد گردید. آگهی برگزاری اولین مجمع به صورت مجازی این بار در روزنامه کار و کارگر شماره ۸۶۸۴ مورخ ۱۴۰۰/۵/۱۰ به چاپ رسید و از اعضا دعوت شد که در مجمع عمومی به صورت مجازی در تاریخ ۳ شهریور ۱۴۰۰ از طریق وبسایت انجمن حضور به هم رسانند. از آنجایی که برپایی مجمع عمومی به صورت مجازی یک امر نوپایی است، چندین فیلم آموزشی جهت یادگیری اعضا برای حضور مجازی در مجمع ساخته شد و در رسانه‌ها منتشر گردید. همچنین، دوبار با کمک شرکت پیمانکار، مجمع مجازی به طور آزمایشی با همان پلتفرم با حضور تعدادی از اعضا، شبیه سازی گردید تا اگر مشکلی پیش آید زودتر شناسایی و برای رفع آن اقدام شود. هماهنگی‌های لازم جهت حضور مجازی نماینده ناظر وزارت کار هم انجام گردید تا این نماینده صحت انتخابات را تایید نماید.

در نهایت برای نخستین بار در تاریخ انجمن به طور رسمی و با حضور نماینده دولت، اولین مجمع عمومی انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری به طور مجازی در تاریخ سوم شهریور ۱۴۰۰ تشکیل شد و در آن، انتخابات اولین هیئت‌مدیره و بازرس انجمن با حضور ۱۵۳ نفر عضو از کل

۲۱۷ نفر اعضا بر پا گردید و به تایید نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رسید. هیئت‌رئیس‌هی جلسه مجمع عمومی عبارت بودند از آقایان :

۱- فرهود حق۲- داریوش کیانی۳- محمد خیاطی۴- میران مباحثی۵- مهدی دیلمقانی اسامی افرادی که در انتخابات به عنوان هیئت‌مدیره به انتخاب اعضا رسیدند عبارت‌اند از:

۱- مجید پناهی جو ۲- علیرضا رفایی۳- حامد فضل الهی۴- سید مهدی کاشی زاد۵- مهدی فلاخویی به عنوان اعضای اصلی هیئت‌مدیره و همچنین ۱- صالح گورابی۲- اشکان یدالهی به عنوان اعضای علی‌البدل هیئت‌مدیره.

همچنین در این انتخابات آقای سام غضنفری به عنوان بازرس اصلی و خانم سارا غلامیانی به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.



در ادامه، کارهای اداری بعد از مجمع هم توسط اولین هیئت‌مدیره در حال پی‌گیری بود. اساسنامه و مدارک تأیید صحت مجمع عمومی توسط پیمانکار صادر و به امضای هیئت‌رئیس‌ه رسید. در تاریخ ۲۱ آذر ۱۴۰۰ نیز در شماره

۸۷۹۱ روزنامه کار و کارگر آگهی ثبت انتخابات انجمن به امضای آقای فرزاد یوسفی مدیر کل سازمان های کارگری و کارفرمایی به چاپ رسید. در نهایت، در تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۴ این آگهی در روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران شماره ۲۲۳۶۳ درج شد.

مطالبی که در بالا آمده است همگی مستند به اسناد رسمی، صورت جلسات، مدارک مجازی، صوتی و تصویری می باشند. هم چنین، تلاش شد تا برای ثبت در تاریخ انجمن، کلیه ی مطالب با دقت و وسواس زیاد و بدون هیچ گونه جهت گیری تهیه و تنظیم شود.

هیئت مدیره انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری



تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۰/۰۴

شماره روزنامه: ۲۲۳۶۳

شماره صفحه روزنامه شهرستلن: ۴۰ تهران: ۲۴



تاریخ نامه: ۱۴۰۰/۹/۱۷

شماره نامه: ۱۳۳۸۰۷۲۱۷۸۱۰۲

آگهی ثبت انتخابات انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری

به استناد بند (چ) ماده (۹۲) قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و تصویب نامه شماره ۵۵۶۹/ت/۵۶۹۱۴ هـ مورخ ۲۲/۸/۱۳۹۸ هیأت وزیران و دستورالعمل نحوه تشکیل و فعالیت انجمنهای صنفی فرهنگ، هنر و رسانه و کانون های مربوطه - مصوب ۳۰/۱۱/۹۸ کمیسیون موضوع بند (۴) تصویب نامه منکور - و بر اساس مدارک ارسالی، تشکل منکور در تاریخ ۰۳/۰۶/۱۴۰۰ به شماره ۳۲۳۳۱۱۴ در این اداره کل ثبت گردیده است. اسامی اعضای اصلی و علی البدل هیأت مدیره به مدت ۳ سال و بازرسان به مدت ۲ سال که در مجمع عمومی موسس مورخ ۰۳/۰۶/۱۴۰۰ انتخاب و سمت اعضای هیأت مدیره که در جلسه هیأت مدیره مورخ ۱۱/۰۶/۱۴۰۰ تعیین شده اند، به شرح زیر می باشد: آقای مجید پناهی جورییس هیأت مدیره آقای علیرضا رفائی قالیبافان مشهیدینایب رییس آقای مهدی فلاخونی نژادخزانه دار آقای حامد فضل الهیدبیر و عضو اصلی هیأت مدیره آقای سید مهدی کاشی زادعضو اصلی هیأت مدیره آقایان؛ صالح گورابی و سیمهدی یدالهیاعضای علی البدل هیأت مدیره آقای سید سام غضنفریبازرس اصلی خانم سارا غلامیانیبازرس علی البدل به استناد تبصره (۲) ماده (۲۲) اساسنامه و صورتجلسه مورخ ۱۱/۰۶/۱۴۰۰ هیأت مدیره، کلیه مکاتبات اداری و اوراق عادی با امضای رییس هیأت مدیره یا دبیر، ممهور به مهر تشکل و کلیه اسناد مالی، اوراق بهادار و قراردادهای تعهدآور که به تصویب هیأت مدیره رسیده باشند؛ با امضای مشترک رییس هیأت مدیره یا دبیر و خزانه دار و ممهور به مهر تشکل معتبر خواهد بود. فرزاد یوسفی- مدیرکل سازمان های کارگری و کارفرمایی

معاونت روابط کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

شماره پیگیری: ۰۰۰۹۲۰۷۳۸۶۷۷۴۶۲

<http://www.rooznamehrasmi.ir/News/ShowNews.aspx?Code=16213794>

لینک آگهی در سایت روزنامه رسمی:

این روزنامه بصورت الکترونیکی و در قالب فایل PDF تولید و منتشر شده است. برای اطمینان از اعتبار و صحت امضاء دیجیتال و نسخه چاپی به نشانی مندرج در انتهای آگهی مراجعه نمایید

رفع مسئولیت:

مطالب آگهی های منتشر شده در روزنامه رسمی براساس چرخه مشخصی که از تقدیم مفاد آن از سوی ذینفع قانونی به ادارات ثبت (شرکتهای) در تهران و شهرستانها آغاز و پس از جری تشریفات مربوطه به صورت آگهی تسلیم روزنامه رسمی کشور برای انتشار می گردد، پیروی می نماید. لهذا این مرجع هیچگونه دخالتی در مفاد و مندرجات آگهی های مزبور نداشته و ندارد.





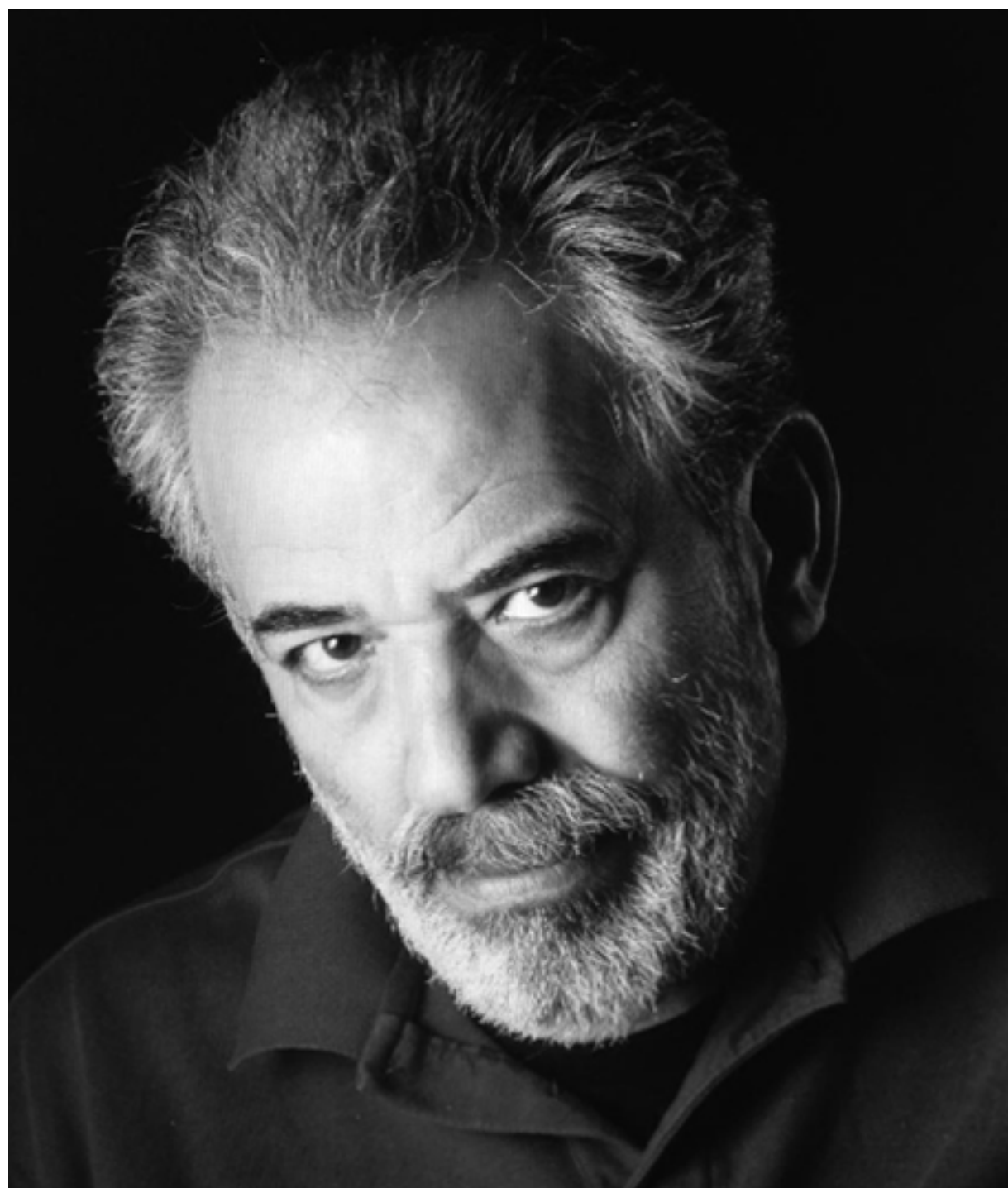


مصاحبه با آقای فرهود حقی



تعریف و تجربه‌ی شما از انواع و اقسام کارهای گروهی و صنفی چیست؟ باید‌ها و نبایدهای کارهای گروهی چیست؟

من کار گروهی و صنفی را به صورت خرد کردن کار بین افراد گروه نمی‌بینم. کار گروهی برایم بیش‌تر سپردن کار به کاردان‌ترین فرد گروه و همکاری بقیه‌ی گروه با آن عضو مسئول در جهت یادگیری از او و ذخیره‌ی توان اجرایی ایشان با کمک‌رسانی به وی می‌باشد. افراد در یک گروه می‌توانند با هم همکاری کنند؛ ولی، این موضوع اغلب اوقات باعث لوث شدن مسئولیت می‌شود. باید‌ها و نبایدهای کار گروهی را اغلب میدانیم. از عواملی که باعث میشود در کارهای گروهی بین افراد تنش به وجود بیاید، قبول نداشتن یکدیگر است. اگر به هم‌کار بغل دستی خود ایرادی دارید، می‌توانید صادقانه با او در میان بگذارید! اگر برای ذکر ایراد لب گشودید و سعی صدر نداشتید تا دقایق بعدی عملیات هم‌کارتان را ببینید، حتماً باید آماده‌ی ادامه‌ی آن مسئولیت



باشید. والا، عرض اندام در کارهای گروهی سم است و نتیجه‌ی مطلوب را نابود می‌کند. من فقط عرض اندام در تقبل مسئولیت را جایز میدانم.

کارهای گروهی بسیار موفق و شیرین و مفیدی در طی این چهل سال داشته‌ام که ذکر آن‌ها در حوصله‌ی اکنون نمی‌گنجد. ولی، به انجام آن کارها مفتخر هستم و از هم‌کاران آن دوران که به من مجال تقبل مسئولیت می‌دادند متشکرم.

نگرش و چشم‌انداز شما در مورد انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی و معماری چه بوده‌است؟

قریب به بیست سال از آن نگرشها و انگیزه‌ها گذشته است. حتی اگر نگوییم که به یاد نمی‌آورم؛ ولی، در هر سن و شرایطی انسان نگاه دوران خود را دارد. در آن دوران تمامی جامعه‌ی هنرمندان و دست‌اندرکاران هنرهای تجسمی در یک فضای گلاس‌نوست مانند (فضای باز و شفاف)، نفس می‌کشیدند. ما نیز مستثنی نبودیم، و

به دنبال یک چشم‌انداز شفاف برای حرفه و صنف خود می‌گشتیم. ما هنوز هم جویای چنین چشماندازی هستیم؛ اما، نکته‌ای که بدون تغییر باقی‌مانده و هنوز خواست فعالان این حرفه است، موضوع کپی رایت و مالکیت معنوی بوده و هست. به هر حال، فرهود حق ۴۵ ساله تا ۶۵ ساله اجازه دارد متفاوت بیندیشد.

اگر نظرتان این است که انجمن به چشم‌اندازهای اولیه‌ی خود نائل نشده، از نظر آسیب‌شناسی، این عدم دسترسی نتیجه‌ی چه عواملی بوده است؟

بله؛ معتقدم که انجمن به چشم‌اندازهای اولیه‌ی خود نائل نشده است. این عدم دستیابی به جز عواملی که همه به آن اذعان داریم، و تکرار و یادآوری آن‌ها را مفید نمیدانم، علل دیگری هم داشته است که برطرف کردن آن عوامل و شرایط تماماً در حیطه‌ی دخالت مدیران قبلی نبوده است. معتقدم اعضا به آن میزان که در بادی امر مشتاق بودند، به سهم اجرایی و مسئولیتی خود نپرداختند. شرایطی که ما در آن به سر می‌بریم نیز بسیار در آن ناکامی مؤثر بوده است. تورم و افزایش قیمت‌ها و افت ارزش پول، هر برنامه‌ریزی را نابود میکند. ولی مهم‌ترین عامل ناکامی، نبود وارستگی در تمامی افراد جمع بود. دوست دارم بدانم تمام انجمنهایی که در آن زمان، اوایل دهه‌ی ۸۰ تأسیس شدند، اکنون در چه وضعیتی هستند؟ وجود انجمنهای حرفه‌ای و صنفی از ابزارهای توسعه‌ی اقتصادی، سیاسی و

انسانی است. ما آن‌قدر توسعه‌یافته نبودیم تا درک درستی از یک انجمن صنفی داشته باشیم. بیش‌تر خود را طلبکار انگاشتیم تا بدهکار به حرفه و صنف‌مان. مشق کافی نداشتیم.

آیا همان چشم‌اندازهای انجمن را برای حال حاضر نیز کافی میدانید؟ راهکارهای مناسب برای نیل به اهداف چیست؟

بدیهی است که همان چشم‌اندازها دیگر کافی نیستند. ما از چشم‌اندازهایی که به آن‌ها نرسیده‌ایم باید عبور کنیم و اهداف خود را عالیت‌ر و دورتر قرار دهیم. شاید تعجب‌آور باشد؛ ولی این جبر است. ما دوره‌هایی از زمان را گذرانده و طی کرده‌ایم و خروجی مثبتی نداشته‌ایم. نمیتوانیم حالا بعد از چندین سال انتظار داشته باشیم که جهان منتظر ما بایستد. ما نیاز به کار، فکر، تلاش و رشد بیشتری داریم. در همه‌ی جهان توسعه اتفاق افتاده است. بسیاری از رؤیاهای ما فرو ریخته است. رؤیاهای هر ملت و گروهی دارای طیفی از فانتزی‌های زودباورانه تا خواسته‌هایی بسیار عقلایی و عام‌المنفعه است. در این شکست قدری خیر نیز مستتر است.

رؤیاهایمان را باید در طی این سال‌ها هرس کرده باشیم. میتوانیم در انجمن رؤیاهای صنفی خود را روی هم بریزیم و برخی از آن آرزوها را به سود آرزوهای بزرگ‌تر و فراگیرتر بیرون بیندازیم. در تاریخ معاصرمان، ما در انجام کارهای مشابه، بسیار کم‌تمرین و عاری از ممارست هستیم. موضوع عکاسی

که جای خود را دارد. همان‌طور که میدانیم عکاسی و فیلم‌سازی مشابه یکدیگر هستند، ولی عکاسی انفرادیتر است. در ابتدا، باید به یکدیگر احترام گذاشته و همکار خود را قبول داشته باشیم.

رویکرد عضوگیری انجمن و شناسه‌های پراهمیت در این رویه را چگونه میبینید؟

این موضوع بسیار چالش‌برانگیز است. کمیته‌ی فنی انجمن که امر بررسی کارها و سوابق متقاضیان عضویت را بررسی میکند، بسیار وظیفه‌ی مشکلی دارد. از یک سو مایل هستیم که تعداد اعضای انجمن درخور توجه باشد؛ و از طرف دیگر، ورود به انجمن باید محتاطانه باشد. هم‌اکنون اعضای را در انجمن داریم که عکاسی صنعتی و تبلیغاتی و معماری را برای تفنن انجام میدهند و واقعاً در این کار حرفه‌ای نیستند! هرچه تکنولوژی پیش میرود، تمیز توانمندان حرفه‌ای از آماتور مشکل‌تر میشود. وقتی فردی را به عنوان عضو قبول کردیم، ما نیز مسئول نحوه‌ی تعامل او با مشتری‌اش می‌شویم. مجسم کنید که ما عضو کم‌توان و کم‌تجربهای را تأیید کرده‌ایم و او در انجام تکالیف حرفه‌ای خود به درستی انجام وظیفه نکرده و کارفرمای وی از انجمن که به وی کارت عضویت داده شکایت کنند. مسلماً، کمیته‌ی حقوقی انجمن به این موضوع وارد خواهد شد. این موضوع که به چه نحو میشود اعضا را از نظر عملکرد و کیفیت خروجی کار تحت نظر داشت و در طی سال از کارهای آنها و نتایج آن با خبر ماند و در صورت نیاز او را

تقویت کرد و آموزش و مشورت داد، همه و همه نیاز به فکر و تدبیر دارد. این که «به چه کسانی عضویت افتخاری بدهیم؟»، «به چه کسانی جهت عضویت پیشنهاد کار بیشتر و متنوع‌تر بدهیم؟» و «چه میزان و چه تعداد از تنوع کار عکاسی جهت قبول یک متقاضی لازم است؟». (تنوع کارهای ارسالی در تقاضای عضویت بسیار بسیار مهم است). بارها دیده‌ام که فردی ۱۰ عدد عکس از کیک و شیرینی که همه نیز عالی هستند، جهت عضویت ارسال کرده‌است و انتظار قبول‌شدن رزومه‌ی خود را دارد!! جایی باید محکم ایستاد و دلی را شکست؛ چاره‌ی دیگری نیست. مگر آن که، در جمع هیئت مدیره سیاست‌گذاری عضوگیری به شکلی که اکنون و در این لحظه در مخیله‌ی من نمیگنجد، تصمیم بهتری گرفته شود. در ابتدای این سؤال عرض کردم که این موضوع بسیار چالش‌برانگیز است. به هر حال این کشتی بعد از ناخدا دریا هم می‌خواهد و یا برعکس. قدر مسلم این است که باید ممارست و تلاش کرد.



Photo: Farhood Haghi



نظرتان راجع به نشریه‌ی انجمن چیست؟ از نظر شما این نشریه بهتر است به چه سویه‌هایی بپردازد و به چه نحو سیاست‌گذاری شود؟

تولید هنری و محتوا برای نشریه‌ی انجمن کار بسیار سترگی است. فعالیتی مشابه در انجمن طراحان گرافیک با نشر مجله‌ی «نشان»، پیش از این اتفاق افتاده‌است که مجله‌های بسیار وزین، با چاپ عالی و محتوایی رضایت بخش بود. در هیئت مدیره‌ی جدید انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی و معماری، اگر بتوان این نشریه را به چاپ رساند و بصورت منظم توزیع کرد، میتوان بسیار محکم به آینده‌ی انجمن امید بست. «همت جمع را می‌طلبد» تا به این هدف برسیم. دوست ندارم کلمات را ارزان به کار ببرم. کلمه‌ی «همت» و «همت جمع» باید در اعضا ایجاد وظیفه و حس مسئولیت نماید. نشریه‌ی انجمن به عنوان فصل الخطاب میتواند از بسیاری از افراط‌گری‌های اینستاگرامی اعضا کم کند. نیروی مهم در این نشریه، تیم سردبیری قوی و دانا است. این تیم

میبایست در کنار اعضای دائمی نشریه و یک هیئت امنای مسئول و سردبیر، برای هر شماره به برخی از اعضای محترم انجمن، چه به صورت اختیاری و چه به صورت انتخابی مسئولیت دهد و وارد تیم سردبیری نماید. نشریه میبایست در انجام کارهای حرفه‌ای عکاسی روشها و رویه‌های صحیح و تجربه‌شده‌ی فردی و گروهی را آموزش بدهد. بسیار جای خوشبختی است که اکثر اعضای انجمن جوان هستند، ثروتی بی‌کران از نیروی انسانی خوش فکر، روبه‌رشد و نیرومند.

پیشنهادتان به هیئت مدیره‌ی جدید چیست؟

تا جایی که من مطلع هستم و مطلع میشوم، هیئت مدیره‌ی جدید با امکانات مختصری که در اختیار دارد در حال تلاش است. میتوان گفت در حال حاضر بهترین نیروها در هیئت مدیره جمع هستند.

در کنار هیئت مدیره‌ی جدید شکل‌گیری

یک هیئت امنا جهت یاری به جمع را مفید می‌بینم. این هیئت امنا میتواند در طی زمان به وجود بیاید. افرادی که مورد وثوق اعضا هستند به مرور زمان در تصمیم‌گیریها و به خصوص در تولید نشریه‌ی انجمن مشخص خواهند شد. در ذیل این سؤال، بسیار جدی‌گرفتن و همت‌گماردن در تولید نشریه را میتوانم پیشنهاد دهم. نشریه‌ی انجمن که جویای نام مناسب و نیکی برای آن هستم قوی‌ترین تربییون و محمل و محفل انجمن است. در سی‌سال گذشته داشتن یک نشریه همواره مورد بحث بود و هیچ‌گاه مثل امروز جدی تلقی نشده بود. با وجود انواع گوناگون رسانه که امروزه در اختیار اعضا هست، نشریه هیچ‌گاه مانند امروز نمیتوانست مفید باشد. پیش از این، تلاشهایی صورت گرفت و بروشور مختصری چاپ شد و حتی مقدمات چاپ یک کتاب فراهم گردید؛ ولی، به نتیجه نرسید. البته، دلایل آن فقط متوجه هیئت مدیره قبلی نیست. ما همه به نوعی آرزوهایی را به قربانگاه تورم اقتصادی برده‌ایم. انشاءالله این بار میشود. پیشنهاد دیگر به هیئت مدیره‌ی امروز انجمن، و به خصوص بازرسی محترم آن، تیزبینی جهت ممانعت از مصادره‌ی اعتبار انجمن است؛ که با شناختی که تاکنون حاصل شده محتمل نمیباشد.

پیشنهادتان به اعضای انجمن چیست؟

خروج از قالب اسمی انجمن و ورود به قالب یک عکاس حرفه‌ای است.

با هویت حرفه‌ای خود وارد انجمن شوید

و از انجمن برای خود هویتی حرفه‌ای نسازید.

انجمن جمع همه‌ی ماست؛ از اعتبار جمع برای کسب هویت و اعتبار استفاده نکنید.

به انجمن اضافه کنید، فعلاً برداشت نکنید تا این نهال تناور و گسترده شود. زمان می‌برد و تلاش می‌خواهد. تک‌تک ما عکاسان جایز الخطا هستیم؛ در پشت ویتترین انجمن ایستادن و منفرد کار و خطا کردن فقط از اعتبار انجمن میکاهد.

پیشنهاد دیگر به اعضا این نکته است که: قرار نیست یک عکاس صنعتی و تبلیغاتی در طی عمر کاری خود، کار صنعتی را عکاسی از تیر و تخته، کارگاه و کارخانه و کار تبلیغاتی را فقط عکاسی تجاری از انواع کالاها بپندارد. شما به عنوان عکاس بجز امرار معاش از طریق عکاسی، به عنوان صاحب فن وظایف آموزشی، اجتماعی و زیست محیطی نیز دارید. به این فعالیتها نیز بپردازید؛ حتی، اگر بازگشت اقتصادی‌ای برای شما نداشته باشد. این موضوع را میشود با مثالی توضیح داد: یک پزشک یا جراح برای امرار معاش به طبابت می‌پردازد. ولی وظیفه‌ی عالی و غایی وی باید ارتقای سطح بهداشت جامعه باشد. ما عکاس هستیم، عکاسانی که قابلیت‌های فنی و هنریمان به ما توان عینی‌کردن یک ذهنیت را میدهد. حال این ذهنیت میتواند موضوعی جهت بهبود شرایط جامعه باشد. پس با قابلیت‌های عکاسانه‌ی خود یک موضوع اجتماعی را جهت عینی‌سازی انتخاب کنیم و به صورت تصویر درآوریم. پیش‌تر به این موضوع پرداختهام و آن را «عکاسی تبلیغاتی غیر تجاری» نام نهاده بودم.



Photo: Farhood Haghi

مصاحبه با آقای محمد مهدی رحیمیان

تعریف و تجربه تان از انواع و اقسام کارهای
گروهی و صنفی چیست؟
بایدها و نبایدهای کار صنفی چیست؟

در ابتدا باید تفاوت‌ها و محدوده‌های
«کارگروهی» و «فعالیت صنفی» را مشخص
کنیم. در کارگروهی و برای حصول به هدف
مشخصی برای هریک از اعضای گروه یا نفرات
تیم، شرح وظایف مشخصی در نظر گرفته
می‌شود و هر یک از اعضا برای پیشبرد این
کارگروه باید در مکان‌ها و زمان‌هایی مشخصی
فعالیت‌ها یا عملیات خاصی را انجام دهند تا
در نهایت بتوانند یک سامانه مفروض را به
صورت یکپارچه و در جهت حصول به هدف
با موفقیت پیش ببرند. اقدام به فعالیت
صنفی در جوامع روبه توسعه اجتناب ناپذیر
است و کسانی که در یک زمینه‌ی مشخص
به فعالیت حرفه‌ای می‌پردازند برای تحقق
اهداف مشترک صنفی در زمینه‌ی یک نوع
حرفه یا شغلِ مشخص، در قالب یک تشکل
صنفی، در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند تا
بتوانند روابط خود با مشتریان، مخاطبان،
سایر اصناف و دولت یا حاکمیت را تعریف،



تدوین، مصوّب و اجرایی کنند.
انجمن‌های صنفی نیز در واقع «کارگروه»
یا «تیم» نیستند و دارای شرح وظایفی
مشخص برای تامین امنیت شغلی اعضا
و یکپارچگی مواجهی چندجانبه با بازار و
مخاطبان در تعامل با یکدیگر و دولت یا
حاکمیت هستند و الزاماً باید در چهارچوب
اساسنامه آن انجمن نسبت به پذیرش
اعضا و در جهت تحقق اهداف آن تلاش
کنند و آنچه که در اکثر موارد از این تشکل
های صنفی از سوی اعضا و جامعه انتظار
می‌رود عملاً درخواست های فراقانونی
است، مانند تدوین و انتشار بیانیه‌های
غیر مرتبط در موضع‌گیری‌های غیر صنفی
یا سیاسی و حضور موثر در اعتراضات
یا تحولات اجتماعی و مانند آن که خارج
از اهداف اساسنامه و شرح وظایف این
انجمن‌ها است.

بنابر این اساسنامه انجمن‌های صنفی در
چارچوب قوانین جاری کشور تدوین شده
است و انتظاراتی خارج از آن در این زمینه
خارج از موازین حقوقی و قانونی است.

نگرش و چشم انداز پیشینی شما مشخصاً در مورد انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی چه بوده است؟

ضرورت تشکیل این انجمن در ابتدا با هدف شناسایی، گردهمایی و سازماندهی عکاسان تبلیغاتی از سوی عکاسان شاغل به این حرفه در چهل سال گذشته مورد توجه قرار گرفت و جلسات متعددی برای شکل‌گیری آن در دهه‌های شصت و هفتاد برگزار شد اما در واقع در نیمه نخست دهه‌ی هشتاد و در دولت دوم محمد خاتمی و در اداره کل تبلیغات و به کوشش مجتبی آقایی و در مشورت با بزرگان عکاسی این موضوع به صورت جدی مطرح، پیگیری و انجام شد.

انجمن مانند سایر تشکلهای صنفی و بنا به ضرورت حمایت از عکاسان حرفه‌ای (حداقل در سه عرصه‌ی تخصصی تبلیغات، صنعتی و معماری) تشکیل شده است. در واقع این انجمن در شکل امروزی آن یک «اتحادیه صنفی» در عرصه‌ی ملی است زیرا سایر اتحادیه‌های صنفی با فعالیت‌هایی مشابه این انجمن هر یک در محدوده‌ی یک شهر یا کلانشهر فعالیت می‌کنند و این انجمن بدون در نظر گرفتن محدودیت‌های رایج در تقسیمات کشوری و با توجه به شرح وظایف و مأموریت اعضای آن ابتدا در سطح کشور، پس از آن در منطقه خاورمیانه و نیز در سطح بین‌المللی و در تعامل و در رقابت با سایر عکاسان برتر جهان قادر به فعالیت همه‌جانبه است.

اگر نظرتان این است که انجمن به چشم اندازه‌های اولیه خود نایل نشده، از منظر آسیب شناسی، آن عدم دستیابی، نتیجه چه عواملی بوده است؟

ظاهراً چشم انداز در دور دست قرار دارد و با نزدیک شدن به آن از ما دور می‌شود اما در شرایط آرمانی پیوسته ما به سمت و سوی آن در حرکت هستیم.

در واقع هدف از این پرسش، بر میزان تحقق یافتن اهداف اساسنامه انجمن که در سال ۱۳۸۳ تدوین شده متمرکز است و پاسخ به این پرسش در عملکرد انجمن در ۱۶ سال گذشته نهفته است.

انجمن در زمینه‌ها و جنبه‌های مختلف دارای فراز و فرودهای بسیاری بوده و مسیری پُرنوسان را سپری کرده است که نتایج بررسی تاریخی آن بیانگر این موضوع است:

پس از تشکیل نخستین مجمع عمومی، تصویب اساسنامه و برگزاری انتخابات هیات مدیره، عملکرد انجمن در سال نخست و نیز پس از آن تا سال ۱۳۹۷ از سوی اعضای هیات موسس، اعضای انجمن و بازرسان مورد واکاوی و بررسی جدی قرار نگرفت.

روند پیگیری برای دریافت مجوز فعالیت انجمن در وزارت ارشاد در دهه هشتاد در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

از سال ۱۳۸۵ انجمن مانند اکثر انجمن‌های مشابه در دهه هشتاد پس از برگزاری مجمع و انتخاب هیات مدیره از سوی اعضا به تدریج رها شد و رونق دهه‌ی نخستین فعالیت نیز به دلیل حمایت اعضای هیات مدیره و پشتیبانی چندجانبه و مشتاقانه علی‌رئیس شقاقی از حضور، برگزاری جلسات و فعالیت‌های



نمایشگاهی در گالری خارک بود و پس از آن نیز برای ادامه این راه تا نیمه دهه نود تحت حمایت و مدیریت یدالله ولیزاده و با برگزاری نمایشگاه‌ها و کارگاه‌های آموزشی موفق در موزه امام علی (ع) و ده روز با عکاسان ایران و مانند آن مورد توجه قرار گرفت.

عدم برگزاری منظم مجامع عمومی سالانه، عدم شکل‌گیری جلسات پیوسته هیات مدیره در طی سال و متاسفانه محول شدن مسئولیت‌ها از اعضا به هیات مدیره و از هیات مدیره به رئیس هیات مدیره موجب بروز مشکلاتی در روند رشد و توسعه انجمن گردید و هرگز به این موضوع فکر نکردیم که در یک انجمن غیرانتفاعی که اعضای هیات مدیره آن حقوق و دستمزد دریافت نمی‌کنند چگونه یک فرد مانند رئیس هیات مدیره با توجه به مسئولیت‌ها و تعهدات حرفه‌ای خود قادر خواهد بود سال‌ها بار مسئولیت و تعهدات حدود ۱۰۰ عضو فعال را در سراسر کشور به تنهایی بر دوش کشد؟ در این زمینه با توجه به شبهات و ابهاماتی که در سال‌های اخیر مطرح شده است باید در مورد اعضای هیات مدیره و روسای هیات مدیره انجمن منصفانه اظهار نظر کنیم و بدانیم که در این مورد و اداره امور انجمن تلاش بسیاری انجام شده بود اما از زمانی که همه غفلت کردیم و انجمن را رها کردیم و ندانستیم که انجمن‌های مانند این تشکل بر شانه‌های همه اعضای آن قرار دارد و هیات مدیره فقط نقش هماهنگ کننده را برای اجرای اهداف اساسنامه توسط بسیج اعضای انجمن بر عهده دارد و بدون حضور فعال همه اعضای انجمن، انجمن بی‌معنا است البته می‌تواند بصورت یک اتحادیه صنفی دیده و اداره شود اما یک انجمن فرهنگی و غیرانتفاعی برای ادامه حیات نیازمند حضور و

فعالیت اکثر اعضای خود است.

بیش از پیش باید به نقش حضور اعضا در اداره امور انجمن در قالب تشکیل و فعال‌سازی کمیته‌های تخصصی، اندیشه و تلاش کنیم و واسپاری همه امور انجمن به اعضای هیات مدیره به تنهایی انجمن‌ها را در شرایط نامطلوبی قرار خواهد داد و متاسفانه اعضا بر این تصور هستند که با پرداخت منظم حق عضویت سالانه و حضور در انتخابات به وظایف خود عمل کرده‌اند و می‌توانند بدون یاری رساندن به انجمن در موضعی مطالبه‌گر قرار گیرند. انجمن‌های عکاسی را نباید هم‌تراز اداره کل‌های وزارت ارشاد یا وزارت تعاون بدانیم و نباید اعضای هیات مدیره آن را مانند مدیران کل و کارمندان دولت قلمداد کنیم و تا روزی که چنین تصویری در میان اعضا وجود دارد امکان تحقق یافتن اهداف اساسنامه در دور دست قرار خواهد داشت.



آیا همان چشم اندازه‌های اولیه انجمن را برای حال حاضر مناسب و کافی می‌دانید؟
و راهکارهای جنابعالی برای نیل به آن‌ها چیست؟



چشم انداز و اهداف انجمن را می‌توانیم با اندک اصلاحی متناسب با شرایط امروز و آینده این حرفه مورد بازنگری قرار دهیم اما مشکل ما عملیاتی کردن اهداف، تدوین «نقشه راه» و اتخاذ روش‌های مدیریتی نوین و کارآمد برای اداره و پیشبرد اهداف انجمن است.



رویکرد عضوگیری انجمن و شناسه‌های پر اهمیت در این رویه را چگونه می‌بینید؟

باید میان شیوه پذیرش اعضای علاقمند به حضور در یک انجمن حرفه‌ای و تخصصی و نیز پذیرش آثار عکاسان در یک مسابقه عکاسی، تفکیک قائل شویم و بدانیم که عوامل موثر دیگری برای پذیرش اعضا به جز بررسی آثار ایشان در کمیته فنی وجود دارد و افزون بر این باید درخواست‌کنندگان مورد ارزشیابی‌های گوناگون دیگری نیز قرار بگیرند و با برگزاری مصاحبه‌های تخصصی از انگیزه عضویت و میزان توانایی‌های متنوع این افراد و آگاهی عمیق از اهداف اساسنامه و نیز از برآورد علاقمندی ایشان از حضور در فعالیت‌های گروهی انجمن مطلع شوند.

نظرتان در مورد نشریه انجمن چیست؟
از نظر شما نشریه انجمن بهتر است به چه سویه‌هایی بپردازد و به چه نحوی سیاست‌گذاری شود؟

اگر مطبوعات را از ارکان دمکراسی بدانیم باید تولید محتوا و انتشار یک نشریه تخصصی را در یک انجمن حرفه‌ای نیز از ارکان جدایی‌ناپذیر آن بدانیم هر چند که ممکن است در اساسنامه به درستی به اهمیت آن پرداخته نشده باشد. نشریه بیانگر موضع «نظری» و «عملی» هر نهاد فرهنگی و تخصصی در تبیین جایگاه آن در هر مقطع زمانی است. این نشریه باید در چهارچوب اهداف و سیاست‌های جاری و رویکرد تئوریک انجمن نسبت به اکنون و آینده برنامه‌ریزی شود و در این مسیر گام بردارد. نیاز سنجی اعضا در زمینه مباحث نظری و نیز فناوری‌های نوین در بستر حرفه‌ای برای تولید محتوا در اولویت قرار دارد.

انتخاب شورای دبیران بخش‌های تخصصی یا هیات تحریریه نقش اساسی در پیشبرد اهداف آن خواهد داشت و با تحلیل بازخوردهایی که پس از انتشار هر شماره دریافت می‌کنید باید نسبت به تصحیح روش‌های تولید محتوا و شیوه‌های بصری ارائه آن اقدام کنید.

پیشنهادتان به هیات مدیره جدید چیست؟

تحلیل بی‌طرفانه و راهبردی راه طی شده انجمن از سال ۱۳۸۳ و گردآوری و تدوین تجربیات موفق و ناموفق دیگر انجمن‌های عکاسی در یک دهه گذشته و برنامه‌ریزی، حرکت و تعیین یک مسیر واقع بینانه سه ساله در چهارچوب اساسنامه و تعامل هوشمندانه و پیوسته با اعضای انجمن در ماه‌ها و سال‌های پیش رو هر چند که می‌دانم هموار کردن این مسیر دشوار، زمان‌بر و نفس‌گیر است اما باید هشیار بود تا انجمن زمین‌گیر نشود.

پیشنهادتان به اعضای انجمن چیست؟

انجمن متعلق به اعضای آن است و مسئولیت اداره و نظارت بر اداره آن نیز در چهارچوب اساسنامه تدوین و تبیین شده است و رها کردن انجمن بسیار مخاطره‌آمیز است و با حضور، کار و تلاش مستمر اعضای توانا در کمیته‌های تخصصی می‌توانیم به ادامه زندگی و فعالیت انجمن به عنوان یک محیط زنده، پویا و کارآمد امیدوار باشیم.



Photo: Farhood Haghi

چشم اندازها

هنر و صنعت عکاسی از بدو پیدایش مورد استقبال ایرانیان قرار گرفت و تقریباً هم‌پای پیشرفت‌های جهانی در این سرزمین نیز توسعه یافت. عکاسی به سرعت به عرصه‌ی هنرنمایی عکاسان شهیر و نامدار ایرانی تبدیل شد. اگرچه، شاید در مقایسه با رشد و گسترش عکاسی در دیگر نقاط جهان، عکاسی در ایران مسیری تا حدودی متفاوت را پیموده باشد؛ اما، همواره وجه حرفه‌ای یا به عبارت دیگر وجه شغلی آن برجسته بوده است. باوجود اهمیت وجه حرفه‌ای از اوایل ورود عکاسی به ایران، وجه صنفی آن هرگز به اندازه‌ی امروز برجسته نبوده است. البته، درک این امر با توجه به شرایط اجتماعی و مسیری که عکاسی ایران تا به امروز طی کرده، چندان دشوار نیست.

با وجود تلاش‌های عکاسان پیشکسوت در حوزه‌های مختلف عکاسی و به‌ویژه در حوزه عکاسی صنعتی، تبلیغاتی و معماری، بعد از گذشت سال‌های متمادی، امروز در آغاز راهی هستیم که حدود شانزده سال پیش در اوایل دهه‌ی هشتاد خورشیدی، نخستین زمزمه‌های آن به گوش رسید. همان دورانی

که مطابق بیان خاطرات بزرگان، پیشنهاد تأسیس انجمنی تخصصی مطرح شد. البته، از آن زمان تاکنون بنا به مسائل و مشکلاتی، این کار به شکل رسمی محقق نشد. در هر صورت، امروز «انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری» انجمنی نوپا و در حال شکل‌گیری است. اگر طولانی‌بودن و روند فرسایشی ثبت انجمن را نقطه‌ی ضعف آن برشماریم؛ درمقابل می‌بایست انگیزه‌ی فراوان، همت و مشارکت تعداد زیادی از عکاسان این حوزه و اراده آن‌ها برای به ثمر رساندن انجمن را اتفاقی مبارک و نقطه‌ی قوت آن در نظر گرفت.

تشکیل انجمن‌ها به طور کلی اهداف گوناگونی را دنبال می‌کند که شاید مهم‌ترین وجه آن حمایت و گردهمایی گروهی از افراد متخصص و هم صنف است. چنین فضایی می‌تواند بستری را برای گفت‌وگو و تبادل نظر اعضا، و همچنین برای پیگیری اهداف و به‌نتیجه‌رساندن آن‌ها به‌وجود بیاورد. اگرچه، شرایط سخت و رکود اقتصادی در این برهه آفت همه‌ی مشاغل است و حرفه‌ی عکاسی تجاری نیز از این امر مستثنی نیست، اما همین موضوع خود دلیلی مبرهن بر لزوم داشتن انجمنی پویا، قوی و منسجم برای کاستن و رفع مشکلات است. این مهم با ارتقای جایگاه عکاسی تجاری و معرفی آن به عنوان حرفه‌ای تعریف‌شده محقق خواهد شد؛ حرفه‌ای که امروزه در موفقیت کسب‌وکارها و همچنین صنعت تبلیغات بسیار تأثیرگذار است.

در این راستا، برای رسیدن به این اصل که حرفه عکاسی تجاری تعریفی جامع و مانع پیدا کند، پیش‌درآمدهایی لازم است. برای مثال، می‌توان به ارائه‌ی تعریف‌های صریح و درست

از خدمات و اصطلاحات، استانداردسازی روند کاری و همچنین تعریف شرح وظایف عکاس و کارفرما، ایجاد نرخنامه‌ی رسمی که مورد وثوق و قبول اکثریت اعضا باشد، اشاره کرد. در ادامه انتظار می‌رود، این حرفه بتواند نقش گسترده‌اش در حوزه‌های مختلف را به جامعه‌ی هدف خود بشناساند. از این منظر، بهبود شرایط کاری عکاسان حرفه‌ای عضو «انجمن صنفی سراسری عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری» همچنین در گرو ارتقای کیفی درک عمومی از عکاسی است.

با در نظر گرفتن اهداف مذکور، قطاعا مهم‌ترین چشم‌انداز انجمن شناخته‌شدن به عنوان معتبرترین مرجع عکاسی صنعتی، تبلیغاتی و معماری کشور و خلق بستری برای ارتباط عکاسان حرفه‌ای و کارفرما خواهد بود. بستری که با به کار گیری پتانسیل‌های اعضای آن قطاعا می‌تواند به بهبود کسب‌وکار در حوزه‌های تخصصی ایشان یاری رساند. حفظ و ارتقای کیفی استانداردهای فنی و هنری و همچنین رشد و بالندگی منش حرفه‌ای اعضای انجمن از مهمترین مؤلفه‌ها برای نیل به این منظور خواهد بود. همچنین فراهم‌سازی فضای گفت‌و شنود و تبادل اطلاعات و تجارب میان اعضا و ایجاد فضای تعامل با جوامع حرفه‌ای بین‌المللی می‌تواند نقش به‌سزایی در بالابردن سطح کیفی انجمن ایفا کند.

علاوه بر مسائلی که از نظر گذشت، انجمن در تلاش است تا با ایجاد ارتباط با مراکز هدف‌گذاری‌شده بتواند در حد امکان تسهیلات و خدماتی را نیز برای بهبود شرایط کاری اعضای خود فراهم کند. البته، رسیدن به

این هدف جز با یاری اعضای انجمن و برقراری ارتباط با نمایندگان اعضا در هیئت‌مدیره فراهم نمی‌شود. هیئت‌مدیره انجمن نیز به منظور فراهم‌کردن چنین فضایی و مطابق مسئولیتی که در اساس‌نامه برای ایشان تعریف شده‌است، از همان ابتدا، با بازوهای اجرایی خود نظیر کارگروه‌ها، در این راستا قدم برداشته‌است. لازم به توضیح است که اعضا نیز می‌توانند بر حسب ایده‌ها و نیازها، پیشنهادات خود برای همکاری با کارگروه‌ها را با دبیرخانه انجمن مطرح کنند.

در آخر همه اعضای هیئت‌مدیره از حضور مشتاقانه اعضای انجمن در مجمع شهریور ۱۴۰۰ و حمایت ایشان کمال تشکر را دارند. امید است که بتوانیم با هم‌دلی و مشارکت بیش‌تر اعضا هر روز قدمی محکم‌تر و بلندتر در راه نیل به اهداف و چشم‌اندازهای مد نظر برداریم.

حامد فضل‌اللهی





مصاحبه با آقای داریوش کیانی

تعریف و تجربه‌ی شما از انواع و اقسام کارهای گروهی و صنفی چیست؟ باید‌ها و نبایدهای کارهای گروهی چیست؟

اگر بخواهم یک تعریف کوتاه از کار گروهی بدهم می‌توانم بگویم «تلاش دو یا چندین نفر برای رسیدن به اهداف مشترک». اما، از نظر من تعریف کار صنفی کمی با کار گروهی فرق می‌کند. در کار صنفی، گروهی از آدم‌ها برای تأمین منافع مشترک تلاش می‌کنند.

در کار گروهی ممکن است منفعت نهفته در هدف برای همه‌ی افراد گروه یکسان نباشد؛ در حالی که، در کار صنفی منافع برای همه اعضا یکسان هستند یا حداقل انتظار می‌رود که اهداف تعریف‌شده‌ی صنف، منافع مشترک و مزایای یکسانی را برای تمام اعضای خود تأمین نمایند.

در قاموس حرفه‌ی عکاسی تبلیغاتی و صنعتی انجام کار گروهی گریزناپذیر است و به طبع آن تجارب متعددی از کار گروهی در کارنامه‌ی هر یک از ما قرار دارد که بنده هم مستثنا نبوده‌ام. اما، باید بگویم همه‌ی آن تجربه‌ای

که پیش از این در کار صنفی به‌دست آورده‌ام خوشایند نبوده‌است. بنده از سال ۱۳۸۲ عضو هیئتی بودم که وظیفه تأسیس انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی را به عهده گرفت و در کنار گروهی موجه از عکاسان و پیشکسوتان این شاخه، با صرف وقت فراوان طی چندین سال برای شکل‌گیری و پویایی انجمن تلاش کردیم. اما، متأسفانه عدم شفافیت افراد معدودی از هیئت مدیره‌ی وقت باعث شد تا ما تصور کنیم که انجمن به ثبت رسمی رسیده است. بعدها متوجه شدیم قدم‌هایی که برداشته‌ایم در فضایی عاری از پشتوانه‌ی حقوقی صورت گرفته است. نمی‌توانم کارهای مثبتی را که در طول آن شانزده سال انجام شد را نادیده بگیرم. انجمن پیشین که حالا دانسته‌ایم که به لحاظ حقوقی در حد یک کلپ تخصصی بوده است، شروع به جریان‌سازی کرد و قدم‌های متعدد و مثبتی در حیطه‌ی عکاسی تبلیغاتی، صنعتی و معماری برداشت. ما به واسطه‌ی همان فعالیت‌ها توانستیم در میان اهالی هنر جایگاه تعریف‌شده و موجه‌تری پیدا کنیم. شاید دوستانی که در دوره‌های اخیر به جمع عکاسان تبلیغاتی و صنعتی پیوسته‌اند از این

موضوع بی‌خبر باشند که تا همین ده سال پیش بخش بزرگی از بدنه‌ی جامعه عکاسی، شاخه‌ی تخصصی ما را تهی از اندیشه می‌پنداشتند و فشار این نگاه از بالا به پایین هرگز خوشایند نبود. حتی همین امروز هم با وجود دریایی از منابع اطلاعاتی هنوز افرادی پیدا می‌شوند که در این خصوص به خود زحمت اندیشیدن نمی‌دهند.

به هر روی، وجود انجمن قبلی اثرات مثبت زیادی داشته است؛ اما، نمی‌توانم کتمان کنم نقطه‌ی تاریکی که در بالا به آن اشاره کردم خستگی را به تن همهی ما نشانده و از این بابت واقعاً متأسفم.

نگرش و چشم‌انداز شما در مورد انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی و معماری چه بوده است؟

نگرش من در مورد انجمن از گذشته تا امروز تغییر چندانی نکرده است و می‌توانم آن را در دو جمله خلاصه کنم: اول این‌که، ما در کنار

هم به مراتب قوی‌تر هستیم؛ به شرط آن‌که از تمام پتانسیل‌های این با هم بودن استفاده کنیم. و دوم این‌که، ما برای انجام امور حرفه‌ای به یک هویت صنفی نیاز داریم. هویت صنفی می‌تواند عبور از از برخی غیرممکن‌ها را برایمان ممکن کند.

در جواب ادامه سوال شما باید بگویم که در مورد آینده‌ی انجمن فعلی خوش‌بینی زیاد توأم با اندکی نگرانی دارم.

اگر نظرتان این است که انجمن به چشم‌اندازهای اولیه‌ی خود نائل نشده، از نظر آسیب‌شناسی، این عدم دسترسی نتیجه‌ی چه عواملی بوده است؟

اگر خلأ و جاهت حقوقی را نادیده بگیریم، به عقیده‌ی من سه عامل دیگر در دوران قبل باعث شد تا آن انجمن به ورطه‌ی نابودی کشیده شود. به نظرم مهم‌ترین علتی که سبب پدیدآمدن عوامل منفی بعدی شد عبارت بود از «عدم همکاری مستمر اعضای عادی انجمن». عامل اول، زمینه‌ساز بروز



Photo: dariush kiani

عامل دوم، یعنی اتخاذ سیاست‌های فردی و غیرکارشناسانه شد. و عامل اول و دوم باعث بروز عامل سوم شدند که عبارت بود از ارجحیت پیدا کردن منافع فردی بر منافع جمعی.

تمام انجمن‌ها از جمله انجمن صنفی ما هم می‌تواند مجدداً آبستن این سه عامل بازدارنده شود. به عقیده‌ی من، اگر قرار است این انجمن ۳۰۰ سال عمر داشته باشد، باید در تمام طول این ۳۰۰ سال با جدیت از بروز این عوامل ممانعت کرد. در واقع، یک انجمن صنفی نیاز به مراقبت دائمی دارد.

آیا همان چشم‌اندازهای انجمن را برای حال حاضر نیز کافی میدانید؟ راهکارهای مناسب برای نیل به اهداف چیست؟

من یقین دارم که در بین انجمن‌های عکاسی حاضر در کشور، انجمن صنفی عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری ایران از یک پتانسیل ویژه‌ای برخوردار است و افق‌های پیش روی آن به چند عدد محدود نمی‌شود. از طرف دیگر ایمان دارم که باز هم اعضای عادی نقش مؤثری در راهبرد انجمن ایفا خواهند کرد؛ مگر آن‌که بتوانند منافع مشخص و واضحی را به واسطه‌ی انجمن دریافت کنند.

من برای حصول این مطلب به یک راهکار زودبازده اشاره کنم. پیشنهاد میکنم انجمن با هدف ایجاد محیط‌های آموزشی استاندارد در شاخه‌های تخصصی عکاسی تبلیغاتی، صنعتی و معماری، مراکز آموزشی متعددی را در سطح مراکز استان‌های کشور راه‌اندازی

کند و سرمایه‌ی مورد نیاز را از طریق فروش سهام این مراکز به اعضا تأمین نماید و سود حاصله را به سهام‌داران پرداخت کند.

با همین شیوه، انجمن می‌تواند مراکز فروش تجهیزات اعم از نو و دسته دوم و یا مراکز دیگری از جمله آژانس فروش عکس آرشیوی، مختص اعضای انجمن و یا مراکز خدماتی دیگری مرتبط با این حرفه را راه‌اندازی کند.

به جد عقیده دارم اگر انجمن برای مشارکت و منفعت اعضای عادی، روش‌هایی را در دستور کار قرار ندهد، آینده‌ی روشنی هم در انتظارش نخواهد بود.

رویکرد عضوگیری انجمن و شناسه‌های پراهمیت در این رویه را چگونه می‌بینید؟

شروط پذیرش باید سخت‌گیرانه‌تر شود. به نظر من فردی که می‌خواهد در انجمن عضو شود بعد از ارائه‌ی درخواست می‌بایست به مدت یک سال زیر نظر یکی از اعضای رسمی انجمن فعالیت کند تا کارهایش مورد نظارت قرار بگیرد و شایستگی‌های حرفه‌ای وی توسط آن عضو رسمی سنجیده شود و در نهایت تأییدیه‌ی کتبی عضو رسمی تبدیل به یک شرط لازم و اولیه برای عضوگیری بشود. این روش چند ماه پیش توسط هیئت مدیره موقت در عضوگیری اولیه هم اجرا شد با این تفاوت که اعضا اصلی از پیشینه فرد متقاضی و روند کاری وی بی اطلاع بودند و صرفاً به واسطه‌ی نمونه کارهای موجود ارزیابی خود را اعلام می‌کردند. البته، در نهایت روال عضوگیری باید منطبق با اساسنامه طی شود. منظور بنده اضافه کردن یک پیش‌نیاز به روند عضوگیری است.





Photo: dariush kiani

نظرتان راجع به نشریه‌ی انجمن چیست؟ از نظر شما این نشریه بهتر است به چه سویه‌هایی بپردازد و به چه نحو سیاست‌گذاری شود؟

نشریه‌ی تخصصی برای انجمن می‌تواند مثل یک قلب تپنده باشد و به نظر من وجودش کاملاً ضروری است. مادر این شاخه از عکاسی خلأهای زیادی داریم که این نشریه می‌تواند بخشی از آن‌ها را پر کند. امیدوارم این نشریه بتواند افق‌های دید جدیدی را ایجاد کند و بتواند در عرصه عکاسی تبلیغاتی و صنعتی و معماری، ضمن حفظ جایگاه تکنیک،

نگاهی اندیشه محور را ترویج نماید. مطلب دیگری که بازهم جایش خالی است، آگاهی از اخبار عکاسی تبلیغاتی، صنعتی و معماری است. چه خوب است که از طریق این نشریه از پروژه‌های مهمی که انجام می‌شود، مطلع شده و بتوانیم با لایه‌های فکری عکاسان این رشته در ایران و جهان بیشتر آشنا شویم.

به‌علاوه، نشریه‌ی انجمن می‌تواند فراخوان و تقویم جشنواره‌های جهانی را که در شاخه‌های تخصصی برگزار می‌شود منتشر کند. و چقدر خوب است اگر نشریه به کمک

هیئت مدیره بتواند برای انجام تصمیمات خود عوامل اجرایی استخدام کند.

پیشنهادتان به اعضای انجمن چیست؟

سرعت پیشرفت انجمن ، به طور مستقیم به سرعت واکنش اعضا وابسته است. از این رو، با رویکرد انفعالی نمی شود انتظار نتایج بزرگ داشت. من از اعضای انجمن که خوشبختانه بخش اعظم شان هم جوان هستند، تقاضا می کنم که حداقل طی چند سال آینده نسبت به برنامه های انجمن رویکردی عمل گرا داشته باشند تا انشاالله این انجمن پا بگیرد.

انجمن بتواند برای شرکت در جشنواره های خارجی در امر پرداخت ارزی و دریافت جوایز و گواهی ها به اعضا کمک کند.

همچنین با هدف ایجاد درآمد ارزی برای اعضا، در زمینه فروش عکس های آرشیوی در پلتفرم های مختلف خارجی تحقیق نموده و اطلاع رسانی نماید.

پیشنهادتان به هیئت مدیره ی جدید چیست؟

ضمن قدردانی از دوستان و همکارانم در هیئت مدیره به خاطر تمام زحماتی که برای احیای انجمن کشیدند پیشنهاد می کنم که جهت افزایش بهره وری تا حد امکان از کارهای اجرایی فاصله بگیرند و به مرور وقت و توان خود را روی اولویت بندی امور، انجام تحقیقات، گرفتن مشاوره و تصمیم گیری متمرکز نمایند. امیدوارم هرچه زودتر انجمن صاحب درآمد شود تا



Photo: dariush kiani

کارگروه های انجمن

معرفی کارگروه های انجمن عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری ایران با تاسیس انجمن جدید و بعد از برگزاری مجمع و تشکیل جلسات هیئت مدیره، تصمیم بر آن شد که برای پیشبرد هرچه بهتر اهداف انجمن، کارگروه هایی شکل بگیرد. به این منظور کارگروه های «اعضا»، «روابط عمومی»، «هویت بصری»، «تعارف و قیمت گذاری» و «رسانه» شکل گرفتند. در ادامه با طرح سؤال هایی از مسئولان هر کارگروه، از اهداف و کارکردهای هر کدام از این کارگروه ها جویا شدیم.

کارگروه اعضا

مسئول: آقای مهدی فلاخویی

کارگروه اعضا به چه منظور ایجاد شده است؟

این کارگروه به منظور سامان دهی به اولین دوره ی عضوگیری این انجمن شروع به کار کرد. بنا بر گزارشی که در تاریخ ۱۵ آبان ۱۴۰۰ ارائه شد، انجمن عکاسان صنعتی، تبلیغاتی و معماری ایران در مجموع با ۲۳۷

نفر عضو (۶۴ عضو خانم و ۱۷۳ عضو آقا) اولین عضوگیری خود را به سرانجام رساند.

عضوگیری جدید انجمن به چه صورت اتفاق می افتد؟

اول اردیبهشت ماه هر سال اعضای جدید داوری می شوند. البته، ابتدای سال مالی انجمن هم، همین روز است و اعضا در این تاریخ موظف هستند حق عضویت خود را پرداخت کنند. با این حال، عضو جدید می تواند در طول سال اقدام به ثبت نام در انجمن کند. به این منظور، عضو جدید می بایست از طریق وبسایت اطلاعات خود را تکمیل کند و یکی از اعضای انجمن را به عنوان معرف، انتخاب نماید. در ادامه، معرف در وبسایت انجمن عکس ها را مشاهده و تأیید می کند. در نهایت، این پروفایل برای هیئت مدیره ارسال می شود تا در اولین جلسه ی داوری آثار اعضای جدید مورد بررسی قرار گیرد. اما، بر اساس قوانین کنونی، عضویت در اول اردیبهشت ماه تأیید نهایی می شود. لازم به ذکر است که هر یک از اعضا، تنها می توانند یک بار در سال معرف یک عضو جدید شوند.

آیا نمونه عکس های هر عضو در وبسایت انجمن قابل مشاهده است؟

بله، پس از به روزرسانی نهایی وبسایت، هر عضو می تواند سه نمونه از کارهای خود را بارگزاری کند. البته، برای بارگزاری تصاویر بیشتر نیز امکان خرید پکیج های سه تایی به قیمت ۳۰۰ هزار تومان وجود دارد. در ضمن، هر کاربر می تواند هر زمانی که لازم می داند نمونه عکس های خود را تغییر دهد.

کارگروه هویت بصری

مسئول: آقای علیرضا رفایی

کارگروه هویت بصری با چه اهدافی ایجاد شد؟

از زمانی که انجمن جدید شکل گرفت، صحبت‌هایی درباره‌ی تغییر هویت بصری پیشین انجمن وجود داشت. هویت بصری پیشین به دلایل مختلف، ناکارآمد بود. از این رو، قرار شد هویت بصری جدید، با توجه به بسترهای متفاوت امروزی تولید شود. نگاه به آینده و به بسترها و کارکردهایی مانند گواهی‌نامه‌ی عضویت، نشریه، وبسایت، شبکه‌های اجتماعی و ... در این هویت بصری دیده شده است.

روند تغییر هویت بصری به چه صورت اتفاق افتاد؟

یکی از متخصصان این امر که از اعضای انجمن هستند پیش از ثبت انجمن اتودهایی ارائه داده بودند. هرچند، هیئت مدیره امکان تصمیم‌گیری نهایی درباره‌ی هویت بصری را داشت؛ با این حال، این کارگروه با کمک برخی از اعضای دیگر شکل گرفت. در این کارگروه آقای حسین بهبودی (طراح لوگوی پیشین) و جمعی از پیشکسوتان و صاحب‌نظران عکاسی و گرافیک (آقای فرهود حق، آقای نادر سماواتی، آقای بهنام منادی‌زاده، آقای هادی مبالغ و آقای مهدی طلاجوی) حضور داشتند. برای تغییر هویت بصری، هشت جلسه‌ی مستمر (هر کدام در

حدود سه ساعت) در طول دو ماه برگزار شد. در پایان جلسه‌ی دوم با رأی‌گیری قرار شد تا لوگوی انجمن و به تبع آن هویت بصری انجمن تغییر کند. آقای محسن محسنیان مسئول طراحی لوگو و هویت بصری شدند. در نهایت، برای رونمایی از لوگو، جلسه‌ی لایو اینستاگرام برگزار شد و توضیحاتی پیرامون محتوای هویت بصری مطرح شد.

آیا فعالیت کارگروه بصری به سرانجام رسیده است؟

هسته‌ی اصلی هویت بصری شکل گرفته است. اما، این کارگروه در حال فعالیت برای تولید هویت بصری قسمت‌های مختلف از جمله وبسایت، شبکه‌های اجتماعی و نشریه است که به مرور زمان برای هر یک از بسترها شکل می‌گیرد.

کارگروه تعرفه و قیمت گذاری
مسئول: آقای حامد فضل الهی

مسئله‌ی نرخ‌نامه و تعیین تعرفه چه پیشینه‌ای دارد؟

اولین بار در سال ۱۳۸۶ با ارائه‌ی تعاریف، خدمات عکاسی را بر اساس عکاسی‌های داخل استودیو و خارج استودیو به دو دسته کلی تقسیم کردند. در آن سال، انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی برای فعالیت‌های داخل و خارج از استودیو بازه‌ی قیمتی مشخص کرده بود. در مرحله‌ی بعد این انجمن در سال ۱۳۹۵ تعرفه‌ای ارائه کرد که در آن



Photo: Farhood Haghi

کارگروه روابط عمومی

مسئول: آقای سید مهدی کاشی زاد



کارگروه روابط عمومی چه فعالیت‌هایی انجام می‌دهد؟



در جلسات هیئت مدیره قرار شد که انجمن صدایی واحد داشته باشد. کارگروه روابط عمومی که از اوایل مهرماه ۱۴۰۰ شروع به فعالیت کرد، قرار است سازماندهی صحیحی بر چرخه اطلاعات از درون انجمن به بیرون و مخاطبان آن داشته باشد. این کارگروه قرار است به رسانه های انجمن شکلی منسجم دهد و از چندپارگی رویکرد انجمن در رسانه‌های مختلف مانند وبسایت، شبکه‌های اجتماعی، نشریه و ... جلوگیری کند.



آیا اعضای انجمن می‌توانند از طریق روابط عمومی با انجمن در ارتباط باشند؟



خیر، ارتباط اعضا با انجمن از طریق دبیرخانه صورت می‌گیرد که واحدی مجزا است و در آنجا مسائل و درخواست های وارده به بخشهای مرتبط ارجاع داده می شود. همان‌طور که اشاره شد، کارگروه روابط عمومی قرار است متمرکز بر ارائه تصویر روشن و صحیحی از اخبار، رویدادها و مواضع انجمن باشد.

قیمت‌ها مشخص شده بود. این قیمت‌گذاری بر اساس طبقه‌بندی‌های جزئی‌تر و بیش‌تر با تمرکز بر روی دسته‌بندی‌های محصول و شیوهی عکاسی از آنها شکل گرفت.



آیا نرخ‌نامه‌ی پیشین جوابگوی نیازها بود؟



باتوجه به تورم هر ساله و همچنین ابهاماتی که در دو شیوهی تعیین نرخ عکاسی در دو تعرفه‌ی ارائه‌شده وجود داشت، نرخ‌نامه‌های پیشین چندان کارآمد نبود. از این رو کارگروه تعرفه و قیمت‌گذاری برای بازبینی نرخ‌های عکاسی شکل گرفت.



چه تمهیداتی برای کارآمد بودن نرخ‌نامه‌ی جدید صورت گرفته است؟



ابتدا این کارگروه به بررسی تعرفه‌های قبلی انجمن و همچنین مطالعه و بررسی تعرفه‌های انجمن‌ها و تشکلهای سایر کشورها پرداخته شد و نحوه قیمت‌گذاری در آنها بررسی شد. در ادامه سعی شد تا طبق تعاریف آکادمیک و مستند، جدول کارآمدی از خدمات عکاسی تجاری تنظیم شود. برای رسیدن به نرخ‌های دقیق و نهایی این کارگروه در حال تنظیم پرسش‌نامه جامعی است که در مرحله‌ی بعد برای عده‌ی زیادی از اعضا ارسال خواهد شد. در نهایت، با بررسی و پردازش اطلاعات به‌دست‌آمده نرخ‌نامه‌ی جدید انجمن ارائه خواهد شد.

آن گذشته است، شکل بگیرد. در این راستا، علاوه بر متون آماده شده، مصاحبه‌هایی هم با پیشکسوتان این صنف صورت گرفت. همچنین، به پیشنهاد آقای فرهود حق، قرار شد تا تاریخ انتشار نشریه ۱۳ اسفند ۱۴۰۰، مصادف با درگذشت استاد مسعود معصومی در نظر گرفته شود.

آیا اعضای این کارگروه و هیئت تحریریهی انجمن ثابت باقی می‌ماند؟

خیر، برای هر شماره از نشریه، با توجه به تخصص افراد هیئت تحریریهی جدیدی شکل می‌گیرد. از همین‌جا، از تمامی اعضای انجمن که می‌توانند در تولید شماره‌های آتی نشریه با انجمن همکاری کنند، دعوت می‌کنیم که پیشنهادات خود را با انجمن در میان بگذارند.

کارگروه رسانه

مسئول: آقای مجید پناهی‌جو

هدف از تأسیس کارگروه رسانه چه بود؟

این کارگروه با هدف سیاست‌گذاری کلان برای نشریهی تخصصی انجمن به‌عنوان مرجع رسمی این نهاد شکل گرفته‌است. هدف ابتدایی این کارگروه تدوین و منتشرکردن نشریهی شماره‌ی صفر انجمن است.

منظور از نشریهی شماره‌ی صفر چیست؟

با توجه به جلساتی که با اعضای کارگروه اتفاق افتاد، تصمیم بر آن شد که شماره‌ای با محوریت مفهوم انجمن و آنچه که تا کنون بر



انجمن صنعتی، تبلیغاتی و معماری

انجمن صنفی عکاسان
صنعتی، تبلیغاتی و معماری

IRAN ADVERTISING, ARCHITECTURAL AND
INDUSTRIAL PHOTOGRAPHERS ASSOCIATION

iranaipa.com

magazine@iranaipa.com

۰۹۹۰۳۰۶۳۳۹۶