

ویژه نامه کاغذپاتله / سومین دوره ۱۰ روز با عکاسان
شماره سوم / سه شنبه ۲۳ دی ماه ۱۳۹۳

فرهود حقی:

مساله اصلی در عکاسی تبلیغات بی اطلاعی کار فرماهاست

و ظهر خود شاهد برگزاری دو کارگاه با موضوع «از ایده تا اجرا در عکاسی تبلیغاتی و صنعتی» و «عکاسی تخصصی موارد غذایی» از سوی محمد کرور و شهرام جعفری بود. بعد از ظهر نیز یک پانل تخصصی با عنوان «عکاسی حرفه ای تبلیغاتی شیوه قرارداد و اجرای یک ایده عکاسی» با حضور داریوش کیانی، فرهود حقی و پدالله ولی زاده برگزار شد.

ادامه در صفحه بعد

عضو هیات مدیره انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران در نشست که به منظور بررسی وضعیت عکاسی حرفه ای تبلیغاتی صورت در برنامه «ده روز با عکاسان» برگزار شد، یکی از مشکلات این شاخه را بی اطلاعی کار فرماها دانست. به گزارش روابط عمومی انجمن عکاسان ایران، اولین روز «ده روز با عکاسان» که از سوی انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران روز دوشنبه، ۲۲ دی ماه برگزار شد در نوبت صبح

پیام شرکت نورنگار به ده روز با عکاسان

مشتریان را در اسرع وقت تهیه و با مناسب ترین قیمت در اختیار آنان بگذارند. در جهت رضایتمندی هر چه بیشتر خریداران، نورنگار علاوه بر توزیع گسترده محصولات Canon، (کانون) و Nikon، (نیکون) با بررسی و انتخاب برندهای معتبر جهانی، نمایندگی انحصاری فروش باتری ها و شارژرهای حرفه ای شرکت هنل Hahnel کشور ایرلند، تجهیزات حرفه ای نورپردازی فتوفلکس (PhotoFlex) کشور امریکاسه پایهای حرفه ای و کیفیهای بنرو (Benro) کشور چین و فیلترهای مختلف عکاسی (Benro) کشور چین را اخذ نموده و با توجه به اهمیت IT و بخصوص تجارت الکترونیک در دنیای امروز، همگام با شرکت های معتبر بین المللی پایگاه اینترنتی انحصاری خود را به آدرس www.noormegar.com راه اندازی نموده است.

ادامه در صفحه ۴

مجموعه نورنگار در سال ۱۳۸۱ با هدف تهیه و توزیع تجهیزات، لوازم جانبی و خدمات پس از فروش لوازم عکاسی و فیلمبرداری تاسیس گردید. نورنگار در طول سالهای اخیر فعالیت خود توانسته است با تکیه به خلاقیت و توانمندی پرسنل کوشای خود به موفقیت های قابل توجهی دست یابد. شعار کارکنان نورنگار عبارت است از «هدف از فروش، کمک به دیگران در بدست آوردن احساس خوشایندی است که می خواهند از خودشان و خریدشان داشته باشند» و این، تعیین کننده سیاست کلی نورنگار است. به همین دلیل این مجموعه موفق شده است با بکارگیری شیوه هایی که در نهایت منجر به رضایت مشتریان می شود در جهت تهیه اقلام مورد نیاز عکاسان و فیلمبرداران اقدامات موثری انجام داده و از این طریق به اعتبار قابل توجهی دست یابد. تهیه و توزیع طیف گسترده ای از تجهیزات عکاسی، عملاً نورنگار را به مرکزی تبدیل کرده که قادر است تمام نیازهای

دانلود نسخه PDF در بخش ویژه سایت دوربین نت
10Rooz.doorbin.net

رشد عکاسی با وجود محدودیت ها



افشین شاهرودی

عضو هیات مدیره انجمن عکاسان ایران

سومین دوره برنامه سالانه «ده روز با عکاسان» با شعار «لطفاً با دوربین وارد شوید» در حال برگزاری است. سطح کیفی این برنامه از نخستین دوره که دو سال پیش برگزار شد تاکنون بسیار فراتر رفته است. این برنامه و نیز برنامه هایی که انجمن امپدور به انجام آن ها در آینده است، بیانگر افق است که در مقابل عکاسان ما دارد. با تر می شود. دلایل آن روشن است، از صدور پروانه بهره برداری و مجوز رسمی فعالیت که شور نشاط زیادی به انجمن بخشیده اگر بگذریم دلیل مهم تر آن را در رشد و تعالی جامعه عکاسی ایران در عین محدودیت های باید جستجو کرد.

در شرایطی که در سال های اخیر بسیاری از فعالیت های عکاسی ما با محدودیت ها و مشکلات عدیده روبرو بوده دستاوردهای قابل توجهی داشته ایم. گسترش روز افزون فعالیت های گروهی در قالب انجمن ها و تشکل های تخصصی، توسعه رسانه های مجازی و اینترنتی عکاسی، برگزاری مداوله جشنواره ها و مسابقات عکاسی در سراسر کشور که سالانه به بیش از ۲۰۰ مورد می رسد و نیز گسترش شبکه های اجتماعی در دنیای سایبرنتیک که انتشار عکس را بسیار سهل و ساده کرده و امکان دسترسی به تازه ترین اطلاعات و پدیده های این رشته را فراهم آورده و نیز حضور موثر و مفید دانشجویان عکاسی در دانشگاه ها و آموزشگاه های متعدد خصوصی، دست به دست هم داده و باعث شده نسلی در عکاسی ما پا بگیرد که نگاهی شعور منانه به این مقوله دارد. امروزه روزی نیست که در گوشه کنار شهرهای مختلف شاهد برگزاری نمایشگاه های متعدد عکس نباشیم. هفته ای نیست که کتاب عکسی منتشر نشود.

نتیجه این کلمه روز شاهدیدیم و لایحه های هم (هر چند به طور نامدین) با دوربین در مراسم افتتاحیه سومین دوره برنامه ده روز با عکاسان حاضر می شوند و صدای چکاندن پیپای شاتر دوربین ها موسیقی گوشنوازی را در فضای خانه هنرمندان طنین انداز می کنند. این موسیقی گوشنوازی این سفونی دلچسب را روز یکشنبه ۲۱ دی بسیاری از عکاسان و علاقمندان به این هنر در خانه هنرمندان ایران به بهترین نحو، با هم دیگر، نواختند. گوش های زیادی آن را شنیدند و انعکاس آن در فضای هنری ما طنین انداخته. این طنین انعکاس خواسته های بیجایی است که جامعه عکاسی ما دارد.

شعار «لطفاً با دوربین وارد شوید» در واقع اعتراضی عکاسانه به محدودیت هایی است که برای فعالیت های عکاسی در اماکن عمومی و در سطح جامعه وجود دارد. همه می دانیم که زمینه برای فعالیت های عکاسی مستند اجتماعی تنگ است و طیف گسترده ای عکاسان مستند اجتماعی برای کارشان با انواع دشواری ها و محدودیت ها روبرو می شوند و همین باعث شده که در این زمینه آطور که انتظار می رود بازدهی نداشته باشیم.

ادامه در صفحه ۲

رشد عکاسی با وجود محدودیت‌ها

ادامه از صفحه قبل

عکاسان می‌خواهند آزادانه بتوانند به ثبت و ضبط و رویدادهای پیرامونشان بپردازند. عکاسان می‌خواهند بعنوان چشمی دیدار به واقعیت‌های جامعه خود بینگرند. عکاسان می‌خواهند مجبور نباشند اگر با دوربین در سطح شهر راه می‌روند با دین مأموران پلیس به جای احساس امنیت دوربین‌هایشان را پنهان کنند. عکاسان می‌خواهند دولتمردان بدانند که عکاس چشم نامحرم نیست بلکه چشم آگاهی است که می‌تواند واقعیت‌ها را صادقانه منعکس کند، با انعکاس صادقانه واقعیت‌هاست که می‌توان کمبودها را دید و در جهت اصلاح آنها گام برداشت. عکاسی کردن از مردم و موضوعات اجتماعی الزاما به معنای مخالفت با دولت و سیاه‌نمایی نیست. نمونه‌های زیادی در تاریخ عکاسی وجود دارد که نشان می‌دهد عکس و عکاسی توانسته است به بهترین شکل ممکن به کمک دولت‌ها بیاید و به اصلاحات اجتماعی بزرگی منجر گردد. تئوین اولین قانون کار کودکان نتیجه عکس‌هایی بود که لوئیس هاین از نحوه‌ی به کار آمدن کودکان در کارگاه‌ها و کارخانجات در اوایل قرن بیستم گرفت. پیشگیری از مهاجرت عظیم کشاورزان آمریکا در سال‌های دهه ۱۹۳۰ نتیجه کار گروهی عکاسانی بود که واقع‌گرایانه به ثبت زندگی کشاورزان و روستاییانی پرداختند که در اثر خشکسالی هستی خود را از دست داده و انگیزه‌های برای ماندن در روستاها نداشتند. انتشار عکس‌های آنان منجر به تئوین قوانینی در کنگره شد که مورد حمایت و کمک‌های مناسب دولت قرار گرفتند و به این ترتیب از مهاجرت گسترده آنان که عواقب وخیمی را به دنبال می‌آورد جلوگیری شد. عکس و عکاسی می‌تواند بعنوان ابزاری مناسب به دولتمردان برای شناسایی نارسایی‌ها و کمبودها، برنامه‌ریزی و اصلاح امور یاری رساند. شاید کسانی از متولیان امور به این امر واقف شده‌اند که امسال برای نخستین بار دولت دست از تصدی‌گری خود در برگزاری دوسالانه‌های عکس برداشته و برگزاری یازدهمین دوسالانه عکس ایران به طور کامل از برنامه‌ریزی تاجرا به انجمن عکاسان ایران واگذار شده است.

کیفیت برگزاری سومین دوره‌ی برنامه ده روز با عکاسان و نیز برگزاری سیزدهمین دوسالانه عکس ایران که برای نخستین بار بلافاصله پس از آن توسط خود عکاسان برگزار می‌شود.

آن‌هم در شرایطی که محدودیت‌های عکاسی کردن در اماکن عمومی و موضوعات مردمی بشدت باعث افت کمی و کیفی عکاسی مستند ما در سال‌های اخیر شده گویای ارتقاء شناخت علاقه‌مندان به این رشته از کار خود و رشد عمومی عکاسی ما است. این رشد دست آورد بزرگی برای ما داشته و آن این که توانسته‌ایم شرایطی فراهم آوریم که با وجود محدودیت‌هایی که همه به آن واقفیم برای نخستین بار، تشکلهای و انجمن‌ها و گرایش‌های گوناگون عکاسی فارغ از سلیقه‌ها و تعلقاتمان با هم جمع شویم و در جهت یک هدف واحد دست همدیگر را بگیریم و تلاش کنیم. هفت انجمن شامل «انجمن عکاسان انقلاب و دفاع مقدس»، «انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی»، «انجمن عکاسان تئاتر»، «انجمن عکاسان سینما»، «انجمن صنفی عکاسان مطبوعات»، «انجمن عکاسان میراث فرهنگی» و پایگاه عکس چلیک سایت دوربین دلت نت و وان بیس در این رویداد با انجمن عکاسان ایران همراه شده‌اند تا شرایطی را ایجاد کنند که جامعه‌ی عکاسی ماسفونی خولستن را به صورتی هم‌اکنون آفریند.

ادامه در صفحه ۴



فرهود حقی:

مساله اصلی در عکاسی تبلیغات بی‌اطلاعی کارفرماهاست

وی سپس به نحوه بستن قراردادها اشاره کرد: «در مورد قراردادها در زمینه عکاسی، روند کار بر این است که تولیدکنندگان و تجار، کارشان را به هنرمندان ارایه دهند و به شرکت‌هایی نیز وجود دارند که کار تحقیقات بازار را انجام می‌دهند و متناسب با کالایی که فروش قرار است فروش برود تحقیق می‌کنند که حاصل این تحقیقات مباحث بسیار متفاوتی است مثل تحقیق روی سن مخاطبان یک کالا یا میزان تحصیلاتشان و... این اطلاعات به صورت یک کتابچه مشخص به کارفرما ارایه می‌شود و کارفرما آن را به شرکت‌های تبلیغاتی می‌دهد.»

کیانی سپس به مقایسه این روند در ایران پرداخت: «کشور ما به ندرت در این اساس پیش می‌رود زیرا تا چند سال پیش ما شرکت‌های تحقیقاتی نداشتیم و اکنون فقط چند شرکت تحقیقاتی تاسیس شده‌اند که به دلیل نو بودن، توانایی لازم را ندارند در نهایت کارفرما مجبور هستند به خود شرکت‌های تبلیغاتی، طراح گرافیک یا عکاس رجوع کنند.»

در ادامه فرهود حقی، عضو هیات مدیره انجمن عکاسان تبلیغاتی صحبت کرد: «بحث سفارش به نظر من مهم است مثلا من یک سفارش برای گیاهان دارویی کشور می‌پذیرم اما شکل نگاه من به شاخه نعنای در این نوع سفارش بسیار فرق می‌کند تا زمانی که سفارش عکاسی از شاخه نعنای برای آدامس یا خمیر دندان را قبول کرده‌ام، هر دو عکاسی از یک شاخه نعنای

داربوش کیانی، عکاس در ابتدای این پانل در مورد عکاسی تبلیغاتی گفت: «بحث بازار کار در عکاسی تبلیغاتی مبحثی است که بودن یا نبودن این رشته را تعیین می‌کند. برخی از شاخه‌های عکاسی بدون آنکه سفارش دهند یا حامی داشته باشند، می‌توانند به خودی خود به حیثشان ادامه دهند یعنی صرفا با یک انگیزه شخصی، عکاس می‌تواند به عرصه ظهور برسد. اما عکاسی صنعتی و تبلیغاتی از آن شاخه‌های عکاسی است که بدون وجود سفارش دهند و بدون وجود یک بستر اقتصادی صحیح نمی‌تواند شکل موثری به خود بگیرد. به همین دلیل اغلب کسانی که وارد این حرفه شدند و عکاسی تبلیغاتی را انتخاب کردند، کسانی هستند که به دنبال علاقه‌شان رفته‌اند. کسانی که در این رشته توانسته‌اند دوام بیاورند وقتی به رزومه کاریشان نگاه کنیم، خواهیم دید که بازار و اقتصاد در مراحل بعدی حرفه‌شان قرار دارد و آنچه که بیشتر در آنها ایجاد انگیزه کرده، ذوق و علاقه به این رشته عکاسی بوده است.»

او در مورد شرایط اقتصادی کار در این شاخه عکاسی عنوان کرد: «بحث بازار و اینکه چطور می‌توانیم از یکسو در این فضای اقتصادی موثر باشیم، سفارشات مناسبی بگیریم و احساس نیاز را در سفارش دهندگان بوجود بیاوریم تا سفارش دهند و فضای پررونق‌تری بوجود بیاید، از مباحثی است که در این نشست به آن توجه می‌کنیم.»

محمد کرور:

عکاسی تبلیغاتی بحث ایجاد احساس در مخاطب است

ویژگی خاص عکاسی تبلیغاتی چیست و چه موضوعی آن را از دیگر زمینه‌های عکاسی جدا می‌کند؟

در عکاسی تبلیغاتی هنر در خدمت محصول و فکر تان است، برای آنکه باید منظور و مفهومی را در راستای جذب مخاطب و معرفی سوژه خود بکار ببرید. حالا این سوژه می‌تواند یک محصول یا یک خدمت باشد. بحث دانش و هنر در عکاسی تبلیغاتی مهم است.

جایگاه عکاسی تبلیغاتی در ایران چگونه است؟
متأسفانه به عکاسی تبلیغاتی در ایران توجه زیادی نشده اما تحولی شروع شده است که من از بابت آن بسیار خوشحال

محمد کرور اولین کارگاه «روز با عکاسان» را برگزار کرد. اولین روز برگزاری «ده روز با عکاسان» دوشنبه، ۲۲ دی از سوی انجمن عکاسان تبلیغاتی و صنعتی ایران در خانه هنرمندان برگزار شد که در نوبت صبح آن محمد کرور کارگاهی با موضوع «از ایده تا اجرا در عکاسی تبلیغاتی و صنعتی» برپا کرد. این کارگاه همچنین اولین کارگاهی بود که در سومین دوره این برنامه آغاز به کار می‌کرد. کرور در این کارگاه با نشان دادن تصاویر به شرکت‌کنندگان به صورت عملی مباحث این شاخه عکاسی را معرفی کرد. بعد از پایان کارگاه گپ کوتاهی با او انجام دادیم، او معتقد است عکاسی تبلیغاتی صرفا مواجه شدن با یک خدمت یا محصول نیست:

نشست‌های تخصصی عکاسی رایگان است



به گزارش روابط عمومی انجمن عکاسان ایران تمامی نشست‌های تخصصی عکاسی در مدت ده روز با عکاسان "رایگان" برگزار می‌گردد. از عموم علاقه‌مندان و هنرمندان و عکاسان دعوت می‌شود در این نشست‌ها شرکت کنند. در ادامه جدول نشست‌های تخصصی عکاسی اعلام می‌گردد.

بخش ویژه

ده روز با عکاسان

دوربین، نت راه اندازی شد

به کوشش دست‌اندرکاران فنی و تحریریه doorbin.net در جهت همراهی با فرآیند اطلاع‌رسانی سومین دوره ۱۰ روز با عکاسان در ۲۱ دی ماه و در آستانه‌ی آیین گشایش این رویداد با همکاری روابط عمومی و ستاد خبری انجمن عکاسان ایران بخش ویژه <http://10rooz.net> راه‌اندازی شد. این مجموعه علاوه بر طراحی و انتشار روزانه‌ی خبرنامه‌ی ۱۰ روز با عکاسان و ارائه‌ی آن در خانه‌ی هنرمندان با نشر نسخه دیجیتال این خبرنامه دسترسی علاقه‌مندان را به اخبار و گزارش‌های روزانه ده روز با عکاسان با امکان دانلود فایل تصویری و صوتی سخنرانی‌ها و نشست‌ها فراهم آورده است. بر مبنای تفاهم انجام شده این سایت در طی ۳۵۵ روز آینده علاوه بر تداوم فعالیت‌های سومین دوره، در نهایت به دبیرخانه دائمی ۱۰ روز با عکاسان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی تبدیل خواهد شد.

که این رشته را دانشگاهی کنیم ولی آیا در آینده اینها شغلی خواهند داشت و آیا اینقدر کالا در این کشور تولید خواهد شد که عکاسان در این زمینه کار کنند؟ این موضوع را بپذیریم و بدانیم چه کسی هستیم، کجا هستیم و در چه جایگاهی قرار داریم و بهتر است که با همدیگر صادق باشیم و خودمان به خودمان صدمه نزنیم»

همچنین در بخش پایانی این روز دکتر مجید سرسنگی، مدیرعامل خانه هنرمندان در مورد «کپی‌رایت» سخنرانی کرد. او با بیان تاریخچه‌ای از نحوه وضع و مقررات کنوانسیون‌ها و معاهدات بین‌المللی که در مورد کپی‌رایت وضع شده است، گفت: «شاید یکی از دلایلی که باعث شده است بازار و مخاطبان، از کپی‌رایت استقبال نکنند، ارزان بودن استفاده از آثار دیگران است چون ما به ارزانی می‌توانیم از یک اثر استفاده کنیم»

او با بیان اینکه باید سازوکارهایی بوجود بیآوریم که از خالقان آثار هنری حمایت کنیم، ادامه داد: «عدم رعایت حق کپی‌رایت باعث دلسردی خالق اثر می‌شود اما یک پرسش هم هست و اینکه آیا واقعا هر آنچه در فرهنگ‌های دیگر اعمال می‌شود و به ما برای متعهد شدن به آن فشار می‌آورد، برای جامعه ما نیز چولگوست؟»

او با ذکر این موضوع که ملت ایران کشور بزرگی است اما از دوران قاجار به عقب ماندگی عادت کرده است، افزود: «هن نمی‌خواهیم نتیجه‌گیری کنیم که قانون کپی‌رایت، قانون بدی است متهمی ما باید قوانینی برای حقوق مادی و معنوی هنرمندان داشته باشیم و مبدع فضایی باشیم که از بحث فرهنگ ما صیانت کند. بعضی چیزها باید بومی باشند تا جوابگوی نیازهای ما باشد می‌توانیم یک پله بالاتر نسبت به کپی‌رایت فکر کنیم»

او عنوان کرد: «این قوانین را کشورهایی وضع کرده‌اند که سابقه فرهنگی آنها نسبت به ما هیچ است اما حالا برای آنکه زندگی بهتری داشته باشیم، ناچاریم استانداردهایی را رعایت کنیم که زائیده غرب است. به این فکر کنیم که می‌شود زمینه‌ساز یک نظام قانونمند برای مالکیت معنوی آثار در ایران باشیم؟»



ارتباطات و یکسری از جزئیات حرفه‌ای انجام نمی‌شود و متأسفانه بحث پوشش خبری آن می‌توانست بیشتر شود چون خیلی‌ها از برپایی این برنامه و کارگاه‌های اطلاع‌یابی بودند. از سوی دیگر هزینه شرکت در این دوره‌ها گران بود و افرادی که عضو انجمن‌ها نیستند باید ۴۵ هزار تومان برای شرکت در این کارگاه پرداخت می‌کردند در حالی که این مبلغ برای قشر دانشجویان زیاد است و این در صورتی است که این کارگاه‌ها می‌تواند فرصتی باشد که اطلاعات بیشتری را فرا بگیرند.

است ولی نام اولی را عکاسی صنعتی می‌گذارم چون آنچه را که باید در شاخه نئان نشان داد، خلل و فرج شاخه نئان است که باید در عکس نشان داده شود اما عکسی که از نئان برای آدامس گرفته می‌شود، لازم نیست حقیقت شاخه نئان را نشان داد و دست عکاس باز است. اگر تمامی سفارشات را از فیلتر این مثال نگاه کنیم همه چیز خود به خود حل خواهد شد و عکاسان هم می‌توانند تعلق خاطر خود را در سفارشات که می‌گیرند، از هم تفکیک کنند.»

او اظهار کرد: «به نظر مساله اصلی ما بی‌اطلاع بودن کارفرماهاست، عکاس‌ها کارشان را انجام می‌دهند ولی مسئله اصلی روی سفارش دهنده است. باید قبول کنیم که ما در کشورمان توسعه همگون نداشته‌ایم، ما ناگهان مثلاً تولید کننده آدامس شدیم و عکس نئان را خودمان باید می‌گرفتیم. به دلیل آنکه ما همیشه میل به توسعه و رشد داشته‌ایم، اگر به ۲۰۰ سال گذشته خود نگاه کنیم در خیلی موارد تنه به تنه پیشرفته‌ترین کشورهای زده‌ایم و گاهی هم بسیار سطحی عمل کرده‌ایم. ما یک شرایط همگون نداریم. از آنجاکه کارفرماها رشد نکرده‌اند و اطلاعات کافی ندارند، بنابراین عکاس باید ایشان را آموزش دهد و بعد از آنکه سفارشی داده می‌شود، کارفرما فقط وارد شده و تمامی کار بر عهده عکاس است.»

یدالله ولی زاده، رئیس هیات مدیره این انجمن هم در بخش دیگری از این نشست گفت: «بخش بزرگی از این ناهمگونی که در صحبت‌های جناب حقی بود، در آموزش اتفاق می‌افتد. ما بالغ بر ۱۰ الی ۱۵ کارگاه صنعتی و تبلیغاتی در موزه امام علی (ع) برگزار کردیم و از بهترین عکاسان بهره بردیم ولی جالب است که ما کارگاه‌های تخصصی بسیار برگزار می‌کنیم و از دانشگاه‌های کشور به تعداد انگشتان دست نیز در این کارگاه‌ها شرکت‌ناشته‌اند.»

او افزود: «صنعت ما مگر چقدر گسترش پیدا کرده است که یک دانشگاه فقط ۶۰۰ نفر یکجا پذیرش عکاسی دارد؟ آن ۶۰۰ نفری که از دانشگاه بیرون خواهند آمد نام عکاس را یدک خواهند کشید و عکاس خواهند شد ولی آیا واقعا عکاس هستند؟ خوب است که افراد اعتماد به نفس داشته باشند و خوب است

هستم به خصوص تغییراتی در بحث ایمونال کردن تبلیغات وجود آمده است که در این کارگاه هم به آن تاکید شد. عکاسی تبلیغاتی صرفاً مواجه شدن با یک خدمت یا محصول نیست بلکه بیشتر بحث ایجاد احساس در مخاطب است تا حس باورپذیری در او ایجاد شود. خوشبختانه این تحول شروع شده است، موقعیت گسترده‌ای هم دارد و می‌تواند پیشرفت زیادی کند البته اگر به زمینه‌های آن فراهم شود و منش درستی در مورد آن صورت بگیرد.

کارگاهی که برگزار کردید، چطور بود؟

خودم راضی بودم و کار سختی را انجام دادم البته بحثی که امروز ارائه شد، موضوعی نیست که بتوان طی ۲ ساعت آن را تشریح کرد. با اینهمه چون کارگاه بود و باید کار گروهی انجام می‌دادیم، همه شرکت‌کنندگان همکاری کردند اما وقتی قرار پروژه از ایده پردازی، طرح، عکاسی و اجرا در ۲ ساعت انجام شود، کار سختی خواهد شد و به نظر کار پیچیده‌ای بود.

سومین دوره «ده روز با عکاسان» را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ از برگزاری این رویداد خوشحالم اما به نظر من اطلاع‌رسانی،



حامی فرهنگ و هنر



رشد عکاسی با وجود محدودیتها

ادامه از صفحه ۲

جامعه‌ی عکاسی ایران تجربه‌های خسته کننده‌ی را طی سال‌های گذشته داشته است. یکی از این تجربه‌ها که نتیجه تصدی‌گری دولت در امر برگزاری جریان‌های فراگیر عکاسی بوده این بود که هر مدیر تازه‌ای که عهدمدار امر فرهنگ گردید تمامی برنامه‌ریزی‌ها و کارهای مدیر قبلی را دور ریخت و هنرمندان و از جمله عکاسان را فرا خواند و با رد تمامی دست‌آورد های مدیر قبلی چنین القاء کرد که تاکنون قدم مهمی برای شما برداشته نشده و با قول و قرارهایی که هیچ مبنای قابل اتکایی نداشت و وعده‌هایی داد که از این به بعد چنین و چنان خواهد شد و فضای فعالیت برای شما به بهترین شکل فراهم خواهد گردید ولی عملاً بارها دیدیم که چنین نشد و همواره فضای فعالیت تنگ‌تر و تنگ‌تر گردید امروز با گسترده‌تر شدن و عمیق‌تر شدن ریشه‌های فعالیت‌های عکاسانه موجودی شدن برنامه‌ها روز به روز با عکاسان که منجر به همراهی تشکل‌های گوناگون عکاسی گردیدیم کنار کشیدن دولت تصدی‌گری سیزدهمین دوسالانه عکس ایران در شرایطی که در دوازدهمین دوره با وجود مناکات فراوان حاضر نشدند این کار را به انجمن واگذار کند فضایی بوجود آمده که جامعه‌ی عکاسی به وعده‌های مدیران که ممکن است امروز باشند و فردا جای خود را به افراد شایسته‌تری بدهند اتکا نمی‌کند جامعه‌ی عکاسی ما امروز با ایجاد یک تشکل قدرتمند یعنی انجمن عکاسان ایران، زنده‌تر و پویاتر از هر زمان دیگری است.

عکاسی هنر امروز است و نه تنها در تحولات هنری بلکه در سیر جریانات اجتماعی موثر است. ما می‌خواهیم عکاسی کنیم، ما می‌خواهیم با جامعه‌ی خود در حرکت و تکاپو باشیم، ما موظفیم که گزارش از نسل خود به تاریخ بدهیم. بسیاری از پدیده‌ها و رویدادهایی که امروز وجود دارند فردا دیگر وجود نخواهند داشت. دوربین‌های ما چشم‌های ماست. ما باید بتوانیم با دوربین‌هایمان به وظیفه تاریخی خود عمل کنیم و واقعیت‌های امروز را برای آیندگان به صورت عکس به یادگار بگذاریم. از مسئولین و متولین امور فرهنگی و بخصوص نیروی انتظامی می‌خواهیم که ما را در کنار خود ببینند نه در مقابل خود در شرایطی که امروزه امکانات تکنولوژی به آن حد از توانایی رسیده که می‌تواند از اعماق آسمان عکس‌هایی از ما بگیرند که در آن‌ها می‌شود موهایمان را دانه دانه شمرد. دوربین عکاسی در دست‌مانه تنها ابزار جاسوسی نیست بلکه وسیله‌ای است که به دولت‌مردان در جهت شناسایی کمبوجدها و نارسایی‌ها و برنامه‌ریزی‌های اجتماعی کمک می‌کند. ما را در کنار خود ببینید نه در برابر خود. امپولاریم با حسن نظر و واقع‌بینی مسئولینی که در این مورد نقش دارند شرایطی فراهم شود که بزودی کنار هم بنشینیم و در مورد یافتن راهکارهایی که می‌تواند به حل این مشکل بزرگ عکاسان بیانجامد گفتگو کنیم.

پیام شرکت نورنگار به ده روز با عکاسان

بیان می‌گردد:

- اسپانسر بیش از ۴۰۰ نمایشگاه عکس انفرادی و گروهی
 - ترجمه و انتشار بیش از ۳۰ عنوان کتاب راهنمای دوربین و دی وی آموزشی
 - برگزاری همایش انسان شناسی تصویری با همراهی دانشگاه تهران
 - برگزاری ۳ کارگاه و سمینار آموزشی در خصوص نرم افزار لایت روم، نرم افزار فتوشاپ و تکنیک‌های عکاسی HDR با بیش از ۵۰۰ نفر شرکت کننده در هر سمینار
 - برگزاری بیش از ۱۲ کارگاه آموزشی عکاسی بصورت منطقه ای در سراسر کشور در استان‌های گیلان، مازندران، هرمزگان، کرمان، یزد، کهگیلویه و بویر احمد، چهارمحال بختیاری و ... بصورت کاملاً رایگان
 - این کارگاه‌ها با هماهنگی و همکاری انجمن‌های عکاسی استان‌ها برگزار می‌گردند.
 - برگزاری ۱۰ تور عکاسی داخلی
 - برگزاری تور عکاسی نمایشگاه فتوکینای آلمان در سال ۲۰۱۲ با شرکت ۳۰ عکاس حرفه‌ای
 - برگزاری کارگاه‌های آموزشی منظم هفتگی جهت مشتریان ارائه مشاوره تخصصی بصورت مستمر در بالاترین سطح جهت نهادها و سازمان‌ها به منظور راهنمایی جهت خرید تجهیزات حرفه‌ای
 - برگزاری کنفرانس‌های تخصصی جهت اساتید دانشگاه
 - اسپانسر سفر به قطب عکاسان ایرانی در دو نوبت
 - اسپانسر هیأت کوهنوردان ایرانی در اولین صعود به برج ترانگودر کوهستان هیمالیا
 - اسپانسر برگزاری جشنواره عکاسی مترو و مردم با دریافت ۴۴۴۴ عکس از سراسر ایران
 - برگزاری کارگاه آموزشی عکاسی دیجیتال در دانشگاه تهران
 - برگزاری جشنواره عکس نورنگار با دریافت بیش از ۱۳۰۰۰ عکس از سراسر ایران
 - اسپانسر رویداد "۱۰ روز با عکاسان" انجمن عکاسان ایران
 - اسپانسر جشنواره عکس خبری دوربین دات نت
- مدیران این مجموعه امید دارند که با یاری خداوند بتوانند شایستگی این اعتماد را داشته و روز به روز در جهت کسب بیشتر اعتماد خریداران گام بردارند.



ادامه از صفحه اول

خریداران محترم می‌توانند از طریق این پایگاه به آخرین اخبار در زمینه محصولات دیجیتال دسترسی داشته و نیازمندی‌های خود را با مشخصات فنی در این سایت بیابند. ضمن آنکه به روزرسانی همه‌روزه قیمت‌ها، کاربران را قادر ساخته به ساده‌ترین شیوه ممکن سفارشات خود را به صورت آنلاین در این سایت ثبت نموده و در اسرع وقت آن‌ها را تحویل بگیرند. از آنجایی که مهمترین بخش نورنگار خدمات پس از فروش است، نورنگار در این مورد نیز گام‌های بزرگی برداشته است تا آنجا که امروزه گارانتی نورنگار بعنوان یکی از معتبرترین گارانتی‌ها در سطح کشور شناخته می‌شود. از دیگر ابتکارات نورنگار می‌توان به برقراری طرح فروش اقساطی تجهیزات اشاره نمود.

نورنگار با بهره‌گیری از مجرب‌ترین پرسنل آموزش دیده توسط کمپانی‌های تولید کننده و ایجاد فضای مناسب خدماتی، پوشش بیمه‌ای خاصی را نیز به گارانتی خود اضافه نموده است که با ایجاد این پوشش، کالای خریداری شده در مقابل ضربه، رطوبت، اشکالات الکتریکی و الکترونیکی، بالابای طبیعی و بسیاری موارد دیگر بیمه می‌گردد. نورنگار افتخار دارد با برگزاری کلاس‌های آموزشی رایگان نیز تعهد خود را نسبت به خریداران خود انجام داده و در این راه از هیچ گونه تلاش دریغ نمی‌کند.

حمایت از فعالیت‌های فرهنگی، هنری از مواردی است که نورنگار همواره خود را متعهد به آن دانسته است و در طول سال‌های اخیر با همراهی با بسیاری از نمایشگاه‌ها و مسابقات عکاسی و چاپ کتب و نشریات مرتبط توانسته است اعتماد و وثوق عکاسان حرفه‌ای، انجمن‌های عکاسی، آژانس‌های خبری، خبرگزاری‌ها، نهادهای دولتی و خصوصی را بدست آورد. در اینجا برخی از فعالیت‌های فرهنگی نورنگار بطور اختصار