

۱۴۹۷۵۹۹
۹۵ / ۱۰۰۰

به نام خدا

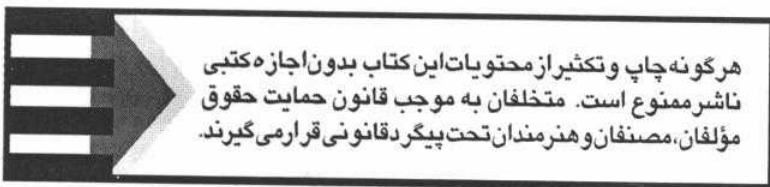

مؤسسه فرهنگی هنری
دیباگران تهران

افزایش مهارت های شغلی

آموزش شغلی صنعتی

مؤلف

علیرضا حیدری



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی
ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق
مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

افزایش مهارت های شغلی

آموزش عکاسی صنعتی

مؤلف: علیرضا حیدری

ناشر: مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

حروفچینی و صفحه آرایی: مژگان میرین

طرح روی جلد: سحر یادگار

چاپ: دانشجو

نوبت چاپ: اول

تاریخ نشر: ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۵۰ جلد

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۵۲۶-۸

ISBN: 978-600-124-526-8

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خیابان کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۰۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶ کد پستی: ۱۳۱۴۹۸۳۱۸۵

پست الکترونیکی: bookmarket@mftmail.com

فروش اینترنتی:

www.mftshop.com

www.mftbook.ir

نشانی اینستاگرام: [Dibagaran_publishing](https://www.instagram.com/Dibagaran_publishing)

نشانی تلگرام: [@mftbook](https://www.telegram.me/mftbook)

۱	آموزش عکاسی صنعتی
۵	مقدمه
۲۲	تاریخچه عکاسی صنعتی و تبلیغاتی
۳۲	عکاسی صنعتی چه می تواند باشد؟
۴۶	عکاس صنعتی، به شابه نور تبلیغاتی
۵۵	عکس، حرف، کلمه، جملات، داستان و رمان
۶۰	به دست آوردن یک تصویر خوب، چگونه است
۶۱	استانداردهای عکاسی صنعتی چیست؟
۶۸	داستان یک روز، عکاسی صنعتی
۷۷	حضور عامل انسانی در عکاسی تبلیغاتی
۸۰	تفاوت ها و شباهت های عکاسی صنعتی و تبلیغاتی
۸۳	عکاسان برتر در حوزه عکاسی صنعتی
۸۹	مقدمه ای بر عکاسی صنعتی
۹۳	مواد مورد نیاز برای عکاسی صنعتی
۱۰۵	نور مصنوعی
۱۰۸	آشنایی با ساختمان انواع نور و لوازم جانبی مورد استفاده همراه با آن
۱۰۹	فلاش ها

خط‌مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌بانی است که تواند خواسته‌های به‌روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کمپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و توسعه روزانه آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دسترسی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود، سطح رفیع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پربار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای علیرضا حیدری از مدرسین مجتمع فنی تهران" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شاید به استناد از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نمایم تا مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را از خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
Publishing@mftmail.com

مقدمه

کتاب «مقدماتی بر عکاسی صنعتی» به پیشنهاد دوستان خوبم در انتشارات دیباگران تهران و برای رفع دغدغه‌های هنرآموزان و هنرجویان مجتمع فنی تهران و سایر دانشجویان این رشته، پرطباع به نگارش درآمد. صحبت‌های بی شماری بود بر سر این مسیر که آیا عکاسی صنعتی از عکاسی تبلیغات جداست و یا خیر و یا اصلاً می‌شود آن دو را از هم تفکیک کرد و جداگانگی در مورد هر یک صحبت کرد؟ در تاریخ عکاسی، ابتدا عکاسی صنعتی شکل گرفته است؟ یا اینکه عکاسی تبلیغاتی تقدم بر عکاسی صنعتی دارد؟ کدامیک از این دو زیر مجموعه دیگری است و ...

نتیجه این شد که ملاکمان قرار دادن مطالعات و خوانش نظرات نثرین این حوزه و رجوع به تجربه و ایده‌ها و نظرات جمعی و فردی باشد. در بخش‌ها و فصل‌های کتاب می‌خوانید که چرا عکاسی صنعتی و عکاسی تبلیغاتی را می‌توانیم جدا از هم بدانیم و چرا عکاسی صنعتی و تبلیغاتی را می‌توانیم در کنار هم و با یک رویکرد بخوانیم. اما

چیزی که مهم است فراگیری آن، چه به یک عنوان و چه با دو عنوان نیست، مهم این

است که بتوانیم این کار را به خوبی یاد بگیریم و انجام دهیم.

به قول یک ضرب المثل ایرانی:

چه حسن کردل و چه کچل حسن جفتش یکی است

کتاب پیش رو، آغاز بر بحث‌های اولیه عکاسی سعی بر آموزش ندارد بلکه

یادآوری‌هایی چند و کوتاه برای آما سازي ذهن خواننده و فراگیرنده این مطالب است.

بخش اول مقدمات عکاسی را بازگو می‌کند و مواردی است بر روی مباحث پایه عکاسی

به همراه تاریخچه آن، تا خواننده فارسی زبان که متأسفانه همیشه خوانشگر کتاب‌ها و

مقاله‌های چند ساله پیش اروپایی و امریکایی بوده، با مروری بر آنها، بتواند مستحکم‌تر

در این راه قدم بردارد و تعریف جدیدی از آنچه خواننده را دریافت نماید.

وقتی سخن از تاریخ عکاسی به میان می‌آید، نمی‌توان ضعف مطالعه و تفکر عکاسان دوره حاضر را نادیده گرفت. عکاسی در دوره حاضر بیشتر به ثبت کردن تصویر بدل شده است تا گرفتن یک عکس خوب و باید به بسیاری از عکاسان عکس‌ها گفت که ثبت خوبی داشته‌اید و از گمانی از این دست.

عکاسان عصر حال، در این نمی‌خواهند قبول کنند که عکاسی از دورانی بسیار دور و دراز، به سختی و با آرم‌های مختلف و ممارست‌هایی چند به دست آمده است. عکاسی فقط در ویزور (چشمی) نگاه کردن یا نگریستن بر صفحه رنگارنگ دوربین (LCD) و پس از آن چکاندن شاتر دوربین نیست، عکاسی یعنی آنچه را دیگران نمی‌بینند عکاس ببیند و به دنیا نشان دهد، عکس اعتبار است و امضای اوست، خوش خط و خوانا امضا کنیم تا آنکه امضای ما ابدی شود. در دوران حاضر و با تکنولوژی روز به وسیله عکاسی با موبایل متأسفانه این به ما یاد داده شده، که عکاسی فقط کلیک کردن بر روی تصویر است، باید خوب درک کنیم و بدانیم که عکاسی راه و روش دارد و مناسباتی چند کهنه و یا نو که سبب پیشرفت مان در عکاسی و درک لایه‌هایی پنهان از این علم پایان‌ناپذیر و دوست‌داشتنی است. عکس علم شناخت تصویر و خوانش کد

های تصویری و توصیف آنهاست، عکاسی زبان گفتاری امروزه مردم جهان بدون هیچ گونه کدام و واج آرای و ملزومات رعایت شدنی ادبیات است، عکاسی این روزها به زبانی جهانی بدل گشته که بدون هیچ گونه آموزش های اولیه، برای تمام مردم این کره خاکی، قابل خوانش و درک و تامل است. عکاسی یک زبان است که بدون کلامی منظور و مفهوم را به مخاطب می رساند و با وی همکلام می گردد. یک عکس پانوراما از فضای بیرونی یک کارخانه، مقدار وسعت زمین کارخانه و موقعیت قرارگیری آن را نسبت به جاده یا خیابان اصلی می تواند نشان دهد، همچنین این عکس بیانگر ورودی و خروجی ها، شکل ظاهری فضای بیرونی کارخانه و ساختمان اداری و سوله ها است و رنگ سازمانی و رنگ بندی کارخانه را نشان می دهد و نام همان تجاری را در خود دارد، اگر قرار می بود تمام این موارد به صورت نوشتاری بیان شود، صد فل یک کاغذ در قطع اداری باید در نظر گرفته می شود و این اطلاعات بر روی آن به ندرت در می آمد، که البته آن هم تا به این اندازه گویای تمام آنچه نگاشته می شد نبود. کلام اصلی در این است که عکس خوب زاده علم و دانش و نگرشی خاص در پشت دوربین است، که اگر مورد توجه قرار نگیرد، عکس را تبدیل به ثبتي ساده و شاید بی جان می نماید. شاید

عکس گرفتن با دوربین های خانگی، کامپکت ها و دوربین های موبایل و حتی دوربین های حرفه ای (البته در حالت تمام اتوماتیک) ساده باشد اما بین یک عکاس آماتور و حرفه ایی فاصله های زیادی وجود دارد. این تفکر نا بجا و نا بخردانه است که عده ایی می گویند: یک عکس است دیگر، خودمان از کارخانه و کارگاه و ... می گیریم و الکی هزینه عکاس و عکاس نمی دهیم. این تفکرات نا بجا و غیر کارشناسی و غیر حرفه ای از چندی پیش بازار عکاسی را تحت الشعاع قرار داده و متأسفانه آسیب های جدی و جبران ناپذیری هم به بدنه عکاسی و هم به بدنه صنعت زده است. بعضی از صاحبان صنایع وقتی که برای انجام امور تبلیغاتی خود در حوزه عکس، از پرسنل خود و یا نیرو های غیر متخصص استفاده می کنند، توجیه اقتصادی دارند که این کار صرفه مالی نداشته و هزینه عکاسان صنعتی بالاست، اما باید به بازخورد این مساله توجه کرد. عکس های بد و نادرست، کدهای زیبا و اطمینان بخش و جذابی را به سفارش دهندگان کارخانه و یا کارگاه شما نمی دهند، اگر صاحب یک شرکت در حوزه IT هستید، یا عکس هایی که توسط دوربین موبایل و یا دوربین خانگی خود یا همکاران شما ثبت می گردد، قطعاً کیفیت لازم و کامل را ندارد و از آن گذشته، دید و تفکری پشت این عکس ها نیست تا

مشتریان نیازمند در حوزه IT را جذب و جلب شرکت شما نماید. عکس شما، چه با پانویس و چه بی پانویس باید موارد مهمی را نمایش دهند که بحث های اولیه عکاسی صنعتی هستند، شکل اولیه و پیش پا افتاده این مباحث عبارتند از :

- وسعت فضای شرکت
 - رنگ بندی ها و زیبایی های محیطی
 - تعداد دستکاران، موبایل و مشغول به کار
 - پرسنل و پوشش سازمانی
 - و ...
- با آشنایی درست از تاریخ عکاسی اشاره ای به اولین عکس ها شده که چگونه و به چه شکل عکسبرداری می شدند. عکس های اولیه را می توانیم نمونه ای از عکس های صنعتی و یا تبلیغاتی بدانیم. آن زمان که عکاسی در فرانسه به اختراع رسید و در دست مردم قرار گرفت، در کنار تمامی ساختمان های قدیمی و جدید و ساختمان های تاریخی، پر بود از عکاسانی که آمده بودند تا عکسی از این بنای ساخته شده یا نیمه ساخته بگیرند، یا عکسی از دوچرخه، اتومبیل، کشتی و هواپیماهای آن روزگار. آنها بدون اینکه

آگاه باشند روی آورده بودند به عکاسی معماری و صنعتی و شاید هم عکسی تبلیغاتی و گاهی با عکسبرداری از طبیعت و موضوعاتی از این دست.

بد نیست بدانیم فلسفه عکسک‌هایی که ثبت می‌کنیم چیست و چگونه باید به رسالت خود به عنوان عکاس دست یابیم. عکاسی لایه‌هایی پیدا و پنهانی را برای بیان هدف‌ها و دیالوگ‌های خود دارد. فلسفه عکاسی کمک شایانی به ما می‌کند تا به آنچه که باید برسیم و دست یابیم. در مبانی کتاب اشاره‌هایی چند به شغل عکاسی و درآمدزایی از آن شده است، عکاسی شغل خوب و فراتر از العاده‌ایی است، به شرطی که اگر در سبک و شیوه‌ایی از آن دارای توانایی‌های لازم و مرتبط گردیم و آغاز به کار کنیم. البته عکاسی در یک دید ژورنالیستی و به عبارتی در یک دید کلی یک شغل آزاد محسوب می‌شود (Freelans). یکی از این سبک‌ها عکاسی صنعتی است و ما در این کتاب همانطور که گفته شد، در این حوزه خاص صحبت می‌کنیم و از این شغل می‌گوییم، در عکاسی صنعتی و تبلیغاتی ما صرفاً یک عکاسی فری لنسر (Freelanser) نیستیم و برای خودمان کار نمی‌کنیم، بلکه طبق یک ایده و سفارش عمل می‌کنیم. در این شاخه از عکاسی، سفارش انجام کاری به شما داده می‌شود و شما موظف به انجام آن هستید، به

نوعی یک پروژه به عکاس واگذار شده است که باید آن را انجام دهد. البته در این سبک، فقط عکاس نیست که همه کارها را انجام می دهد بلکه باید حواسمان باشد تا نقش عوامل همراه عکاس که بیرون از آتلیه او، می توانند کمک کنند را نادیده نگیریم.

انجام عکاسی صنعتی، صرفاً عکسبرداری و نورپردازی نیست، بلکه یکی از بالاترین مراتب شغل عکاسی است که عکاس در مقام مشاور و مجری قرار دارد. جذاب ترین شکل این شغل ارتباط مخاطنگ گپ و گفت های دو طرف (عکاس و سفارش دهنده) است که ممکن است در یک جلسه به پایان برسد و یا چندین و چند جلسه به طول بینجامد، اصل حرفه ای تر این نوع عکاسی، داشتن یک تیم خوب تبلیغات است (دستیاران عکاسی، طراحان گرافیک و سایت و ...) که با مشاوره ها و هماهنگی های تیمی و ایجاد اتاق فکر و بمباران های ایده و تفکر می توانند مسیر و داستان یک مجموعه عکس را نشان دهند.

بخش «عکس، حرف، جمله، داستان و رمان» تماماً نظرات مؤلف در سال ها تجربه شخصی است، عکس فقط یک تصویر ۲ بعدی نیست بلکه می تواند حرف ها و دیالوگ هایی باشد یک سویه یا دو سویه تا مخاطب را پای یک میز بکشاند و با او صحبت کند، در راستای آنچه در قاب رخ می دهد. عکاسی یکی از هفت هنر جهان است که

می‌تواند تمامی هنرها را در خود جای دهد و به مرحله نمایش برساند. عکاسی ثبت کننده تمامی هنرها می‌باشد بیانکه هنرهای دیگر بتوانند به وسیله خود، عکاسی را ثبت نمایند.

بخش دیگر از کتاب در حوزه رنگ و نور میباشد و سپس درباره مهمترین بخش عکاسی صنعتی یعنی اسناد از انواع نور ها و عکاسی صحبت می نماید.

امید بر آن دارم تا بوده از کتاب با مطالعه خوب و کامل آن نکات آموزنده ای را دریافت کنند و در کار عکاسی خود استفاده نمایند با تشکر از از تمامی عزیزانی که در سال های پیشین زندگی در حوزه هنر و هنرآرزی همراه من بوده آند و بسیار مرا یاری داده آند، استاد علیرضا دریابیگی، دکتر محمدرضا خاکی، دکتر مسعود دلخواه، دکتر فرزاد تقی لری، دکتر مسعود افشارو سایر اساتید بنده که نام مبارکشان بیان نشد ولی بنده افتخار شاگردی ایشان را داشته ام، تشکری ویژه از پدر و مادر عزیزم دارم و سره تعظیم در برابرشان فرود می آورم و در پایان این کتاب را به همسر فداکارم که ساختن را در زندگی به من آموخت تقدیم می کنم.