



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: گرافیک (پوستر و نشانه) ترم: ۴ سال تحصیلی: ۱۳۹۸-۱۳۹۹
نام درس: کارگاه طراحی پوستر فتوگرافیک نام و نام خانوادگی مدرس: سیده سارا قاسمپور مرادی
آدرس email مدرس: line.graphic@gmail.com تلفن همراه مدرس: ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

جزوه درس: کارگاه طراحی پوستر فتوگرافیک مربوط به هفته : اول □ دوم ■ سوم □
text: دارد ■ ندارد □ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۳۸۲۷۸۰۰۵۲

جلسه دوم

به نام خدا

- ارتباط میان هنر عکاسی و گرافیک

در ظهور عکاسی، آن به عنوان یک هنر محسوب نمی شد و تنها به ثبت لحظه ها می پرداخت؛ عکاسان اولیه به وسیله تقلید تکنیک های نقاشی رئالیسم از جمله نوردهی، ترکیب رنگ و پوزیشن به عکاسی وجهی هنری دادند.
اولین استفاده های عکاسی در گرافیک را می توان به پوستر های مجتمع های اسکی توسط والتر هرذگ سوئیس در دهه ۱۹۳۰ میلادی اشاره نمود که با استفاده از کلاژ عکس، جایگذاری طرح های گرافیکی و متن به خلق اثر پرداخت.
عکس ها زبان مشترک جهانی اند که برای قفلک احساسی و منطقی انسانها مورد استفاده قرار می گیرند؛ به عنوان طراح باید از این قابلیت عکس استفاده کامل را ببریم چون مهارت های های گرافیکی و عکاسی به خوبی و همسوی با هم به پیش می روند.
امروز جایگاه عکاسی را می توان در عکاسی صنعتی، مجلات، بیلورد ها، طراحی بنرها و به وضوح کامل دید.
در جایگاه تبلیغات و ساخت بنر های تبلیغاتی برای محصولات مختلف، عکاسی صنعتی با استفاده از نورپردازی، متریال پردازی (جلوه های بصری مثل آب در تبلیغات محصولات) و دیگر تکنیک های عکاسی سعی در ثبت تمام جزئیات اشیا و همچنین اغراق در ویژگی های آن ها را دارد.
در کار تبلیغات همواره با محصولات زیبا مانند جواهرات و وسایل لوکس سر و کار نداریم بلکه در برخی از مواقع در تبلیغات برخی وسایل مانند ابزارآلات که فی نفسه زیبایی ندارند، باید به حدی از مهارت عکاسی خود استفاده کنیم که جذاب جلوه کنند.
یک عکس به زیبایی می تواند ایده ها و پیام هایی را به ما بدهد که هزاران کلمه نمی تواند آن را به مخاطب ما منتقل کند، طراح گرافیک می تواند برای انتقال سریعتر و بهتر مفاهیم، عکاسی را به عنوان یک مهارت به زرادخانه خود اضافه کند.

- مهارت های مشترک بین گرافیک و عکاسی :

- جایگذاری اشیاء:

در عکاسی باید سوژه های خود را به نحوی در کادر قرار دهیم که به بهترین نحو دیده شوند؛ اگر از این مهارت در گرافیک استفاده شود، با این دید می توان جای گذاری اشیا، خطوط، متون و تصاویر گوناگون را بهتر مدیریت نمود.

- استفاده از رنگ و نورپردازی :

هنگامی که از طرح های مختلف رنگی استفاده می کنید، می توانید عکاسی خلاقانه تولید کنید. طراحی گرافیکی و عکاسی هر دو برای بیان هدف خود به رنگ متکی هستند.
عکاسی دید ما را نسبت به تاثیر نور پردازی و رنگ ها به شدت بالا میبرد.
عکاسی در گرافیک، تنظیمات دید ما را به استفاده واقع گرایانه رنگ تغییر می دهد و در ساخت آبجکت ها و نورپردازی دید گرافیک را وسیع تر می کند.

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



- قانون ترکیب و تعادل :

هدف این قانون کمک به عکاسان در گرفتن عکس های جذاب و متعادل است. البته ، مانند هر قانون خلاقیتی دیگری ، می توانید این قاعده را خم کرده یا بشکنید.

با این حال ، قبل از شکستن قانون ، اطمینان حاصل کنید که آن را کاملاً درک کرده اید. هنگامی که شما به طور صحیح این قانون را اعمال می کنید ، تصاویر شما لذت بخش تر به نظر می رسند. در حالی که شما مشغول عکس گرفتن از چیزی هستید ، چشم شما برای ترکیب و ترتیب بندی بهتر عمل می کند و چشم مخاطب مان را به سوژه مورد نظرمان هدایت می کند.

با ترکیب طرح های گرافیکی و عکس می توان علاوه بر جلب توجه مخاطب در قالب اثر گرافیکی ، پیام های مهمی را منتقل نمود .

استفاده از عکاسی به جای طرح گرافیکی

- در عکاسی صنعتی به این نمونه اشاره شد که محصولات را طوری جلوه می دهند که مخاطب به آن جذب شود . حال یک غذا را تصور کنید ؛ عکس غذا شما را به ولع می اندازد یا یک طرح گرافیکی از همان غذا؟؟؟ به طور کلی اگر به واقع گرایی و جزئی نگری در طرح نیاز داریم عکاسی بسیار بهتر از طرح های گرافیکی عمل می کند.

- در کارهایی مثل روزنامه نگاری که اصالت کار مهم است ، استفاده از طرح های گرافیکی کمکی نمی کند. به عنوان مثال در طرح تبلیغاتی مواد غذایی اگر هدف از نشان دادن آب دهان اشتهای مشتری یا تبلیغ مارک ورزشی انتقال احساس شادی و سرزندگی باشد ، حتماً باید از عکس ها استفاده شود.

- در برخی از تبلیغات ها ، از افراد مشهور برای ترغیب مشتری برای خرید استفاده می شود که تصویر این شخص بر مخاطب تأثیر مستقیم می گذارد.

- در بروشورهای تبلیغاتی که حتماً باید تصاویر دقیق و کامل محصول قرار بگیرد ؛ کسی نمی خواهد که تصاویر مصنوعی را به جای محصول واقعی نظاره گر باشد. بروشور هایی که در صنعت گردشگری مورد استفاده قرار می گیرند باید از عکس هایی استفاده کنند که فرهنگ ، مناظر و تاریخ آن مکان را به نمایش بگذارد.

- صحنه های انتزاعی مانند جاده پیچ در پیچ به عنوان سختی زندگی و یا شلیک به افق به عنوان آینده؛ هر چند تأثیر بسزایی در دیده شدن کارما دارند ولی در صورت تکرار زیاد می توانند به کلیشه تبدیل شوند پس باید مراقب انتخاب عکس های خودت باشی.



قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای آرایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



پروژه عملی :

مجموعه اول : دورریختنی ها

- عکاسی از یک شی از زوایای مختلف در قالب ترکیب بندیهای متفاوت از لحاظ نحوه جایگیری شکل در فضا و تنوع زوایای دید متفاوت همراه با نورپردازی مناسب .

- انتخاب و تایید نهایی بهترین عکس ها از بین ۱۰ مورد انتخابی عکاسی از اشیاء دورریختنی چه از لحاظ رنگ و کیفیت تصاویر و چه از لحاظ نورپردازی مناسب و ترکیب بندی زیبا و خلاقانه .

پایان آموزش جلسه دوم