



عکس قضیه صادق است



۲. از هنرجویان رشته عکاسی بهره بگیرید. گاهی دسترسی به ایشان آسان نیست. پس برویم راه سوم!

۳. خلاقیت را به خدمت بگیرید. پس خودتان دست به کار شوید. شما می‌توانید از فرد بی‌تجربه‌ای که فقط عکس‌های سلفی تکراری و لوس می‌گیرد، به یک عکاس تبلیغاتی به‌نسبت حرفه‌ای تبدیل شوید؛ حتی اگر با تلفن همراه عکس می‌گیرد. در اینجا برخی از نکات و تکنیک‌های ساده عکاسی را شرح می‌دهیم:

از نورپردازی مناسب استفاده کنید.

بدون نور مناسب، محصول شما جلوه کافی نخواهد داشت. برای روشنایی عکاسی از محصول، دو گزینه وجود دارد: ۱. نور استودیو؛ ۲. نور طبیعی. در بیرون از ساختمان، از نور طبیعی صبح زود یا اواخر بعد از ظهر استفاده

هنرجویان در هر رشته تحصیلی محصول و خدماتی تولید می‌کنند که اگر به صورت حرفه‌ای ارائه شود، درآمد مناسبی برای آن‌ها در پی خواهد داشت. فروش محصول با نمایش و عرضه مناسب آن تضمین می‌شود. با دانستن این موضوع، باید از خود پرسیم چگونه می‌توانیم محصول را طوری آماده کنیم که منحصر به فرد و نوآورانه باشد و نظر دیگران را جلب کند؟ این جمله هیچ وقت کهنه نمی‌شود: هر تصویر بجا، به اندازه هزار کلمه ارزش دارد. عکاسی عالی و خلاقانه سهم زیادی در موفقیت شما خواهد داشت. در این زمینه چند راه پیش رو دارید:

۱. از یک عکاس تبلیغاتی حرفه‌ای کمک بگیرید. البته در این صورت باید پول زیادی تقدیم ایشان کنید. پس بی‌خیال!



کنید. در منزل هم می‌توانید یک استودیو برپا کنید؛ به این ترتیب که محصول را روی یک میز رو به پنجره بگذارید و برای بخش‌هایی از محصول که نور دریافت نمی‌کند، با کمک مقوای سفید، نور را بازتاب دهید یا با یک یا دو عدد چراغ مطالعه، نور لازم را به محصول بتابانید. فقط یادتان باشد، با استفاده از کاغذ معمولی یا کالک، نور چراغ مطالعه را نرم کنید تا سایه‌های تند ایجاد نشود. بعضی از محصولات براق هستند و نور را منعکس می‌کنند. در این صورت با استفاده از یک جعبه و سه کاغذ سفید هم اندازه‌ی اضلاع جعبه، یک خیمه‌ی نور درست کنید و محصول را داخل آن بگذارید و عکاسی کنید.

از سه پایه کمک بگیرد.

بعضی‌ها فکر می‌کنند سه پایه یکی از تجهیزات فنی غیرضروری است، اما از آن استفاده کنید تا تفاوت فاحشی در وضوح و کیفیت تصویر مشاهده کنید. علاوه بر آن، گاهی مجبورید چیدمان کالا را تغییر دهید. استفاده از سه پایه در این شرایط بسیار کمک‌کننده خواهد بود.

پس زمینه مناسب داشته باشید.

ساده نگه داشتن پس‌زمینه می‌تواند این اطمینان را بدهد که کالا در عکس گم نخواهد شد. پس‌زمینه سفید یک گزینه عالی است، ولی اگر اصرار دارید از رنگ‌های دیگر استفاده کنید، آبی کم‌رنگ، صورتی و زرد کم‌رنگ گزینه‌های خوبی هستند. گاهی می‌توانید از محصول، در مکانی که ممکن است کاربرد داشته باشد، عکاسی کنید. مثلاً صندلی را در بخشی از خانه بگذارید. فقط یادتان باشد، محیط نباید آن قدر شلوغ باشد که صندلی به چشم نیاید. گاهی هم لازم است برای تکمیل و ارائه زیباتر محصول، از فضاهای باز بیرون از خانه استفاده کرد؛ به شرط سادگی.

با قانون یک‌سوم کار کنید.

این قانون برای ایجاد ترکیبی متعادل استفاده می‌شود. طول و عرض صفحه را به سه قسمت مساوی تقسیم کنید و نقاط مقابل را با خطی به هم وصل کنید. در محل تقاطع خطوط چهار نقطه به وجود می‌آید. سعی کنید محصول خود را در امتداد خطوط یا به‌طور مطلوب‌تر، در محل تلاقی دو خط (آن چهار نقطه) قرار دهید؛ به این ترتیب روی محصول شما تمرکز خواهد شد.

ویرایش عکس را بیاموزید.

پس از عکاسی، لازم است عکس را بهتر کنید تا نتیجه مطلوب‌تری به دست آورید. داشتن مهارت در ویرایش عکس‌های تبلیغاتی ضروری است،

چرا که باید نقص‌های کوچک را بپوشانید و نور و رنگ را اصلاح کنید.

از اشیای تزئینی استفاده کنید.

تمرکز اصلی هر عکس باید بر محصول باشد، ولی گاهی استفاده از لوازم جانبی هم برای درخشش عکسستان مفید خواهد بود. مثلاً کیک را که در کلاس آشپزی پخته‌اید، با چند شاخه گل در ظرفی مناسب به تصویر بکشید.

الهام بگیرد.

چرخه در اینترنت بنزید، برندهایی را که دوست دارید ببینید، به عکاسی محصولات آن‌ها نگاه کنید و از آن‌ها الهام بگیرید.

توصیه‌های تک‌خطی

- از زاویه‌های متفاوت عکس بگیرید.
- از نمای نزدیک از کالای مورد نظر عکس بگیرید.
- جزئیات محصول را نمایش دهید. برای مثال جیب‌های داخلی کیفی را که در مدرسه و کلاس درست کرده‌اید، نشان دهید.
- حالا می‌توانید این تصاویر را در وبسایت خود، رسانه‌های اجتماعی، و نمایشگاه‌های تجاری و صنایع دستی به نمایش بگذارید و از حضور در بازار گسترده فضای مجازی بهره‌مند شوید.