



به نام خدا

عکاسی خبری

رویکردهای کاربردی، ارتباطی و بصری

مؤلفان:

آتوسا اعظم کثیری

(عضو هیات علمی دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی)

محسن افروزی

الهه فخریان



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.

◀ عنوان کتاب: **عکاسی خبری**

رویکردهای کاربردی، ارتباطی و بصری

◀ مولفان: **آتوسا اعظم کثیری-محسن افروزی-الهه فخریان**

◀ ناشر: **موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران**

◀ ویراستار: **مهديه مخبري**

◀ صفحه آرايي: **فرونوش عبدالهي**

◀ طراح جلد: **محسن افروزی**

◀ نوبت چاپ: **اول**

◀ تاريخ نشر: **۱۴۰۲**

◀ چاپ و صحافی: **صدف**

◀ تیراژ: **۱۰۰ جلد**

◀ قیمت: **۱۹۷۰۰۰۰ ریال**

◀ شابک: **۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۹۵-۱**

نشانی واحد فروش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه

-تقاطع شهدای ژاندارمری-پلاک ۱۵۸ ساختمان دانشگاه-

طبقه دوم-واحد ۴ تلفن ها: ۶۶۹۶۵۷۴۹-۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagaran-tehran.com

سرشناسه: اعظم کثیری، آتوسا، ۱۳۵۶ -
عنوان و نام پدیدآور: عکاسی خبری: رویکردهای کاربردی، ارتباطی
و بصری / مولفان: آتوسا اعظم کثیری، محسن افروزی، الهه فخریان؛
ویراستار: مهديه مخبري.
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۲
مشخصات ظاهري: ۱۹۶ ص: مصور،
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۹۵-۱
وضعیت فهرست نویسی: فیبا یادداشت: کتابنامه: ص: ۱۹۲-۱۹۶
موضوع: عکاسی مطبوعات Photojournalism
شناسه افزوده: افروزی، محسن، ۱۳۶۹-
شناسه افزوده: فخریان، الهه، ۱۳۶۱-
رده بندی کنگره: ۸۲۰ TR
رده بندی دیویی: ۰۷۰/۴۹
شماره کتابشناسی ملی: ۹۲۱۲۳۲۴

نشانی تلگرام: @mftbook نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل ۱ / اهمیت و ارزش: عکس خبری به مثابه رسانه ۹

- ۱-۱- رسانه و بازتابنده خبری تأثیرگذار ۱۰
- ۲-۱- جوهره و ماهیت عکاسی خبری ۱۲
- ۳-۱- ضرورت پیوند متقابل عکس و متن در رسانه‌ها ۱۸
- ۴-۱- جایگاه عکس خبری در رسانه‌های نوین ۱۹
- ۵-۱- نکاتی عملی درباره کار عکاسان خبری ۲۰
- ۶-۱- مقایسه عکاسی خبری و عکاسی تجاری ۲۵
- ۷-۱- ارزش خبری: عکس و متن ۲۸
- ۸-۱- انواع عکاسی خبری ۳۱

فصل ۲ / دانش و فن: عکاسی خبری به مثابه حرفه ۳۸

- ۱-۲- مهارت‌های مورد نیاز یک عکاس خبری ۳۹
- ۲-۲- کار کردن با دوربین عکاسی ۴۲
- ۳-۲- انواع دوربین عکاسی ۴۷
- ۴-۲- لنز دوربین و انواع آن ۴۷

۵۰	۵-۲- مراقبت و نگهداری از دوربین.....
۵۱	۶-۲- مراقبت از لنزهای دوربین.....
۵۳	۷-۲- جلوگیری از لرزش دوربین.....
۵۳	۸-۲- عکاسی دیجیتال.....
۵۶	۹-۲- اساس ساختار دوربین دیجیتال.....
۵۸	۱۰-۲- بخش‌های مختلف دوربین دیجیتال.....
۶۰	۱۱-۲- قابلیت‌ها، حالت‌ها و مزیت‌ها و معایب دوربین دیجیتال.....
۶۳	۱۲-۲- مراحل عکس‌برداری با دوربین دیجیتال.....

فصل ۳ / ترکیب‌بندی: عکس خبری به‌مثابه هنر بصری ۶۷

۶۸	۱-۳- سواد بصری: بینش، آگاهی و شناخت.....
۷۰	۲-۳- ترکیب‌بندی در عکاسی.....
۷۲	۳-۳- عناصر و اصول ترکیب‌بندی.....
۷۶	۴-۳- انواع نما در عکس.....
۸۰	۵-۳- زاویه دید.....
۸۵	۶-۳- اصول قاب‌بندی موضوع.....

فصل ۴ / کارکرد و نتایج: عکاسی خبری به‌مثابه برنامه ۱۰۳

۱۰۴	۱-۴- انواع عکس در ارتباط با اشخاص درون تصویر.....
۱۰۶	۲-۴- انواع عکس از نظر روایی.....

۳-۴- عکاسی تبلیغاتی برای مطبوعات و رسانه‌ها..... ۱۱۱

۴-۴- عکاسی خبری شهروندی..... ۱۲۷

فصل ۵ / فرآیندهای پساتولید و ویرایش: عکس خبری به مثابه سند..... ۱۳۱

۱-۵- ارزیابی عکاس از کار خود..... ۱۳۲

۲-۵- ارزیابی ویراستار تصویر یا سردبیر نشریه..... ۱۳۳

۳-۵- وظایف ویراستار (سردبیر) تصویری..... ۱۳۴

۴-۵- تصمیم‌گیری‌های مهم ویراستار تصویر..... ۱۳۵

۵-۵- وظایف کارکنان میز تحریریه..... ۱۳۶

۶-۵- برش زدن عکس..... ۱۳۶

۷-۵- نحوه برش عکس‌های دیجیتال..... ۱۴۲

فصل ۶ / ملاحظات اخلاقی و قانونی: عکاسی خبری به مثابه امر اجتماعی..... ۱۴۴

۱-۶- وجدان فردی، قواعد اخلاقی و اخلاق رسانه‌ای..... ۱۴۵

۲-۶- بنیادهای نظری اخلاق حرفه‌ای..... ۱۴۷

۳-۶- ابعاد اخلاقی در حرفه عکاسی خبری..... ۱۴۹

۴-۶- مسائل حقوقی در عکاسی خبری..... ۱۵۳

فصل ۷ / زبان و بیان: عکاسی به مثابه تفکر..... ۱۵۷

۱-۷- مشاهده، یافتن، گزینش و خلق کردن..... ۱۵۸

۲-۷- موقعیت‌یابی، زاویه دید و کاربست ابزار بیانی..... ۱۶۵

- ۳-۷- نظام ارتباطی و راهبرد دیداری در بیان ۱۶۸
- ۴-۷- تأثیر و نقش ابزار بازنمایی در بیان تصویری ۱۷۰
- ۵-۷- دیدن، نگاه کردن و تجسم ۳۶۰ درجه ۱۷۲
- ۶-۷- جان بخشی به متن و ارزش نهادن به خبر ۱۷۴
- ۷-۷- حالات بیانی و ارتباطی عکس خبری و خوانش نشانه‌ها ۱۷۷
- ۸-۷- انتشار و انعکاس تصویری خبر: قالب‌های بازنمایی ۱۷۸
- ۹-۷- محتوا و معنا بخشی به سوژه: معناگرایی ۱۸۴
- ۱۰-۷- عکاسی کنش‌گر و بازگوکننده ۱۸۸
- منابع ۱۹۲**

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که بتواند
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

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 و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون 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 دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید تألیف "سرکارخانم‌ها آتوسا اعظم کثیری-الهه فخریان و جناب آقای محسن افروزی" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشرگشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
dibagaran@mftplus.com

مقدمه مؤلف

عکاسی خبری نوعی فرایند داستان‌گویی دیداری است که عکس را به مثابه رسانه‌ی روایت خویش به کار می‌گیرد و از دوربین برای ثبت بازنمایی تصویری داستان استفاده می‌کند. یک رسانه، زمانی موفق خواهد بود که مخاطبان هدف، پذیرای آن باشند. عکاسی خبری مانند هر رسانه‌ی دیگری مجموعه‌ای از اصول و قوانین را پی می‌گیرد و همچنان که از عنوانش مشهود است، آمیزه‌ای است از عکاسی و روزنامه‌نگاری و به‌طور گسترده در روزنامه‌ها، نشریات خبری، مجلات فیلم و هفته‌نامه‌های تبلیغاتی به کار می‌رود. عکاسی خبری به معنای گزارش تصویری رویدادها است. خبرنگار عکاس می‌کوشد وقایع را همان‌گونه که در جامعه اتفاق می‌افتد به وسیله عکس گزارش کند. تقریباً تمامی نشریات از خدمات عکاسان خبری برای جلب توجه مخاطبان خود استفاده می‌کنند. می‌توان گفت رسانه‌های چاپی و الکترونیکی هر دو به یک اندازه عکاسی خبری را به کار می‌گیرند تا قصه‌های مهیج تری نقل کنند و مخاطبان بیشتری را مجذوب خویش سازند. لازم است که عکس‌های خبری راوی حکایت‌های واقعی باشند، پس می‌بایست محتوای خود را به طریقی منصفانه و بی‌طرفانه به مخاطب منتقل کنند. از طرفی عکس‌های خبری مثلاً صحنه‌هایی از بازماندگان یک فاجعه یا یک حمله تروریستی_ اغلب احساسات شدیدی را در بینندگان برمی‌انگیزند. به هر صورت در جهان معاصر ما عکاسی خبری به یکی از مهمترین جنبه‌های کار مطبوعاتی بدل شده است؛ بنابراین پرداختن به آن به صورت بسیط و تک بعدی مقدور نیست؛ درحقیقت عکاسی خبری را می‌بایست به مثابه امری «چندوجهی» بنگریم.

کتابی که در پیش رو دارید با این هدف تألیف شده است که عکاسی خبری را از ابعاد و وجوه مختلف عملی، فن‌آورانه، هنری و نیز کاربردی و معنایی مورد بازشناسی قرار دهد. در این کتاب که در هفت فصل تنظیم شده، ابتدا عکاسی خبری را در جایگاه یک رسانه معرفی می‌کنیم. در فصل دوم و سوم به مسائل فنی و هنری مرتبط با این حرفه خواهیم پرداخت. فصل چهارم را به برنامه‌ریزی برای انواع مأموریت‌های یک عکاس خبری اختصاص داده‌ایم و در فصل پنجم مسائل مرتبط با ویراستاری عکس را مطرح نموده‌ایم. در فصل ششم مسئله چالش‌برانگیز اخلاق و قوانین حاکم بر این زمینه را مورد بررسی قرار می‌دهیم و در فصل آخر می‌کوشیم مسیری به سوی معنای عکس خبری و اندیشه‌ی عکاسانه بگشاییم. امید است که این نوشتار بتواند هم به کار دانش‌جویان و کارآموزان این رشته بیاید و هم برای حرفه‌ای‌ترها مفید باشد.