

فصل ۴

مفاهیم و اصطلاحات



مقدمه

هنرجویان در این فصل، با برخی از مفاهیم و اصطلاحات مربوط به رشته فتو-گرافیک آشنا شده و به کارگیری برخی اصول علمی رشته و قوانین حرفه‌ای را می‌آموزند. آشنایی با موارد حقوقی و چگونگی تنظیم قراردادهای و انجام تعهدات مربوطه از مواردی است که در این فصل به هنرجویان آموزش داده می‌شود. در بخش پایانی با نقش فناوری و پیشرفت‌های مربوطه در رشته فتو-گرافیک و زمینه‌های کاربرد آن آشنا می‌شوند. از آنجا که رشته تحصیلی فتو-گرافیک رشته‌ای تلفیقی و میان‌رشته‌ای دو رشته عکاسی و گرافیک است، مفاهیم و اصطلاحات هر دو زمینه را در بر داشته و آشنایی با این مفاهیم و اصطلاحات و عنوان‌ها برای هنرجویان این رشته از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این فصل، با برخی از مهم‌ترین عنوان‌ها، مفاهیم، اصول و قوانین حاکم بر آنها آشنا می‌شویم.

طراحی گرافیکی عبارت است از:

ارائه راه‌حل مناسب بصری برای آسانی ارتباطات مورد نیاز جامعه^۲. به بیان دیگر، گرافیک؛ زبان بصری جهان بدون مرز است^۳.
فرایندی که در آن هنر و فناوری برای انتقال ایده‌ها و پیام‌ها ترکیب می‌شوند. روش‌های گوناگونی برای آفرینش و ترکیب کلمات، نمادها و تصاویر به کار می‌روند تا بازنمودی بصری از ایده‌ها و پیام‌ها پدید آید^۴.

طراحان گرافیک^۵:

طراح گرافیک یک شخص حقیقی است که به‌طور حرفه‌ای و مستمر به کار طراحی گرافیک اشتغال داشته باشد. طراحان گرافیک ممکن است از تصاویر (نقاشی، طرح ترسیمی و عکس) برای بازنمایی ایده‌های سفارش‌دهندگان و مشتریان استفاده کنند. در مواردی نیز از ترکیب تصویر و تایپوگرافی بهره می‌برند^۶.

صفحه‌آرایی

طراحی نشانه (آرم)

طراحی نشانه عبارت است از یک طرح ساده، گویا، قابل اجرا با مواد گوناگون و در برخی موارد تک‌رنگ که اهداف، ویژگی‌ها، خدمات و نوع فعالیت یک سفارش‌دهنده یا مؤسسه را معرفی می‌کند.

«صفحه‌آرایی» یکی از فعالیت‌های رایج طراحان گرافیک است که در روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌های درسی و غیر درسی و کاتالوگ‌ها کاربرد گسترده‌ای دارد. اهمیت ویژه و ارتباط پیوسته انواع صفحه‌آرایی با مخاطبان سبب طراحی صفحات با فضاهایی خلاقانه شده است.

۱- Graphic design

۲- انجمن طراحان گرافیک ایران - سند اساسنامه.

۳- کتاب خط در گرافیک ۱۳۹۳.

۴- روئین پاکباز، دایرة المعارف هنر، ۱۳۹۴- تهران.

۵- Graphic designers

۶- روئین پاکباز.



نشانه دانشگاه تهران، مرتضی ممیز



گچبری ساسانی

شکل ۴-۱



شکل ۴-۳- نشانه مجتمع همایش‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، طراح: علی خورشیدپور



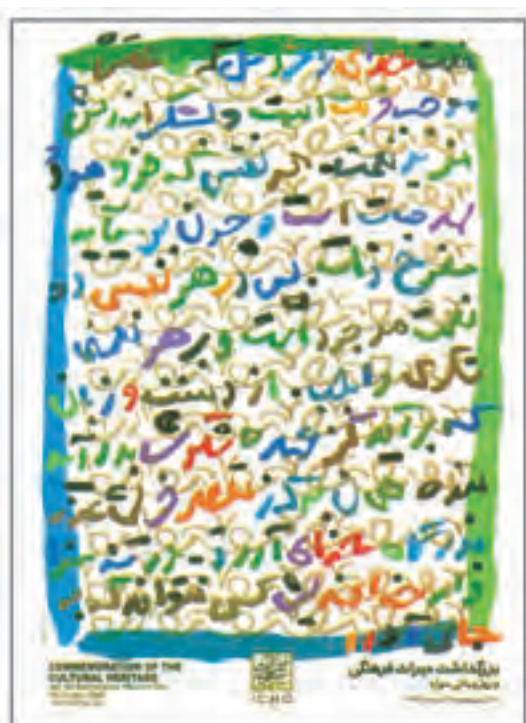
شکل ۴-۲- عنوان نشریه هما، طراح: مرتضی ممیز

پوستر

یکی از روش‌های رایج در آگاهی‌رسانی تصویری، طراحی پوستر یا اعلان است. به عبارت ساده‌تر، طراح پوستر با در نظر داشتن این نکته که نظاره‌کنندگان کار او، معمولاً در حال تردد و گذر هستند باید اثری را بیافریند که در کوتاه‌ترین زمان و در کمال فصاحت بیان، پیام خود را انتقال دهد. در طراحی پوستر سرعت انتقال پیام به مخاطب بسیار مهم است. از آنجا که پوستر در معابر عمومی نصب می‌شود و تماشاگران در حال گذر آن را می‌بینند باید ویژگی انتقال پیام در کوتاه‌ترین زمان و ساده‌ترین بیان را داشته باشد.



شکل ۴-۴- پوستر برای نخستین نمایشگاه هنر گرافیک آسیا ۷۰×۱۰۰ سانتی متر، طراح: مرتضی ممیز



شکل ۴-۶- پوستر بزرگداشت میراث فرهنگی و روز جهانی موزه



شکل ۴-۵- پوستر برای تبلیغ باغ وحش

بسته‌بندی

یکی از روش‌های مؤثر برای جلب توجه خریداران کالا، طراحی بسته‌بندی زیبا برای محصول است و هدف از بسته‌بندی کالاها و محصولات تولیدی حفظ و نگهداری کالا و نیز تبلیغ آن از طریق ایجاد جذابیت دیداری (بصری) برای جلب مشتری است. به‌طور کلی اهداف بسته‌بندی عبارت است از:

- ۱ حفاظت از کالا، نگهداری و بهداشت آن، حمل و نقل راحت‌تر و انبارداری مناسب.
- ۲ ایجاد زیبایی و جذابیت دیداری (بصری) در کالا (به‌صورت تصویر و نوشتار) به منظور جلب بیشتر مشتری.



شکل ۹-۴- روش‌های نوین بسته‌بندی



شکل ۷-۴- کیف دستی کاغذی مخصوص خرید میوه و سبزیجات با تأکید بر نقش میوه و سبزی‌ها در سلامتی انسان



شکل ۸-۴- بسته‌بندی کیوی با استفاده از شکل میوه

تصویرسازی^۱:

هدف از تصویرگری، راهنمایی خوانندگان کتاب، مجلات و مانند آن برای درک و تجسم بهتر مطالب است. به تصویرهایی که بر اساس سفارش و برای موضوعی خاص به وسیله هنرمندان با انواع روش‌ها در رسانه‌های ارتباط تصویری، مثل کتاب، تبلیغات، اطلاع‌رسانی، پایگاه‌های اینترنتی، پوستر، بسته‌بندی، و... طراحی و ساخت و ساز می‌شود، تصویرسازی گفته می‌شود. بیشتر تصویرسازان از پیشینه نقاشی برخوردارند و ابزار کار

۱- Illustration



شکل ۴-۱۰



شکل ۴-۱۱



شکل ۴-۱۲



شکل ۴-۱۳



شکل ۴-۱۴

نمونه‌های تصویرسازی



الف



ب



ج



د



هـ

شکل ۱۵-۴- نمونه های تصویر سازی

آنها می‌تواند به صورت سنتی یا معاصر (دیجیتال) باشد. می‌توانیم به جای استفاده از «نقاش کتاب کودک» یا نقاشی‌های شاهنامه از واژه تصویرساز یا تصویرسازی بهره ببریم. تصویرسازی به عنوان گرایشی از طراحی گرافیک است که تکنیک‌ها و ابزار کار آن بر اساس موضوع، مخاطب و رسانه آن تعیین می‌شود.

آگهی تبلیغاتی^۱:

شکلی از ارائه نظم یافته یا خلاقانه پیامی مشخص است که برای انتقال به مخاطب از طریق رسانه‌ای معین و در مدت زمانی محدود، طراحی و تولید می‌شود.

عکاسی^۲:

تعریف «فتوگرافی» از نظر فنی، فرایند ایجاد تصاویر از طریق نور است و به ثبت نقوش نور منعکس شده از موضوع، در مدت نوردی روی یک ماده حساس یا تراشه ذخیره‌سازی گفته می‌شود.^۳

عکاسخانه^۴:

آتلیه، کارگاه استودیو، فضایی برای عکس‌برداری که به وسایل لازم مجهز است. از نظر وسعت محدودیتی ندارد. طرح و تجهیزات آتلیه به نوع کاری بستگی دارد که در آنجا انجام می‌گیرد. آتلیه بیشتر برای عکس‌برداری از افراد، تهیه عکس پرتره و عکس‌برداری تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد.^۵

کارگاه هنری، استودیو^۶:

محل کار نقاش یا پیکره‌ساز و نیز کارگاه هنرجویانی که از یک استاد تعلیم می‌گیرند. کارگاه آزاد که گاه، آکادمی نیز نامیده می‌شود، محلی است برای طراحی و نقاشی از مدل زنده ولی در آن، آموزشی به هنرجویان داده نمی‌شود.

دیزاین^۷:

دیزاین فرم کلی یا ترکیب‌بندی هر ساختمان یا اثر هنری است. به بیان دیگر، دیزاین یا فکر طراح تنها به مسائل فرم و کارکرد نمی‌پردازد، بلکه فعالیت‌های او زمینه‌های مختلفی از زیبایی‌شناسی تا فناوری و از نیازسنجی تا سازماندهی را در بر می‌گیرد.

تایپوگرافی^۸:

اصطلاحی که به‌ویژه سبک، آرایش و یا ظاهر حروف در کار چاپی را تعریف می‌کند و همه جنبه‌های طراحی و کاربرد حروف را در بر می‌گیرد از جمله: حروف‌چینی و طراحی فونت، خط‌نگاری و خوشنویسی گرافیکی، کتیبه بناها، طراحی پوستر و نشانه‌ها، تبلیغات، عنوان‌بندی فیلم سینمایی و برنامه تلویزیونی و... در گرافیک برای انتقال پیام و تأثیر بر مخاطب از «عناصر» گوناگونی همچون تصویر، نوشتار، رنگ، حرکت و ... کمک گرفته می‌شود، اما از این میان، تصویر و نوشتار، مهم‌ترین نقش را بر عهده دارند و عناصر اصلی گرافیک را تشکیل می‌دهند. این موضوع، سبب شده تا از دیرباز، شاهد ترکیب تصویر و نوشتار به عنوان یک روش بیانی در ارتباطات باشیم. با اختراع صنعت چاپ و تکثیر اطلاعات نوشتاری به کمک ابزار مکانیکی که با شکل جدیدی از کاربرد خط آغاز شد، متن چاپی به منظور تکثیر و تولید انبوه متون، به‌روش‌های جدیدی نیاز داشت. از جمله این روش‌ها

۱- Advertising

۲- Photography

۴- Photography Studio

۶- Studio• Atelier

۷- Design

۸- Typography

۳- روئین پاکباز.

۵- فرهنگ عکاسی، اسماعیل عباسی، انتشارات سروش، تهران ۱۳۷۵.

که به توسعه چاپ انجامید، ساختن حروف مجزا و برجسته فلزی بود. با جنبش و ترکیب این حروف، واژه‌ها جمله و متون گوناگون ساخته می‌شد و پس از سپرده شدن به دستگاه چاپ و پایان کار، دوباره از آنها برای مطالبی جدید استفاده می‌کردند.

کار با این حروف، به تخصص دیگری هم نیاز داشت زیرا شکلی که ماشین در اختیار طراح می‌گذاشت، بدون در نظر گرفتن اصول زیباشناسی خط بود.

به همین دلیل برای رسیدن به شیوه مطلوب، تخصصی به وجود آمد که وظیفه آن، بهبود شکل قرارگیری حروف و افزایش زیبایی و کیفیت نوشته چاپی بود.

برای نمونه، فاصله معمول بین حروف که نتیجه کار حروف‌چین بود، در بازنگری طراح و به منظور یافتن شکلی زیباتر، کم یا زیاد می‌شد.

این گونه فن ابداع و گزینش و تنظیم انواع حروف به عنوان یک تخصص مطرح شد و تایپوگرافی نام گرفت.



شکل ۱۶-۴- عنوان پوستر هفتمین نمایشگاه دوسالانه طراحان گرافیک - قبادشیوا



شکل ۱۷-۴- نشانه نوشته طرح و نشر سیاه‌مشق - مسعود نجابتی



شکل ۱۸-۴- جلد کتاب راهنمای تایپوگرافی

همگام با رشد تکنولوژی و متناسب با گسترش ارتباطات بصری و ایجاد گرایش‌های جدید، هدف‌های نوینی در تایپوگرافی مطرح شد که از میان آنها، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱ طراحی قلم‌های چاپی متنوع

۲ کمک به درک هر چه بهتر و بیشتر مفاهیم نوشتار

۳ ثبت نوشته در ذهن مخاطب

۴ بررسی قابلیت‌های تصویری و آشکار کردن موضوع نوشتار

۵ کشف جنبه‌های خلاق کاربرد حروف

به عنوان نتیجه‌گیری می‌توان گفت؛ «تایپوگرافی» در شکل معاصر، به مفهوم تقویت ویژگی دیداری (بصری) حروف و جنبه تصویری در نوشتار به منظور تفهیم و تأثیرگذاری بیشتر در مخاطب و نیز حساسیت‌بخشی به حروف از طریق توجه به جنبه‌های خلاق در طراحی و کاربرد حروف است.



برای تصویرهای زیر شرح کوتاهی درباره برداشت خود از آنها و نیز ویژگی هایشان بنویسید.



شکل ۴-۱۹



شکل ۴-۲۰



شکل ۴-۲۱

اصول و قوانین (قوانین مربوط به عکاسی)

عکاسانی که با قوانین و عرف جامعه آشنایی دارند با اطمینان و اعتماد به نفس بیشتری کار می‌کنند و به یقین موفق‌تر از دیگران خواهند بود. پس لازم است به درستی از حقوق خود آگاه باشند تا دیگر نگران مثال‌هایی همچون نقض حقوق مادی و معنوی و پایمال شدن حقوقشان نباشند و نسبت به انعقاد قراردادها به درستی عمل کنند.

بسیاری از عکاسان در انجام کارهای خود با پرسش‌هایی درباره محدوده کار و زمینه فعالیت خود روبه‌رو می‌شوند. پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند بسیاری از دشواری‌های کاری در زمینه‌های تخصصی را هموار کند. برخی از این پرسش‌ها به شرح زیر است:

- عکاسی از چه محل‌هایی مجاز و در چه مکان‌هایی ممنوع است؟
 - چرا گاهی هنگام عکاسی مورد بازخواست مأموران دولتی و یا حتی اشخاص خصوصی قرار می‌گیریم؟
 - عکاسی، دوربینی را با گارانتی یک‌ساله خریده است، آیا فروشنده می‌تواند از ارائه گارانتی به هر دلیل و توجیهی خودداری کند؟ چه مراجع و چه قوانینی به کمک مشتری می‌آید؟
 - چه قواعد و قوانینی بر قراردادهایی که عکاس برای فعالیت‌هایش می‌بندد حاکمیت دارد؟
 - برای گشایش آلتیه عکاسی چه مراحل باید طی شود؟
 - در چه صورتی فرد می‌تواند برابر قانون در محیط مسکونی فعالیت تجاری کند؟
 - قوانین حاکم بر حقوق مالکیت فکری، سرقتی، علائم تجاری، حقوق کار و بیمه تأمین اجتماعی کدام‌اند؟
- نمونه‌های یاد شده، تنها بخشی از موارد و پرسش‌هایی را در بر می‌گیرد که عکاسان در زمینه‌های گوناگون کاری خود با آن روبه‌رو خواهند شد، در اینجا تلاش شده است تا به برخی از این پرسش‌ها پاسخ یا شرح بیشتری داده شود. آشکار است که برای آگاهی بیشتر نسبت به حقوق، قوانین و مقررات این رشته باید کتاب‌ها و منابع تخصصی دیگر نیز مورد مطالعه قرار گیرند.



شکل ۲۲-۴

حقوق عکاسان

تقریباً تصویب هر قانون، تأثیر زیادی بر حقوق افراد و طبقات مختلف جامعه می‌گذارد. هنرمندان و از آن جمله عکاسان نیز مانند تمام افراد جامعه از این امر مستثنی نیستند، اما آنچه که نباید از نظر دور داشت؛ حقیقت وضع مقررات و قوانین است که همانا حفظ حقوق افراد و بیان تکالیف دیگران در جلوگیری از نقض حقوق دیگران است. اگر عکس‌برداری و یا چگونگی ارائه عکس شما سبب نقض حقوق افراد جامعه و یا جریحه‌دار کردن احساسات آنان شود مسلماً مجاز به انجام آن نیستید.

دانستن حقوق شهروندی و نکات حقوقی و قانونی مرتبط با حرفه شما، نه تنها مفید بلکه ارزشمند نیز هست. با شناخت قوانین می‌توانید از حقوق مسلم خود بهره‌مند شده و در مواقع لزوم از آن دفاع کنید. به هر حال ممکن است پرسید:

چرا گاهی هنگام عکاسی مورد بازخواست مأموران دولتی و یا حتی اشخاص خصوصی قرار می‌گیریم؟ در پاسخ به این پرسش باید بگوییم:

قاعده کلی این است که شما می‌توانید از هر چیزی که در فضای عمومی وجود دارد، از خیابان و پیاده‌رو، ساختمان‌ها، پاساژها و پارک‌ها گرفته تا اموال شخصی که در معرض دید عموم قرار دارد عکاسی کنید زیرا صرف در معرض دید قرار گرفتن اموال شخصی، آنها را در حوزه مقررات مربوط به اموال عمومی قرار می‌دهد. به عنوان مثال ساختمانی که از پیاده‌رو قابل مشاهده است؛ خواه به این علت که دیوارهای آن کوتاه است یا به جای دیوار نرده‌هایی دارد که آن طرفش پیداست و همچنین در مورد تراس یا حیاط خلوت و پشت‌بام منازل و قاب پنجره. اما اگر در مواردی که به وسیله تابلو یا نوشته یا هر وسیله دیگری که ممنوعیت عکاسی را نشان دهد از شما خواسته شود تا از محیط یا موضوع خاصی عکاسی نکنید، شما مجاز به عکاسی نیستید.

توجه داشته باشید که اشخاص خصوصی اختیارات بسیار کمی برای محدود کردن شما در عکاسی دارند و حتی حق متوقف کردن و ایجاد مزاحمت برای شما در آن لحظه را ندارند. مهم‌تر از همه اینکه هیچ‌کس حق توقیف دوربین، کارت حافظه و فیلم شما را ندارد.

پرسش دیگری که مطرح می‌شود این است که آیا می‌توانیم هر عکسی را که گرفته‌ایم بدون هیچ پیش‌شرطی منتشر و یا ارائه کنیم؟ آیا حق عکس‌برداری لزوماً به معنی حق انتشار آن تصویر نیز هست؟ در پاسخ باید بگوییم که این حقوق و آزادی‌ها تا حدی قابل اعمال است که مانع و مزاحم آزادی و حقوق سایر افراد جامعه نشود. عکس‌برداری در خیابان‌ها و معابری که سبب ایجاد مزاحمت، ترافیک، سد معبر و راه‌بندان می‌شود ممکن است توسط پلیس متوقف شود. قانون مدنی نیز با به رسمیت شناختن حق انحصاری شخص بر عکس خود به این محدودیت‌ها افزوده است. به این ترتیب حق انسان برعکس و تصویر خویش مورد حمایت است و در صورت تجاوز به آن، تعرض به شخصیت شمرده شده و مسئولیت مدنی و جزایی به دنبال خواهد داشت. در پایان باید یادآور شد، حق عکس گرفتن با حق انتشار تصاویر متفاوت است. ساختمان‌ها و مکان‌ها، انسان نیستند و شخصیت ندارند تا برای عکاسی از آنها نیاز به اجازه داشته باشید و برای عکاسی از آنها آزادید اما ممکن است برای چاپ و فروش آن تصاویر نیاز به رضایت مالک موضوع آنها داشته باشید. در این مورد انتشار تصاویر گرفته شده از ساختمان‌های مشهوری که به دلیل نوع خاص طراحی معماری آنها معروف شده‌اند و توسط قانون کپی رایت ممنوع شده است گاهی نیاز به گرفتن مجوزهای لازم دارد.

پیشنهاد می‌شود در قرارداد کار، حداقل چند نکته قید شود؛ نام و نشانی طرفین، حوزه خدمت، شرح وظایف کارگر و تأکید بر اینکه آیا کارفرما اجازه دارد کارگر را به مأموریت اعزام نماید یا خیر؟ آیا کارفرما اجازه دارد محل کار را تغییر دهد؟ و از همه مهم‌تر اینکه در مشاغلی که ماهیت آنها می‌تواند دائم باشد، دایره اعتبار و انقضای این قرارداد باید صراحتاً تعیین شود به دلیل اینکه در کارهایی که ماهیت آنها جنبه مستمر دارد، در صورتی که مدت زمان آن در قرارداد نوشته نشود، قرارداد دائمی تلقی می‌شود.

بنابر شیوه‌نامه‌های جاری در هیئت‌های حل اختلاف، لازم است شرح ریز مزایای متعلقه به کارگر در قرارداد تعیین و در هنگام پرداخت نیز تصریح شود. رعایت این نکته ضامن حقوق طرفین قراردادهای کار است. در تعیین اصول و شروط مندرج در قرارداد کار باید به این اصل از قانون‌های مدنی و کار توجه داشته باشیم که قراردادهای توافق‌ها بین اشخاص در صورتی نافذ هستند که برخلاف قوانین جاری و شرع مقدس نباشند (حتی اگر مورد توافق طرفین باشند).

به نمونه قرارداد در تصویر شماره ۲۳-۴ توجه کنید.

نمونه قرارداد عکاسی / تصویربرداری صنعتی - تبلیغاتی

این قرارداد در تاریخ به منظور سفارش عکاسی و تهیه آلبوم میان آقای/ خانم به نشانی که از این پس عکاس و آقای/ خانم/ شرکت/ مؤسسه/ کارخانه به شماره ملی/ ثبت/ دارای شماره شناسنامه به نشانی تلفن همراه که از این به بعد مشتری یا کارفرما نامیده خواهد شد به شرح زیر منعقد شد.

ماده ۱: تمام حقوق مالکیت فکری عکاس، اعم از چاپی و الکترونیکی برای عکاسی محفوظ خواهد ماند و عکاس می‌تواند در حدود عرف و طور مناسب از تصاویر به عنوان نمونه تبلیغاتی استفاده نماید.

ماده ۲: مشتری موظف است در صورت چاپ یا نشر تصاویر، حقوق مالکیت فکری عکاس را رعایت کرده و همچنین موظف است نام عکاس را در کنار تصویر یا شناسنامه مجله/ کتاب/ وبسایت و ... ذکر نماید.

ماده ۳: برای تهیه فریم/ ثانیه/ دقیقه/ ساعت/ تصویربرداری با مونتاژ مبلغ ریال و برای هر فریم عکس بدون رتوش مبلغ ریال تعیین شد.

هزینه رتوش هر فریم عکس مبلغ می‌باشد.

در صورت اجرای کار در خارج از شهر ۲۰٪ به مبالغ فوق اضافه می‌شود.

ماده ۴: مبلغ ریال معادل درصد مبلغ قرارداد به عنوان پیش‌پرداخت هنگام انعقاد این قرارداد پرداخت شد. زمان‌های بقیه پرداخت‌ها در مراحل مختلف کار/ تحویل نهایی تصاویر یا پروژه می‌باشد. بدیهی است تا زمانی که تمامی مبالغ توسط مشتری پرداخت نشود، هیچ تصویری به مشتری داده نخواهد شد.

ماده ۵: در صورت عدم انجام تعهد از سوی عکاس به دلیل فورس مازور (قوه قاهره) اعم از خرابی تجهیزات، آتش‌سوزی، بیماری مؤثر عکاس و هر عاملی که کنترل آن از اختیار عکاس خارج و بدون خواست باطنی وی و بدون سوء نیت باشد و همچنین پاک شدن یا از دست رفتن تصاویر از روی سخت‌افزار چه به دلیل کارکرد نادرست تجهیزات و یا خرابی مواد اولیه، عکاس موظف است تمامی مبالغ دریافتی را بازگردانده و قرارداد خود به خود فسخ خواهد شد.

ماده ۶: در صورت انصراف از انجام کار یا فسخ قرارداد به هر دلیل و مشکل از طرف مشتری بیعانه به عنوان جبران بخشی از خسارات بازگردانده نخواهد شد.

ماده ۷: در صورت تسویه کامل، فایل‌های با حجم زیاد High Resolution انتخاب شده توسط مشتری، تحویل ایشان خواهد شد.

ماده ۸: در صورت درخواست خدمات اضافی (همچون حذف یا اضافه کردن موردی در نرم‌افزار) هزینه آن جداگانه طبق توافق طرفین و در غیر این صورت برابر با تعرفه دریافت می‌شود.

ماده ۹: رعایت شئون اسلامی، تأمین امنیت محیط کار و تمامی هزینه‌های ایاب و ذهاب و اقامت به عهده مشتری خواهد بود و در صورت بروز حادثه‌ای که ناشی از قصور مشتری باشد مشتری متعهد به پرداخت تمامی خسارات وارده و هزینه‌ها به عکاس است.

ماده ۱۰: توافق شد تمامی مراحل توسط شخص آقای / خانم عکس‌برداری شود.

ماده ۱۱: با امضای این قرارداد طرفین بر تاریخ و ساعت در محل برای عکس‌برداری توافق نمودند و در صورت تغییر زمان یا لغو شدن برنامه توسط مشتری، به منظور جبران بخشی از خسارات، مبلغ پیش‌پرداخت بازگردانده نخواهد شد.

ماده ۱۲: تمامی راهنمایی‌های لازم درباره نوع و کارکرد دستگاه (برای تعیین زوایای عکاسی و تصویربرداری) بر عهده کارفرما است در غیر این صورت، عکاس با صلاحدید و سلیقه خود پروژه را انجام می‌دهد.

ماده ۱۳: تحویل فایل فیلم و عکس (به صورت فایل‌های دیجیتالی JPG) در قالب لوح فشرده ارائه می‌شود.

ماده ۱۴: تمامی اختلافات و دعاوی ناشی از این قرارداد و یا راجع به آن از جمله انعقاد، اعتبار، فسخ، نقض، تفسیر یا اجرای آن به ارجاع می‌شود که مطابق قانون رأی آن برای طرفین قطعی و لازم‌الاجرا خواهد بود. داور علاوه بر مقررات حاکم، عرف عکاسی ذی‌ربط را نیز مراعات خواهد نمود. شرط داوری حاضر، موافقت‌نامه‌ای مستقل از قرارداد اصلی تلقی می‌شود و در هر حال لازم‌الاجرا است. طرفین با آگاهی کامل و مسئولیت خویش این قرارداد را در ۲ نسخه (که هر کدام حکم واحد دارد) مشتمل بر ۱۴ ماده و یک تبصره امضا نمودند.

امضای مشتری / کارفرما

امضای عکاس

شماره :				تاریخ :			
فرم سفارش خروجی فیلم							
سفارش شرکت/خانم/آقای							
محیط ایجاد سند : PC		MAC		نرم افزار مورد استفاده :			
نوع دیسک ارسالی :		فرمت تصویر :					
نام کار :		نام پوشه :					
ابعاد کار :		تعداد صفحات :		رنگ :		C M Y K	
نوع چاپ :		اندازه ترام :		LPI			
نوع کاغذ :							
ژله خوانا		ژله ناخوانا		Positive		Negative	
اندازه زینک :		تعداد زینک :				Overprint Black	

شکل ۲۴-۴

سفارش دهنده :		تاریخ تحویل :	
نوع کار :		نوع کاغذ ۱ و ۲ :	
عکاسی :		طراحی :	
اسکن :		فیلم :	
مونتاژ دستی :		زینک سوزی :	
زینک :		کاغذ :	
چاپ ۱۱۷ براق :		چاپ ۱۱۷ مات :	
ورنی داغ :		سلفون کشی :	
قالب :		جعبه چسبانی :	
کلیشه :		تیغ زنی :	
لمینت :		صحافی :	
حمل و نقل :		حروفچینی :	
متفرقه :		نظارت :	
جمع کل :			

شکل ۲۵-۴

اصول و قوانین مربوط به گرافیک^۱

گسترش فرهنگ تدوین و ترویج قوانین و اصول مربوط به هر زمینه کاری و شناخت حقوق و رعایت حق دوسویه (هم طراحان گرافیک و هم سفارش‌دهندگان) سبب می‌شود تا فرایند طراحی گرافیک از سفارش تا

ایده‌پردازی، اجرا و تحویل کار به طور حرفه‌ای انجام و تضمین شود. برخی از این قوانین و اصول که در اساسنامه و نظام‌نامه انجمن طراحان گرافیک برای اعضا آورده شده به اختصار به شرح زیر است:

تعهدات طراحان در برابر سفارش‌دهندگان و کارفرمایان

اولین مسئولیت و تعهد حرفه‌ای طراح گرافیک، توجه به نیاز و موضوع کار سفارش‌دهنده یا کارفرما است. نخستین شرط برای حسن رابطه میان طراح و سفارش‌دهنده یا کارفرما، این است که طراح آگاه باشد که با قبول سفارش کار، پذیرفته است که توانایی و شایستگی لازم برای انجام کار را دارد و باید تمام مراحل اجرای سفارش را با برخوردی شایسته و کاملاً حرفه‌ای همواره با تسلط فنی اداره کرده و به نتیجه برساند. به طور عادی درآمد هر طراح گرافیک از طریق کار و به صورت دستمزد، مشاوره، حقوق و مستمری، درصدی از هزینه‌های مربوطه، و ... تأمین می‌شود. هر طراح حرفه‌ای باید پس از توجیه و معرفی اولیه کار هنگام دریافت سفارش با استفاده و بر اساس یادداشت‌های خود در جلسه اول شرح دقیق و کاملی از موضوع سفارش تهیه کند و همراه برآورد هزینه کتباً به آگاهی سفارش‌دهنده یا کارفرما برساند. پس از پذیرش سفارش‌دهنده یا کارفرما، مرحله اصلی کار شروع می‌شود. از این مرحله به بعد، با توجه به نوع کار، برآورد رسمی، برگ سفارش، پیش‌فاکتور، صورت‌جلسه و یا قرارداد، بین طرفین رد و بدل شده و کار طراح

به‌طور رسمی آغاز می‌شود. به طراحان حرفه‌ای توصیه می‌شود که بدون در نظر گرفتن ارزش مالی کار، پیش از شروع به انجام سفارش، با توجه به نوع کار، نسبت به ارائه برآورد هزینه، صدور برگ سفارش، پیش‌فاکتور و یا عقد قرارداد با سفارش‌دهنده، اقدام کنند. اجرای هرگونه اصلاح و تجدیدنظر که به علت اشتباه طراح در برداشت از موضوع کار به وجود آمده باشد از تعهدات طراح است و از این بابت، هزینه تجدیدنظر یا اضافه دیگری از سفارش‌دهنده دریافت نخواهد شد. طراح مسئول انجام و ارائه کار در زمان مورد توافق است و چنانچه او به علت تأخیرهایی نتواند این موضوع را رعایت کند، موظف است پیش از آن، مراتب را با دلایل کافی به آگاهی سفارش‌دهنده یا کارفرما برساند. از سوی دیگر، طراح، پاسخگوی تأخیر در انجام کار که ناشی از عدم ارائه اطلاعات یا تأییدیه‌های لازم از جانب سفارش‌دهنده یا کارفرما باشد، نیست. حقوق معنوی و مالکیت حقیقی اصل هر اثر متعلق به طراح آن است.

۱- این مطالب از سایت انجمن طراحان گرافیک گرفته شده است.

تعهدات طراحان در برابر یکدیگر

در صورتی که بر اثر شکایت یکی از اعضا به انجمن، در «کمیته رسیدگی و حل اختلاف حرفه‌ای» ثابت شود که عضوی عمداً با ارائه کار دیگری به نام خود، قصد سوءاستفاده یا بهره‌جویی شخصی داشته است، عضویت وی در انجمن به طور کلی مورد پرسش قرار خواهد گرفت. برداشتن فکر، ایده و آثار دیگران برای ارائه و استفاده به نام خود یا به اصطلاح کپی کردن مستقیم، عملی غیراصولی و غیراخلاقی و برای حرفه طراحی گرافیک مخرب است.

تعهد طراح در برابر جامعه

طراحی گرافیک را می‌توان به درستی یکی از مشاغل و فعالیت‌های حرفه‌ای بسیار مفید و گسترده اجتماعی دانست. کار طراحان گرافیک افزون بر استفاده مقطعی برای سفارش‌دهندگان و کارفرمایان، به علت ساده کردن ارتباط دیداری (بصری) و نیز نقش کلیدی آن در شکل‌گیری و ایجاد محیط و فضای دیداری (بصری) مناسب جامعه در همه شکل‌های آن، هم دارای منافع ویژه کاربردی و هم دارای ارزش‌های زیبایی‌شناسانه فرهنگی - هنری است. از کار طراحان گرافیک خوب و با شایستگی در تمام امور مربوط به ارتباط تصویری در جامعه باید استفاده شود زیرا این نه تنها به نفع پیشرفت حرفه گرافیک است، بلکه سبب بهبود و رشد امر اطلاع‌رسانی در

تمامی فعالیت‌های اجتماعی اعم از فرهنگی، تبلیغاتی، بازرگانی و صنعتی خواهد شد. در شرایطی که سفارش‌دهنده‌ای از چند طراح جداگانه بخواهد هم‌زمان روی یک موضوع کار کنند، اگر این دعوت به دلیل گستردگی یا اهمیت کار صورت گرفته باشد و هریک از طراحان دستمزد خود را به طور کامل دریافت کنند، آشکار است که مانعی برای انجام این کار وجود نخواهد داشت. اگر از یک طراح خواسته شود تا به عنوان مشاور، درباره کار طراح دیگری اظهارنظر کند، باید مراقب باشد تا نظرات خود را به گونه‌ای ارائه نماید که سبب تحقیر طراح دیگر و احتمالاً بروز خسارت معنوی و مادی به او نشود.

حقوق طراح و مالکیت آثار

دستمزد هر کار پایان‌یافته‌ای باید به طور کامل به طراح پرداخت شود و نیز دستمزد هر کار که به خواست سفارش‌دهنده یا کارفرما پیش از پایان متوقف شود، براساس کارهای انجام شده تا همان مرحله به طراح تعلق گیرد.

اصل اثر و حق نشر همراه با حقوق معنوی آن همواره در مالکیت طراح باقی می‌ماند. شایسته است هیچ‌گونه تغییری در کار، بدون مشورت و کسب موافقت کتبی از طراح انجام نشود و هرگاه انجام برخی تغییرات یا اصلاحات جدید در کار لازم باشد، سفارش‌دهنده یا کارفرما باید به طراح فرصت مناسب برای انجام آن را بدهد.

آشکار است که اجرای هرگونه تغییر، افزوده‌ها یا اصلاحات در طراحی که به علت تجدیدنظر سفارش‌دهنده یا کارفرما در موضوع اولیه سفارش صورت گیرد، به عنوان کار اضافی در نظر گرفته شده و هزینه آن بر عهده سفارش‌دهنده است.

نقش فناوری در رشته فتو-گرافیک

همان گونه که پیش تر گفته شد رشته فتو-گرافیک تلفیقی از فعالیت های هنری در دو زمینه عکاسی و گرافیک است. بنابراین فناوری های جدید در این دو زمینه در آموزش رشته فتو-گرافیک اهمیت دارند. تغییراتی که در فناوری و ساخت دوربین های عکاسی و عملکرد آنها ایجاد می شود و کاربرد گسترده ای که فناوری های نوین در روش های اجرایی آثار گرافیک از نرم افزارهای گرافیکی تا شیوه های ارائه آثار دارند، در فعالیت ها و وظایف کاری و آموزش فتو-گرافیک مؤثراند. نرم افزارهای جدید که در آنها قابلیت تغییرات تصویر (عکس، طرح و ...) هم زمان و به صورت ارائه یک اثر هنری یا فانتزی یا کاربردی وجود دارد، از جمله فناوری هایی است که هنرجویان می توانند از آن بهره مند شوند.

ترکیب عکس و طرح و یا کاربرد یک پارچه از عکاسی در تولیدات گرافیکی و یا نگاه عکاسانه در یک اثر گرافیکی با بهره مندی از نرم افزارهای جدید، امروزه در آثار هنری عکاسان و طراحان گرافیک، بسیار دیده می شود. در مسیر ارتباطات اجتماعی و یا مبادله اطلاعات و دانش ها، بسیاری از کاربران تلفن های همراه و یا سیستم های ارتباطی نظیر آن، امروزه به کاربرد وسیع عکس و گرافیک به شکل ترکیبی و هم زمان پی برده اند به طوری که در فضاهای مجازی شاهد شکل گیری طرح ها و نقش های گرافیکی هستیم. این نوع از کاربرد فناوری های جدید در رساندن پیام و نوع پیام رسانی بسیار مؤثرند. دامنه تغییرات فناوری های نو در تلفیق عکس و طرح های گرافیکی برای معرفی وبسایت ها، نرم افزارهای آموزشی رسانه های دیداری و شنیداری مانند تلویزیون و سینما و ... نمونه هایی از این گونه هستند.



شکل ۲۷-۴



شکل ۲۶-۴



شکل ۲۸- ۴- طراحی برای لوح فشرده (CD)



شکل ۲۹- ۴- طراحی برای لوح فشرده (CD)



شکل ۳۱- ۴- طراحی برای پوستر



شکل ۳۰- ۴- طراحی برای پوشه



شکل ۳۲-۴- اثر گرافیکی بر روی عکس به وسیله برنامه نرم افزاری



شکل ۳۴-۴- عکس از خانه بروجردی ها



شکل ۳۳-۴- تصویر خانه بروجردی ها- معماری اسلامی- کاشان-
که توسط نرم افزار طرح خطی از عکس گرفته شده است.

عنوان فصل	تکالیف عملکردی (واحدهای یادگیری)	استاندارد عملکرد (کیفیت)	نتایج مورد انتظار	شاخص تحقق	نمره
فصل ۴: مفاهیم و اصطلاحات	۱- تحلیل و بررسی چگونگی کاربرد مفاهیم و اصطلاحات در زمینه حرفه‌ای	بررسی و تحلیل قوانین مربوط به محیط‌های کار هنری بر اساس قوانین انجمن صنفی طراحان گرافیک و حقوق عکاسان	بالا تر از حدانتظار	تفسیر تعهدات طراحان گرافیک و عکاسان در زمینه حرفه‌ای مفاهیم پایه و اصلی در رشته فتو - گرافیک را تحلیل کند.	۳
	۲- تهیه و تنظیم قراردادهای کاری در طراحی گرافیک		در حدانتظار	بررسی و کاربست قوانین با زمینه شغلی گرافیک و عکاسی	۲
			پایین تر از حدانتظار	برخی از مفاهیم در زمینه گرافیک و عکاسی را تعریف کند.	۱
	نمره مستمر از ۱				
نمره واحد یادگیری از ۳					
نمره واحد یادگیری از ۲۰					