

اسرار
عکاسی طبیعت بی جان
استودیوی

گری پرویلر

ترجمه
فؤاد نجف‌زاده

تهران

۱۳۹۰



سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	یادداشت مترجم
۲	مقدمه
۷	تجهیزات نورپردازی
۱۲	فیلترگذاری
۱۳	پس زمینه‌ها
۱۸	ابزارها و وسایل کمکی
۱۹	فصل اول: تأثیر طراحی
۲۰	تأثیر متقابل دایره‌ها و خطوط
۲۲	تسلط رنگ روشن
۲۴	مثلث غذا در برابر دایره نوشیدنی
۲۶	جذابیت عنصر قصه گو
۲۸	نان هلالی صبحانه همراه با بازتاب
۳۰	نور درخشنده به عنوان عنصر طراحی
۳۲	شکل موضوعی که تکرار کننده نور است
۳۴	فصل دوم: نمایش محصول
۳۶	گل سرخ برای تلطیف موضوع سرد و سخت
۳۸	برجستگی موضوعی روشن
۴۰	کفش روباز با حال و هوای رومی
۴۲	قلمهایی که از قلمهای معمولی برجسته ترند
۴۴	جعبه به یاد ماندنی اورآل
۴۶	موضوعی که برای پرتحرک جلوه کردن، سر و ته عکاسی شده است
۴۸	چکه‌های رنگ برای نشان دادن آرایه‌ای چند رنگ
۵۰	القای کاربرد محصول
۵۲	طبیعت بی جان در صندوق عقب اتومبیل

صفحه	عنوان
۵۴	فصل سوم: چیدمان گروهی محصولات
۵۶	آرایشی با مضمون خواندن و نوشتن
۵۸	گروهی از شکل‌های متضاد
۶۰	آرایشی لطیف و هماهنگ
۶۲	آرایشی نشاط‌آور در کنار استخر
۶۴	فصل چهارم: نماهای غذا و نوشیدنی
۶۶	ریزه‌کاری پررنگ و طعمی برای یک پای
۶۸	آرایش متوازن سوپها
۷۰	تأثیر متقابل شکلات مقوی
۷۲	نمای با شکوه و ساده نوشیدنی
۷۴	شربت روی صخره‌های پلاستیکی
۷۶	ریختن پر تحرک
۷۸	نمای ریختن کنترل شده ماء‌الشعیر
۸۰	طرح یک غذای پس از مدرسه
۸۲	بطری پر تحرک پیسی
۸۴	انبوه بی‌نقصی از حباب
۸۶	فصل پنجم: در نظر گرفتن فضا برای نوشته‌های تبلیغاتی
۸۸	پیش‌زمینه‌ای که با نوشته پر شده است
۹۰	نقطه‌ای کانونی برای نوشته
۹۲	زاویه‌ای پر تحرک برای برجسبهای متناوب
۹۴	موضوعی خط‌خورده
۹۶	نمایی با یک مجموعه دیگر در داخل آن
۹۸	نوشته‌ای که موضوع را کامل می‌کند
۱۰۰	فصل ششم: نماهای دست
۱۰۲	نوک انگشتانی که بیانگر نکات زیادی است
۱۰۴	شیوه خوش‌ترکیبی برای نگه‌داشتن جواهرات
۱۰۶	به‌سلامتی لوفت‌هانزا
۱۰۸	دستی در حرکت
۱۱۰	فصل هفتم: تصوره‌های سازندگان ماکت
۱۱۲	صحنه‌ای آسمانی برای استریوهای قابل حمل

صفحه	عنوان
۱۱۴	کیفهای بدلی برای برجسته کردن کیف واقعی
۱۱۶	ماکت اتومبیل برای ناهار
۱۱۸	حروف شکسته برای نمایش گسستگی گروه
۱۲۰	مراسم نام گذاری هواپیمایی صحنه‌ای
۱۲۲	جلوه‌ای آینده‌نگرانه در پنج نوردهی
۱۲۶	اتاقی سر و ته برای سونی
۱۳۰	واژه‌نامه

یادداشت مترجم

کتابی که در دست دارید، با وجود اینکه بیش از سه دهه قبل تدوین شده است، کماکان به عنوان یکی از بهترین متون آموزشی در زمینه عکاسی طبیعت بی جان استودیویی توصیه می‌شود.

از آنجا که مخاطب اصلی یا عمده کتاب، دانشجویان عزیز رشته‌های هنر و به ویژه عکاسی در نظر گرفته شده‌اند و با این نیت که کتاب با قیمتی عادلانه به دست مخاطبان برسد، تصاویر به صورت سیاه و سفید (به عنوان راهنما و نشانی کلی) چاپ شده‌اند و سی دی ضمیمه کتاب، همان تصاویر را همراه با نمودارها به صورت رنگی نشان می‌دهد.

خواننده گرامی می‌تواند تصاویر را با استفاده از رایانه به صورت رنگی مشاهده، و متن مربوط به هر یک را از روی صفحات کتاب مطالعه کند.

امیدوارم این گام کوچک را پژوهشگران و علاقه‌مندان رشته‌های هنر پیگیری کنند و این کار تداوم یابد. نکته مهم دیگری که لازم است در پایان یادداشت به آن اشاره کنم به معادله‌های واژگان تخصصی عکاسی مربوط می‌شود که همچون کل مبحث، با تنگناها و دشواریهای خاص خود روبه‌رو است. در این کتاب عمدتاً از معادله‌های فرهنگ عکاسی اسماعیل عباسی (چاپ چهارم، سروش، تهران، ۱۳۸۵) استفاده شده است، در موارد معدود، به ناچار معادله‌هایی ساخته‌ام تا کار ترجمه عملی باشد، در مواردی باز هم از سر ناچاری اصل واژه به کار رفته، و گزینه پایانی، نقل مفهوم به جای انتخاب معادلی ثقیل و غیر قابل درک بوده است. امیدوارم پژوهشگران کاستیها را ببخشند و مترجم را در هموار کردن مسیر یاری کنند.

فؤاد نجف‌زاده

تابستان ۱۳۸۷

مقدمه

من اساساً به جای عکاس، به عنوان طراح فارغ‌التحصیل شدم. در دانشکده هنر فیلادلفیا^۱ مدت چهار سال، عمدتاً با طراحان سوئسی، طراحی گرافیک خواندم و فهمیدم به طراحی گرایش دارم.

در آغاز برای یک عکاس مد^۲ کار می‌کردم. بعد برای خودم کار کردم. چگونگی اجرای کار را به دشواری: با انجام دادن کار، یاد گرفتم.

در اغلب شهرها ناچارید بدانید چگونه کارهای زیادی انجام بدهید تا عکاسی پول‌ساز باشید. در نیویورک، ناچارید تخصصی کار کنید. اگر صرفاً تلاش کنید که فقط یک نوع کار را به خوبی انجام بدهید، به نظر می‌آید موفق‌تر باشید. به همین دلیل، من متخصص طبیعت بی‌جان هستم.

عکاس استودیویی بودن مستلزم اموری بیش از گرفتن تصاویر است. کارهای زیادی برای انجام دادن وجود دارد. هرچه تشکیلاتان بزرگ‌تر شود، پول بیشتری در کسب و کارتان جریان می‌یابد، و به آدمهای بیشتری برای مراقبت از امورتان نیاز دارید. به همین دلیل، من یک دفتردار، یک منشی، چند حسابدار، و یک مشاور حقوقی استخدام می‌کنم. یک مدیر استودیو و یک مدیر تولید دارم که در رابطه‌ای بسیار نزدیک با نمایندگانم کار می‌کند، برنامه‌ریزی کارها را انجام می‌دهد، این اطمینان را به وجود می‌آورد که همه چیز به موقع برای عکاسی آماده است، و مستقیماً با مدیران هنری^۳ مذاکره می‌کند. ضمناً چند دستیار دارم که با مدیر استودیو و من کار می‌کنند. با دستیارانم رابطه‌ای آموزشی دارم. آنها هرچه را که بتوانند از من یاد بگیرند، بعدها قادر خواهند بود در هر حوزه‌ای از عکاسی به کار ببرند.

دو نماینده^۴ در نیویورک، یکی در شیکاگو، و یکی در آلمان برایم کار می‌کنند. وظیفه آنها این است که کار مرا به مدیران هنری و آژانسها^۵ نشان بدهند. فکر می‌کنم نماینده، مهم‌ترین رابط میان آژانسها و حساب بانکی شماست. شما به نماینده‌ای خوب، یا به گروهی از نمایندگان خوب نیاز دارید که در خارج از تشکیلاتان، هر روز جاده‌ها را طی کنند تا مطمئن شوید که جریان ارجاع کار به شما تداوم دارد.

مجموعه آثاری^۶ که نماینده نشان می‌دهد مهم است. مجموعه آثارتان باید بازتاب ایده‌های خودتان باشد. مجموعه آثار باید متمایز و حاوی دیدگاهی باشد. شما باید آن قدر خلاق باشید که بتوانید مجموعه آثار خلاقانه‌ای را پدید آورید، اما در صورتی که کار تبلیغاتی^۷، آن چیزی است که می‌خواهید انجام بدهید، باید تشخیص بدهید که مجموعه شما، مجموعه‌ای تبلیغاتی است.

تبلیغات هم مهم است. هر چند ماه یک بار باید چیزی روی میز مدیر هنری باشد تا به او یادآوری کند که شما چه می‌کنید. هسته اصلی به دست آوردن کار، تنظیم زمان، ثبت و یادداشت کردن، نماینده‌هایتان، حتی ارسال بسته‌ای پستی در مکان و زمان مناسب است.

من فکر می‌کنم هر عکاسی باید برای مدتی عکاس طبیعت بی‌جان باشد، زیرا عکاس طبیعت بی‌جان استودیویی واقعاً یاد می‌گیرد چگونه نورپردازی کند. و هرچه بیشتر کار استودیویی انجام دهید، عکاسی یک نما آسان‌تر می‌شود. مرحله‌ای

1. Philadelphia College of Art
2. fashion photographer

۳. art director: طراح گرافیک، مسئول طراحی و صفحه‌آرایی نشریات و مواد چاپی شرکتهای تبلیغاتی. (م)

4. rep (representative)
5. agencies
6. portfolio

۷. commercial work: commercial معانی متعددی دارد. در آگهیهای تلویزیونی آنچه در ایران به تیزر معروف است در غرب commercial نامیده می‌شود. گاهی به اقتضای جمله، معنی تجاری هم به کار برده شده است. (م)

فرا می‌رسد که حتی پیش از روشن کردن چراغها، با نگاه کردن به یک شیء می‌دانید چه مشکلاتی در پیش رو دارید. در این مرحله از کار حرفه‌ای ام احساس می‌کنم هیچ چیزی وجود ندارد که نتوانم از آن عکس بگیرم!

در مقایسه با مثلاً عکاسی مُد که به دلیل حرکت مدلها جلوی دوربین و اهمیت انرژی ناشی از آنها، حوزه نسبتاً بی‌مقدمه‌ای از عکاسی است، عکاسی طبیعت بی جان استودیویی تا حد بسیار بیشتری به فن وابسته است. هنگامی که عکاسی طبیعت بی جان انجام می‌دهید، معمولاً هیچ انرژی بیرونی‌ای وجود ندارد. شما باید انرژی را ایجاد کنید. این حوزه عکاسی، واقعاً حوزه حل کردن مشکلات است. ناچارید یاد بگیرید که مشکل خوب به نظر آمدن محصول را حل کنید.

دلیل دیگری برای توصیه عکاسی طبیعت بی جان به مبتدیان وجود دارد - تولید نمای طبیعت بی جان با معیار عکاسی از بالای مجموعه^۱ از شاخه‌های دیگر عکاسی ارزان‌تر است. اثاثیه مورد نیاز برای صحنه و فضای نسبی استودیویی در مقایسه با دیگر انواع عکاسی کوچک‌ترند، اما فشار زمانی دقیقاً به همان میزان بیشتر است. در صورتی که عکاسی مبتدی هستید و کار را با عکاسی مُد شروع کرده‌اید، باید نگران زمان برای مدلها، آرایشگران مو، طراحان لباس و کارکنان خارج از حوزه عکاسی باشید، چون عکاسی مجدد بسیار پرهزینه است. در عکاسی طبیعت بی جان، قابلیت انعطاف اندکی بیشتر است. اگر نمایی در اولین برداشت مؤثر نباشد، فرصت خوبی برای ایجاد تغییر و عکاسی مجدد در اختیار دارید.

من بیشتر کار عکاسی تبلیغاتی^۲ انجام می‌دهم - عکاسی در زمینه آگهیهای سراسری برای فروش محصول - گاهی هم برای سرمقاله‌های مجلات عکاسی می‌کنم که مستلزم «بیان قصه‌ای» درباره یک محل یا موقعیت است. عکاسی تبلیغاتی بسیار منظم و سامان‌یافته است. عکاس می‌تواند در محدوده‌ای معین، خلاق باشد و ایده‌های شخصی‌اش را به کار ببرد، اما نمی‌توانید برخلاف میل تبلیغ‌کننده، کاری انجام دهید. وقتی مؤسسه‌ای تجاری فضایی را در مجله‌ای می‌خرد، پول زیادی می‌پردازد و به هیچ وجه نمی‌خواهد در مورد مطالب آن صفحه بدون فکر عمل کند.

وقتی مدیر هنری آژانسی محصولی برای تبلیغ در دست دارد، تولید آگهی تبلیغاتی با تحقیقات زیادی در مورد بازار آن محصول همراه است تا تصمیم بگیرد کدام محصول برای نمایش، بهترین انتخاب است یا کدام رنگ یا حال و هوا و غیره مناسب‌ترند. سپس مدیر هنری معمولاً دستمزد یک روز کار را برای عکاسی آزمایشی به من می‌پردازد، و من عکسهای متعددی می‌گیرم که آژانس آنها را به صورت آزمایشی در آگهیها تنظیم می‌کند. این آگهیها به گروههای کانون^۳ فرستاده می‌شوند و در آنجا افرادی پاسخ می‌دهند و به آژانس می‌گویند که به نظرشان کدام آگهی بیشترین تأثیر را دارد. وقتی آژانس گزینش نهایی را انجام داد، کاری که من باید انجام بدهم از پیش آماده و تنظیم شده است.

در عین حال، وقتی مدیر هنری وقت مرا خریداری می‌کند، احساس می‌کنم که باید سبک مرا هم خریداری کند. اکثر عکاسان حرفه‌ای دارای سبک شخصی متمایزی هستند، و باید در نظر داشته باشید که شما را به دلیل آن سبک برای کار برگزیده‌اند. بنابراین با وجود اینکه تبلیغات تا حد معینی، حوزه‌ای انعطاف‌ناپذیر است، من همیشه سعی می‌کنم شیوه نگرشم را به شکل کلی و صفحه‌آرایی^۴ مدیر هنری منتقل کنم.

تولید عکس تبلیغاتی کاری گروهی است و کسی که درگیر این کار می‌شود باید جزئی از گروه باشد. مدیر هنری باید بتواند در مورد اجرای درست کار، به عکاس اعتماد کند و دقیقاً به همان نحو، عکاس نیز باید بتواند در مورد اجرا شدن درست کار به کارکنانش اعتماد داشته باشد.

1. overhead

2. advertising photography

۳. focus groups: گروههای کانون اصطلاح رایج در فرهنگ تبلیغات در ایران است. (م)

4. layout

وقتی طرحی کلی تکمیل می‌شود، لازم است برآوردی که من در برنامه‌ریزی مربوط به خودم باید داشته باشم، به تصویب برسد. در صورت لزوم یک ماکت ساز^۱ را خبر می‌کنم و در می‌یابم که کار باید چگونه انجام داده شود و چقدر هزینه خواهد داشت. وقتی که برآورد تصویب شد، پیش‌طرح نمای واقعی را آماده می‌کنم. با لنزهای مختلف به ماکت نما نگاه می‌کنم، و با انتخاب لنز مناسب، تصمیم می‌گیرم ماکت و اشیاء با چه اندازه‌ای باید در نما باشند. طراح^۲ باید تمامی اثاثیه صحنه و وسایل مورد نیاز دیگر را فراهم کند. تنظیم نما مستلزم مقدار زیادی طراحی، ساخت‌وساز، و تلاش است.

راحت‌ترین حالت برای من، کار کردن با دوربین فانوسی^۳ ۸×۱۰ اینچ است، زیرا این قطع، طراحی را در عکاسی آسان می‌کند. در صورتی که روتوش^۴ ضروری باشد، به دلیل اندازه نگاتیو، می‌توان این کار را روی رنگدانه کروم اصلی فیلم انجام داد، و کیفیت تکثیر و چاپ قطع ۸×۱۰ اینچ بسیار واضح‌تر از کیفیت نگاتیو ۳۵ میلی‌متری است.

گاهی کار با دوربین فانوسی دشوارتر است، زیرا ناچارید آن را بالا ببرید، پایین بیاورید، فوکوس^۵ و فوکوس مجدد کنید، چرخشهای عمودی^۶ و تغییر جهت دادنهای صفحات جلو و پشت^۷ دوربین را تنظیم کنید و هر بار که فانوس نسبت به سطح فیلم جابه‌جا می‌شود به محاسبه مجدد نوردهی^۸ پردازید. من غالباً پیش از به کار بردن دوربین قطع بزرگ، برای طراحی نما و بررسی زوایای دوربین، از دوربین ۳۵ میلی‌متری استفاده می‌کنم. برای عکاسی آزمایشی یا گرفتن تعداد بسیار زیادی نما در یک روز، غالباً قطع ۴×۵ اینچ را به کار می‌برم، زیرا کار با آن سریع‌تر و مقرون به صرفه‌تر است.

در صورتی که روی دوربینی با قطع کوچک فانوسی نصب کنید و کاهش مقیاس تصویر را با نمایاب^۹ انطباق بدهید، می‌توانید برای کار عکاسی استودیویی طبیعت بی‌جان از دوربینی با قطع کوچک^{۱۰} استفاده کنید. کار با دوربینهای کوچک ممکن است به مراتب بی‌مقدمه‌تر باشد و مجموعه متنوعی از لنزها برای این دوربینها در دسترس‌اند. با قطع ۳۵ میلی‌متری کنترل به مراتب بیشتری بر بازتابها^{۱۱} دارید، اما امکان کنترل از تغییر شکل^{۱۲} کمتر است. دوربین فانوسی قطع بزرگ^{۱۳} با چرخشهای عمودی و تغییر جهت دادنهای صفحات جلو و پشت آن برای تصحیح تغییر شکل، انتخاب اول من برای عکاسی تبلیغاتی است. عکاسی تبلیغاتی برخلاف عکاسی هنرهای زیبا^{۱۴}، هنری تجاری است - و هنر تجاری رسانه ارتباط جمعی^{۱۵} است. هر کس آگهی را می‌بیند باید بفهمد تصویر درباره چیست، در غیر این صورت آن آگهی به فروش محصول منجر نمی‌شود. در صورتی که آگهی به فروش محصول منجر نشود، شکست می‌خورد، شما هم همین‌طور.

اما در عین حال، اگر به عنوان عکاس تبلیغاتی دل به دریا نزنید، هیچ چیز یاد نخواهید گرفت. با چنین کاری صرفاً کاری را که قبلاً انجام داده‌اید کامل می‌کنید. عکاسان بسیاری وجود دارند که صرفاً با تغییر دادن موضوع، عکسهای مشابهی را بارها و بارها تکرار می‌کنند. من سعی می‌کنم این کار را انجام ندهم.

یکی از دوستان نقاشم غالباً می‌گوید مهم‌ترین بخش خلاق بودن، شور و اشتیاق است و مسلماً میان تأمین نیازهای

1. model maker
2. stylist
3. view camera
4. retouching

۵. focus: واضح کردن یا کانونی کردن هم ترجمه شده است. (م)

6. tilts
7. swings
8. exposure
9. viewfinder
10. small format camera
11. reflection
12. distortion
13. large format view camera
14. fine art photography
15. public communication

مشتری و ارضای غرایز خلاقه خودتان، دوگانگی وجود دارد. بسیاری از اوقات، پذیرش کاری که بابتش پول کمتری می‌پردازند، اما آزادی خلاقه کامل به شما می‌دهند ارزش دارد - این بهترین راه برای جلوگیری از کسل کننده شدن کارتان، هم از نظر دیداری هم از دیدگاه خودتان است.

عکاسی تبلیغاتی، کاری هیجان‌انگیز، و درعین حال عرصه‌ای پرفشار است. من هر روز ناچارم به استودیو بروم و به سرعت تصویر شگفت‌انگیزی بگیرم که مدیران هنری، آژانسها و مشتریان آنها را خوشحال کند. یک جمله قدیمی کلیشه‌ای وجود دارد که درعین ساده بودن واقعیت دارد: شما صرفاً به اندازه آخرین کارتان خوب هستید. عکس عالی امروز، چیزی است که باعث می‌شود جریان سفارش کار ادامه یابد.

تجهیزات نورپردازی

الف) منبع نور نواری^۱ شامل تیوب فلاشی^۲ ۵۰۰۰ واتی است و برای ایجاد لکه‌های نورانی^۳ بلند و باریک، و نورپردازی درجه‌بندی شده^۴ به کار می‌رود.

ب) بانک نوری متوسط^۵ با دو تیوب فلاش زد - شکل^۶ که جمعاً ۱۰۰۰۰ وات قدرت دارند، به دلیل مناسب بودن اندازه‌اش در اکثر موارد به کار می‌رود.

پ) منبع نور دایره‌ای شکل^۷ با ۵۰۰۰ وات قدرت که برای ایجاد هاله^۸ و دیگر جلوه‌های نورپردازی دایره‌ای شکل^۹ به وسیله فیلتر پخش کننده^{۱۰} به کار می‌رود.

ت) منبع نور مربع شکل^{۱۱} با ۵۰۰۰ وات قدرت برای ایجاد لکه‌های نورانی با لبه صاف به کار می‌رود.

ث) بانک نوری کوچک^{۱۲} با تیوب ۵۰۰۰ واتی که صرفاً برای نورپردازی اشیاء کوچک به کار می‌رود.

ج) بانک نوری بزرگ^{۱۳} با توانایی ۲۰۰۰-۵۰۰۰ وات. چهار تیوب فلاش مجزای آن را می‌توان برای جلوه شکل دهنده^{۱۴} به طور جداگانه روشن‌تر یا کم‌سو^{۱۵} کرد. به دلیل اندازه ۵×۶ فوتی‌اش، معمولاً برای آرایشهای نوری^{۱۶} کوچک به کار نمی‌رود.

چ) فلاش استروبو سکویی^{۱۷} توانایی ایجاد تابشهای نوری سریع و کوتاه^{۱۸} را دارد و برای نوردهیهای چندگانه^{۱۹} یا ثبت حرکت بر روی فیلم به کار می‌رود.

ح) سایبانها^{۲۰} با قرار دادن روی منبع نور برای شکل دادن و هدایت نور به کار می‌روند. از چپ به راست: سایبان استوانه‌ای بزرگ^{۲۱} که نور را به صورت پرتو نسبتاً عریض و متمرکز شده‌ای باریک می‌کند. سایبان مخروطی شکل^{۲۲} نور را به صورت پرتو باریک و کوچک تری هدایت می‌کند. سایبان استوانه‌ای کوچک^{۲۳} نور را به صورت پرتو کوچک تری باریک می‌کند. سایبان فلزی گسترش دهنده^{۲۴} که برای گسترش فاصله میان فیلتر پخش کننده با تیوب فلاش، روی کلگی کوچک^{۲۵} نصب می‌شود.

- | | |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 1. strip light | 2. flash tube |
| 3. highlights | 4. graduated lighting |
| 5. medium bank light | 6. Z-shaped |
| 7. round-headed light | 8. halation |
| 9. circular lighting effects | 10. diffusing material |
| 11. square-headed light | 12. small bank light |
| 13. large bank light | 14. modeling effect |
| 15. dim | 16. setups |
| 17. strobe power unit | 18. fast, short impulses of light |
| 19. multiple exposures | 20. snoots |
| 21. large cylindrical snoot | 22. cone-shaped snoot |
| 23. small cylindrical snoot | 24. metal extender snoot |
| 25. small head | |

فیلتر گذاری^۱

مجموعه‌ای از فیلترهای اصلاح رنگ^۲ (به عبارت دیگر تصحیح رنگ^۳) برای کار رنگی، فیلترهای تبدیل رنگ^۴ و کنتراست برای کار سیاه و سفید.

الف) فیلتر تبدیل رنگ ۸۰A^۵ برای متناسب کردن فیلم نور روز^۶ در کاربری نور تنگستن نوع بی^۷ به کار می‌رود.

ب) فیلتر چگالی خنثی^۸ برای کاهش مقدار نوری که به فیلم می‌رسد به کار می‌رود.

پ) فیلتر اصلاح رنگ ۱۰ سبز آبی^۹

ت) فیلتر اصلاح رنگ ۳۰ قرمز^{۱۰}

ث) فیلتر اصلاح رنگ ۰۲۵ سرخ آبی^{۱۱}

ج) قاب فیلتر^{۱۲}

چ) فیلتر شماره ۲۵ قرمز^{۱۳} برای افزایش کنتراست در سیاه و سفید.

ح) کارت خاکستری^{۱۴}، مقیاس خاکستری^{۱۵}، و قطعه‌های رنگی^{۱۶} در سیاه و سفید برای برقرار کردن دامنه کنتراست^{۱۷}، یا

در قطعه‌های رنگی، برای به دست آوردن رنگ واقعی به کار می‌روند.

1. filtration
2. colour compensating filters
3. colour correction filters
4. colour conversion filters
5. 80A colour conversion filter
6. daylight film
7. tungsten type B
8. neutral density filter

دو مورد بالا عمدتاً در عکاسی با فیلم مثبت (اسلاید)، برای تصحیح‌های جزئی رنگ، به کار می‌روند و این مورد برای تبدیل دمای رنگ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

9. cc10c (c10 colour compensating filter)
10. cc30R (R30 colour compensating filter)
11. cc025M (M.025 colour compensating filter)
12. filter frame
14. Gray card
16. Colour patches

13. No.25 red filter
15. Gray scale
17. contrast range

پس زمینه‌ها

- الف) فرمیکای شبکه‌ای سیاه^۱؛ (پس زمینه) برای پس زمینه بافت‌دار سیاه.
- ب) صفحه فویل سیاه براق^۲؛ برای بازتابهای نرم‌تر.
- پ) پلکسی گلاس سیاه^۳.
- ت) فرمیکای خط‌دار سفید^۴؛ غالباً مثل پلکسی گلاس به کار می‌رود.
- ث) پلکسی گلاس سفید^۵؛ سایه‌ها را مهار و نور را پخش می‌کند.
- ج) صفحه فویل نقره‌ای براق^۶.
- چ) لوله کرومی^۷.
- ح) پلکسی گلاس (در رنگهای مختلف).
- خ) کاغذ یکدست^۸؛ پس زمینه استاندارد استودیو.
- د) وینیل براق^۹ (آبی و خاکستری)؛ برای خیس به نظر رسیدن.
- ذ) لاستیک خاکستری رگه‌رگه^{۱۰}؛ برای بافت.
- ر) جیر خاکستری^{۱۱}؛ برای پس زمینه خاکستری مات.
- ز) کرکره‌های قرمز.
- ژ) لوله رنگ آمیزی شده سیاه.
- س) صفحه لاستیکی الماسه^{۱۲}.
- ش) کفپوش سیاه؛ برای ایجاد پس زمینه شبکه‌ای سیاه روی سیاه.
- ص) منخمل سیاه؛ برای سیاهی مات و تیره.
- ض) صفحه لاستیکی سیاه گره‌دار^{۱۳}.
- ط) کفپوش خاکستری پیرلی^{۱۴}.

1. black grid Formica
 3. black Plexiglas
 5. white Plexiglas
 7. chrome pipe
 9. shiny vinyl
 11. gray ultrasuede
 13. knobby black rubber mat

2. shiny black foil board
 4. lined white Formica
 6. shiny silver foil board
 8. seamless paper
 10. gray ribbed rubber mat
 12. gray diamond-plate rubber mat
 14. gray Perelli tile

ابزارها و وسایل کمکی

- معمولاً در استودیو یا مجموعه‌ها وسایل کمکی و ابزارهای متنوعی به کار می‌روند.
- (الف) مقیاس نسبت؛ برای تصمیم‌گیری در مورد اندازه‌ها، هنگام افزایش یا کاهش نسبی آنها به کار می‌رود.
- (ب) ابزار طراحی مقیاس^۱؛ برای بزرگ یا کوچک کردن نسبی مربع یا مستطیل به کار می‌رود.
- (پ) چسب اپوکسی پنج دقیقه‌ای^۲؛ چسبی مطمئن که سریع خشک می‌شود.
- (ت) گلیسرین؛ برای شبیه‌سازی درخشش آب و/یا مایعات به کار می‌رود.
- (ث) میله^۳ پلاستیکی؛ برای به هم زدن مایعات.
- (ج) قیچی.
- (چ) تراز؛ برای تنظیم مجموعه به کار می‌رود.
- (ح) پرگار؛ برای اندازه‌گیری به کار می‌رود.
- (خ) نخ نامرئی^۴؛ برای آویختن نامرئی اشیاء.
- (د) سیم آرمیچر؛ برای سرپا نگهداشتن اشیاء، تکیه‌گاه پارچه، و غیره به کار می‌رود.
- (ذ) تیغ برش.
- (ر) موچین؛ برای جابه‌جا کردن اشیاء کوچک و ظریف.
- (ز) گیره‌های کاغذ؛ برای نگهداشتن پس‌زمینه‌ها در جای خودشان، حفظ تای پارچه، و غیره به کار می‌روند.
- (ژ) دستکشهای سفید؛ برای جلوگیری از حک شدن اثر انگشت روی سطوح.
- (س) قلم‌موها.
- (ش) قطعات پلاستیکی؛ به عنوان پایه برای اشیاء کوچک به کار می‌روند.
- (ص) منته؛ برای شیشه.
- (ض) گوش پاک‌کن.
- (ط) قطره‌چکان؛ برای قرار دادن قطره‌های آب یا گلیسرین.
- (ظ) قوطیهای رنگ اسپری، چسب، اسپریهای مات و براق‌کننده.
- (ع) نوار چسبهای پلاستیکی، عکاسی و دو رو.
- (غ) لوله^۵ پلاستیکی.
- (ف) تفنگ آنتی استاتیک^۶.
- (ق) چسب موقت.
- (ک) حلال.
- (گ) پاک‌کننده^۷ سطوح.

1. proportional scale
2. scaleograph

۳. monofilament: نخ تک‌رشته. (م)

۴. anti-static gun: برای دور کردن و زدودن ذرات گرد و غبار. (م)