

عکاسی تبلیغاتی یا تجاری از زمینه‌های سودآور در عکاسی حرفه‌ای است که برای هدف‌های تبلیغاتی به‌جای گفتن یک داستان یا شرح یک ویژگی به کار می‌رود. عکاسی محصول یا عکاسی تجاری، بخش بزرگی از بازار عکاسی تبلیغاتی است. تقریباً هر محصولی که در بعضی نقاط فروخته می‌شود، توسط یک گروه حرفه‌ای که نور، جایگاه، پس‌زمینه و نگاه و احساس کلی یک تصویر را در نظر می‌گیرد، به‌دست‌آمده است. یک عکاس تجاری، مهم است که بتواند با یک مشتری ارتباط برقرار کند و برند یا ایده موردنظر خود را در مورد یک محصول به تصویر نهایی منتقل کند. عکاسان تبلیغاتی برحسب سفارش عکس‌هایی باکیفیت بالا را تولید می‌کنند که در آن عکس، مزایای یک محصول را به نمایش بگذارند تا در فروش آن مؤثر باشند یا آگاهی از گاهی از برند را تقویت کنند.



ابتکار آن‌ها در مورد موضوع، بر اساس دانش کامل هنرهای تجسمی و تاریخ عکاسی تبلیغاتی است. تصاویر تبلیغاتی ممکن است در تبلیورها و مجلات، پوسترها و بروشورها استفاده شود. آن‌ها ممکن است تصورات ساده‌ای از یک محصول یا یک مدل داشته باشند و یا می‌توانند گرافیک پیچیده‌ای را ترکیب کنند و از آخرین تکنیک‌های پس از تولید استفاده کنند تا نشان دهند که این شرکت در لبه اول قرار دارد. عموماً عکاسان با یک دیدار استراتژیک با مشتری شروع می‌کنند تا خلاصه‌ای را ارائه دهند که به همان اندازه خطر ابتلا به شگفتی‌ها در هنگام ارسال عکس‌های نهایی را کاهش دهند. بیان عکاس باید کاملاً در مورد خط شرکتی که می‌خواهد با محصول، نوع تصویری که می‌خواهد آن را داشته باشد و پیام‌هایی که می‌خواهند آن را انتقال دهند، روشن و واضح باشد. عکاسی از صاحب یک کسب‌وکار و با محصول برجسته می‌تواند به راحتی جلب‌توجه مخاطب را برانگیزد به طوری که یک متن نمی‌تواند به راحتی این کار را انجام دهد. عکاس تبلیغاتی ممکن است در یک موضوع خاص مانند غذا، محصول و عکاسی خودرو کار کند، او می‌بایست در مورد مخاطب و هدف خود آگاهی داشته باشد تا بتواند تصاویری ایجاد کند که بیننده را برای خرید یک محصول یا خدمات جذب کند. این عکس‌های تبلیغاتی در هم‌جا، از جمله مجلات، روزنامه‌ها، تبلیورها و برجسته‌های محصول دیده می‌شود. یک عکاس تبلیغاتی دارای مدرک لیسانس در عکاسی هنری عکاسی یا عکاسی تجاری است. دانش آموخته‌های گرافیک هم در این عرصه نقش مهمی دارند. کسانی که در این حرفه هستند، از تبلیغات، بازاریابی و طراحی گرافیکی بهره‌مند خواهند شد؛ و دوره‌هایی در عکاسی تبلیغاتی در مورد انتخاب سبک‌های معمولی، فن از ایجاد یک شات زیبا و مهارت‌های ویرایش عکس برای تکمیل آن می‌آموزد. یک عکاس که در این زمینه شروع به کار می‌کند، باید یک نمونه کار حرفه‌ای داشته باشد که دامنه و خلاقیت کار او را نشان می‌دهد. در نگاه اول ممکن است عکاسی از محصول کار ساده‌ای باشد اما یک عکس ساده‌ای که مخاطب می‌بیند شاید برایش و بارها عکاسی شده تا تنظیمات عکس نهایی مورد قبول خود عکاس باشد.



تفاوت عکاسی تبلیغاتی و صنعتی

مهمترین تفاوت میان عکاسی تبلیغاتی و صنعتی بر روی تمرکز و تکنیک آن است. عکاسی صنعتی از ساختمان‌ها و مدل‌ها، کالاها، صنایع‌دستی و مناظر عکاسی می‌شود که می‌توان از آن‌ها در کتاب‌ها، گزارش‌ها و کاتالوگ‌ها استفاده کرد. در این نوع عکاسی‌ها معمولاً پس‌زمینه‌ها رنگ خنثی دارند و خود محصول با روشنایی کامل و جزئیات کامل نمایش داده می‌شوند. اما دنیای عکاسی تبلیغاتی بسیار وسیع‌تر از تکنیک‌های به‌کاررفته در عکاسی صنعتی یا تجاری است. عکاسی تبلیغاتی در عکاسی نمتنها محصول را نشان می‌دهد بلکه شیوه زندگی، مفاهیم و ایده‌ها را نیز در عکاسی‌هایش به نمایش می‌گذارد. عکاس به‌طور آزادانه خلاقیت را پرورش می‌دهد تا در نمایش محصول خدمات و ویژگی‌های آن به صورت تصویری ارائه می‌شود. در این نوع عکاسی دست عکاس کاملاً باز است و می‌تواند شگفتی و جذابیت را با شکل زیبایی از محصول ترکیب کند.

