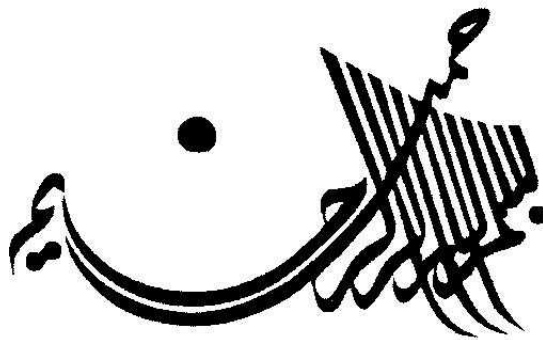




بررسی فوتومونتاژ در آثار هنرمندان غرب؛

آنت مساکر، ال لیستسکی، دیوید هاکنی

و لاسلو موهوی – نادی

www.kebab.ir

مؤلف: محمد اکبری

📖 نام کتاب: بررسی فوتومونتاز در آثار هنرمندان غرب:

آنت مساجر، ال لیسیتسکی، دیوید هاکنی و لاسلو موهوی - نادی

✍ مؤلف: محمد اکبری

✳ ناشر: اندیشه عصر

✳ شمارگان: ۳۰۰ نسخه

✳ نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

✳ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۴۵۸-۲

✳ قیمت: ۹۵۰۰۰ تومان

عنوان و مؤلف: بررسی فوتومونتاز در آثار هنرمندان غرب: آنت مساجر، ال لیسیتسکی، دیوید هاکنی و لاسلو موهوی - نادی / محمد اکبری

مشخصات نشر: تهران: اندیشه عصر، ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: وزیری

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۴۵۸-۲

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۱۲۵] - ۱۳۰.

موضوع: فوتومونتاز

موضوع: Photomontage

موضوع: عکاسان -- کشورهای غربی -- نقد و تفسیر

موضوع: Photographers -- Western countries -- Criticism and interpretation

موضوع: سینما -- کشورهای غربی -- تدوینگران -- نقد و تفسیر

موضوع: Motion picture editors -- Western countries -- Criticism and interpretation

رده‌بندی کنگره: TR ۶۸۵

رده‌بندی دیویی: ۷۷۸ / ۸

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۸۵۱۱۰۴۵

مرکز پخش:

تهران - میدان انقلاب - ابتدای خیابان آزادی - روبروی سینما مرکزی

بازار بزرگ انقلاب - طبقه زیر همکف - پلاک ۹ تلفن ۶۶۴۲۴۶۱۷ - ۶۶۹۱۴۳۰۱

فهرست مطالب

۳.....	مقدمه
۷.....	رویکرد عکاسی در دنیای هنر
۹.....	عکاسی با مفاهیم اجتماعی
۱۳.....	عکاسی با بیان سوررئالیسم
۱۶.....	دادائیسم و گرافیک
۱۸.....	هنرمندان دادا
۱۸.....	رویکردهای دادائیسم در عکاسی
۱۹.....	سرانجام دادائیسم
۱۹.....	سوررئالیسم یا فراواقع گرایی یا وهمگری
۲۷.....	بازشناسی آرایه‌های ادبی در تصویر
۲۸.....	استعاره در تصویر
۳۲.....	جناس در تصویر
۳۳.....	ایهام و نماد در تصویر
۳۵.....	رویکردهای سوررئالیسم در سینما و عکاسی
۳۵.....	اعتقاد سوررئالیست‌ها در مورد سینما و عکاسی
۳۹.....	رویکردهای سوررئالیستی در عکاسی
۴۵.....	گرایش‌های سوررئالیستی در عکاسی
۵۴.....	رنالیسم سحرآمیز در عکاسی
۵۸.....	رویکردهای عکاسی سوررئالیستی در گرافیک
۶۲.....	رویکردهای عکاسی در گرافیک و فتو مونتاز

«بشر از روزگار پیش تاریخی به دنبال روش‌هایی بوده که بتواند ایده‌ها و مفاهیم خویش را به صورت بصری نشان دهد و دانش را در قالب گرافیک محفوظ بدارد و به اطلاعات نظم و روشنی بخشد. افراد مختلفی چون کاتبان، چاپ‌گران و هنرمندان این نیازها را در طول تاریخ برآورده کرده‌اند. همچنین آغاز هزاره‌ی سوم میلادی و پشت سر گذاشتن عصر صنعتی و ورود به عصر فرا صنعتی (اطلاعاتی)، باعث شد، حرفه‌ی دیزاین که قرن بسیار پرباری را پشت سر گذاشته بود به مرحله‌ی کاملاً جدیدی از فرآیند تکاملی اش کام نهد. در این مرحله‌ی جدید، برخلاف باور سنتی حاکم در طی قرن بیستم که در آن نتیجه‌ی کار و اثر نهایی دیزاینر، همه‌ی توجه‌ها را به خود جلب می‌نمود، اکنون فرآیند و روند رسیدن به آن خروجی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. بدین ترتیب، دیگر تعریف دیزاین صرفاً در محدوده‌ی خروجی‌های بصری آن خلاصه نمی‌شود و کام به عرصه‌ای فراتر گذاشته است. **تفکر دیزاین**، اصطلاحی است که در دهه‌ی اخیر و برای بیان روش فکری فرد دیزاینر در مواجهه با صورت مسئله‌های گوناگون و ارائه‌ی راه‌حل‌های نو برای آن‌ها به کار می‌رود؛ روش تفکر و منشی که به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران مطرح دنیای امروز قادر است برای بسیاری از مشکلات پیچیده‌ی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیط زیستی و تجاری موجود راه‌حل‌هایی کارآمد ارائه نماید. اهمیت **تفکر دیزاین** به جایگاهی ارتقاء پیدا کرده است که امروزه مطرح‌ترین مدارس بیزنس دنیا، به روش‌های گوناگون، درصدد هستند دانشجویان خود (متخصصان آینده‌ی عرصه‌ی بیزنس) را با مبانی فکری دیزاینرها آشنا نمایند.»