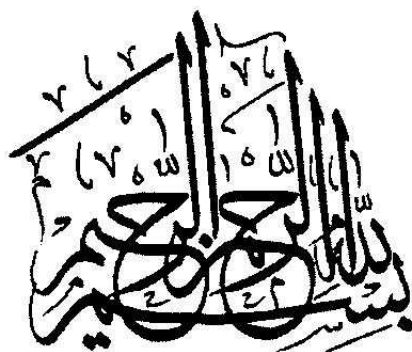




عکاسی پرتوه

www.ketab.ir

مؤلف:

محسن لوکزاده

سرشناسه	: لوکزاده، محسن. ۱۳۵۴-
عنوان و نام پدیدآور	: عکاسی پرتره / مولف محسن لوکزاده.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۱ ص: مصور (رنگی).
شابک	: ۷۰۰۰۰ ریال 2-52-7721-622-978
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۱۴۷] - ۱۵۱.
موضوع	: عکاسی تکچهره
	Portrait photography
	عکاسی تکچهره — فن
	Portrait photography -- Technique
	عکاسی تکچهره — روشنائی و نورپردازی
	Portrait photography -- Lighting
	عکاسی تبلیغاتی
	Advertising photography
	هنر کمینه
	Minimal art
رده بندی کنگره	: TR۵۷۵
رده بندی دیویی	: ۹۲۷۷۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۳۳۳۸۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا



نام کتاب	: عکاسی پرتره
تالیف:	: محسن لوکزاده
ناشر:	: شریفزاده
سال انتشار	: چاپ اول - ۱۴۰۱
شمارگان	: ۱۰۰
شابک	: ۷۷۲۱-۶۲۲-۹۷۸-۵۲-۲
قیمت	: ۷۰۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ ۱۳۵۶

کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲

۱۱	فصل ۱:
۱۱	مبانی عکاسی براره
۱۱	مقدمه
۱۲	۱-۲ نخستین واکنش ها نسبت به عکاسی چهره:
۱۴	۱-۳ عکاسی چهره نگاری به عنوان صنعت:
۱۵	۱-۴ تاریخچه عکاسی پرتره:
۱۵	سیر تحول عکاسی پرتره از سال های ۱۹۴۵-۱۹۱۸:
۱۸	۱-۵ پرتره روانشناختی
۲۲	۱-۶ عکاسی زنده و پرتره:
۲۵	۱-۷ شماری از عکاسان پرتره:
۲۶	مبانی عکاسی پرتره (یک نفره)
۲۸	نورپردازی پرتره:
۲۹	شرایط موضوع:
۲۹	در مورد دستها:
۳۰	گرفتن عکس گروهی:
۳۰	ژست مخصوص زوجها
۳۰	پیشنهاداتی برای نورپردازی
۳۱	عکاسی واقع گرایانه از بیان شخصیت
۳۱	پرتره مستند:
۳۲	عکاسی خیابانی:
۳۲	پرتره خیابانی:

فصل ۲ ۳۳

عکسبرداری از چهره ۳۳

مقدمه: ۳۳

۲-۲ عکسبرداری پرتره: ۳۳

۲-۲-۱ وسایل عکسبرداری: ۳۳

۲-۲-۲ نوردهی: ۳۵

رابطه نور: ۳۶

ویژگی ها و مشخصات نور: ۳۶

شرایط عکاسی پرتره: ۳۷

شرایط هوای پر گرد و غبار و برفی، ابری و طوفانی: ۳۷

۲-۲-۴ سوژه های انسانی: ۳۷

۲-۲-۴ کودکان و دوربین: ۴۰

زاویه: ۴۱

چاره اندیشی: ۴۱

روش مستقیم نزدیک شدن به موضوع: ۴۱

روش غیرمستقیم نزدیک شدن به موضوع: ۴۲

فصل ۳ ۴۵

عکاسی مطبوعاتی ۴۵

مقدمه ۴۵

پنهان کاری: ۴۵

آماده سازی: ۴۵

عکس بی خبر با عدسی واید: ۴۶

ترکیب بندی: ۴۶

۴۶	۳-۲ عکسهای خبری در مطبوعات :
۴۷	نمای عمومی در عکاسی خبری:
۴۷	زاویه دوربین در نماهای عمومی:
۴۷	پیش بینی وقایع در عکسبرداری خبری:
۴۸	لنز وایدانگل و نمای متوسط:
۴۹	نمای درشت و لنزهای زاویه بسته:
۴۹	روش عکسبرداری زیاد از رویداد خبری :
۵۰	تجربه :
۵۱	فصل چهارم:
۵۱	عکاسی تبلیغاتی
۵۱	مقدمه:
۵۱	عکاسی تبلیغاتی چیست ؟
۵۲	یک عکاس تبلیغاتی چکار می کند؟
۵۳	یک عکاس تبلیغاتی به چه دانش هایی نیاز دارد؟
۵۳	مهم ترین نکات عکاسی تبلیغاتی
۵۴	از روانشناسی رنگ در عکاسی تبلیغاتی استفاده کنید.
۵۵	حتما لوگوی محصول را نشان دهید.
۵۵	ابعاد واقعی کالا را برای بیننده مشخص کنید.
۵۵	از پایه استفاده کنید.
۵۶	کالا را در برابر یک سطح آینهایی قرار دهید.
۵۶	یک صحنه مناسب طراحی کنید.
۵۶	از سه پایه استفاده کنید.
۵۷	نکاتی درباره ی عکاسی تبلیغاتی با تلفن همراه

- ۵۷..... دوربین گوشی موبایل، جایگزین دوربین حرفه‌ای نیست!
- ۶۰..... منظره واید و گسترده بگیرید، اما به اندازه معقول!
- ۶۰..... به موسیقی فیلم تبلیغی فکر کنید.
- ۶۰..... تصویر را ویرایش کنید اما از فیلتر کردن پرهیز کنید.
- ۶۰..... چطور یک عکس تبلیغاتی، روح و روان مخاطب را درگیر می‌کند؟
- ۶۱..... عکاسی مدلینگ در محصولات مد.....
- ۶۱..... معرفی ملموس تر محصولات مد به مخاطبان.....
- ۶۲..... انتقال پیام تبلیغاتی با استفاده از زبان بدن.....
- ۶۲..... نمایش نحوه استفاده از محصول توسط مدل.....
- ۶۲..... افزایش پتانسیل خلاقیت در عکسهای تبلیغاتی.....
- ۶۲..... انتخاب مدل مناسب جهت عکسهای تبلیغاتی.....
- ۶۲..... چهره و اندام فاکتور اصلی انتخاب مدل.....
- ۶۳..... نکات مهم در عکاسی مدلینگ تبلیغاتی.....
- ۶۳..... انتخاب مدل.....
- ۶۳..... تهیه استوری برد.....
- ۶۳..... دکور و یا لوکیشن عکاسی مدلینگ.....
- ۶۳..... ترکیب بندی عکسهای مدلینگ تبلیغاتی.....
- ۶۴..... ژست و پوزیشن مدل.....
- ۶۴..... میک آپ آرتیست در عکاسی مدلینگ.....
- ۶۴..... نورپردازی در عکاسی مدلینگ تبلیغاتی.....
- ۶۵..... مهارت های لازم در عکاسی تبلیغاتی مد.....

۶۷..... فصل ۵:

۶۷..... اصول نورپردازی در عکاسی پرتره

۶۷	مقدمه:
۶۷	نور طبیعی در مقابل نور مصنوعی
۶۸	ویژگی های نور در عکاسی
۶۹	دمای رنگ
۷۰	جهت نور
۷۰	شدت نور
۷۱	ویژگی های نور
۷۵	فصل ۶
۷۵	مبانی عکاسی و تجهیزات
۸۹	فصل ۷
۸۹	عکاسی و هنر مینیمال
۸۹	مقدمه:
۸۹	۲ - بیان مسئله
۹۹	هنرمینیمالیسم آغازگر پست مدرنیسم
۱۰۰	ABC
۱۰۱	اصل اولیه در طراحی پوستر به سبک مینیمالیست
۱۰۲	پیش زمینه های ظهور:
۱۰۴	تعریف پوستر:
۱۰۵	تاریخچه پوستر:
۱۰۸	تاریخچه پوستر در ایران
۱۱۰	تاریخچه پوستر ایران در دو دهه اخیر
۱۱۱	تاریخچه پوستر در آمریکا
۱۱۵	تاریخچه پوستر آمریکا در دو دهه اخیر
۱۱۵	عناصر تصویری
۱۱۶	پوسترهای اجتماعی:

- ۱۱۶..... پوستر های فرهنگی
- ۱۱۷..... رنگ در پوستر
- ۱۱۸..... فرم در پوستر
- ۱۱۹..... عوامل مؤثر در انتخاب رنگ:
- ۱۲۰..... روانشناسی رنگها
- ۱۲۰..... زرد
- ۱۲۰..... قرمز
- ۱۲۱..... آبی
- ۱۲۲..... سبز
- ۱۲۳..... نارنجی
- ۱۲۳..... بنفش
- ۱۲۴..... ۱-زوج های مکمل
- ۱۲۴..... ۲-رنگهای ترکیبی (مرکب)
- ۱۲۵..... • تبلیغات فیلم:
- ۱۲۶..... تعریف و تاریخچه مینیمالیسم
- ۱۲۹..... پوستر مینیمال در ایران
- ۱۳۱..... پوستر مینیمال در آمریکا
- ۱۳۲..... گام بلند نخست: اعتراض به الگوی اشتباه
- ۱۳۴..... پیشروان نخستین: گمنامها
- ۱۳۸..... پیشروان باهوش: آنان که هم ساختند، هم نوشتند
- ۱۴۰..... پیشروان سوم: جریان ممتد نخبهها
- ۱۴۵..... تناقض، اشتباه، سردرگمی
- ۱۴۷..... منابع:

پیشگفتار

هنر در حکم یک زبان است؛ زبان بدیع عواطف و هیجان ها و منعکس کننده ی عمیق ترین احساسات ارواح پر تلاطم. هنر از لحاظ بی شایبگی خود برتر از زبان است و از لحاظ بین المللی و جهانی بودن بر زبان های ملی تفوق دارد. متفکر بزرگ آگوست کنت معتقد است که «هنر بخشی از زبان است که تمام افراد نوع بشر آن را درک می کنند و به معانی آن پی می برند». در نظر فیلسوف مزبور هنر زبان حقیقی جهان است. «هنر زاینده اجتماع بوده و در جامعه شکل گرفته و پدید می آید زیرا هنر، در خلا شکل گرفته و پدیدار نمی گردد و هنرمند هنگامی که روایتگر عالم خارج است به نمایش دنیای درونی ای که هیچ ارتباطی با عالم خارج نداشته باشد نمی پردازد، بلکه نمایش حیات باطنی و کیفیات نفسانی اش بازتاب دهنده محیط وی بوده و حیات اجتماعی را منعکس می سازد. بدین ترتیب عواطفی که آثار هنری در ناظرین تولید می نماید جنبه ای اجتماعی دارد. گویند در کتاب زیبای خود موسوم به «هنر از لحاظ جامعه شناسی» از نظریه ی فوق پشتیبانی نموده و معتقد است که هنر هم از لحاظ اصل و منشا و هم از لحاظ هدف خود یک امر اجتماعی است. نویسنده ی مزبور در این باب می گوید: «هنر عبارت است از بسط جامعه به تمام موجودات عالم طبیعت و به تمام واقعیات خیالی است و این بسط و توسعه به وسیله ی احساسات انجام می گیرد. پس عاطفه ی هنری اصولاً اجتماعی بوده و نتیجه ی آن بسط حیات فردی و شخصی است که با حیات وسیع تر جهانی یکی گردد. پس عالی ترین هدف هنر عبارت است از ایجاد عواطف و احساسات اجتماعی». هنر با تولید عواطف و ایجاد صور ذهنی مشترک بیشتر از منافع و تمایلات دیگر که غالباً موجب اختلاف می گردد اذهان و وجدان های مختلف را به هم نزدیک می سازد

لوکزاده