

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΙΙΙ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ

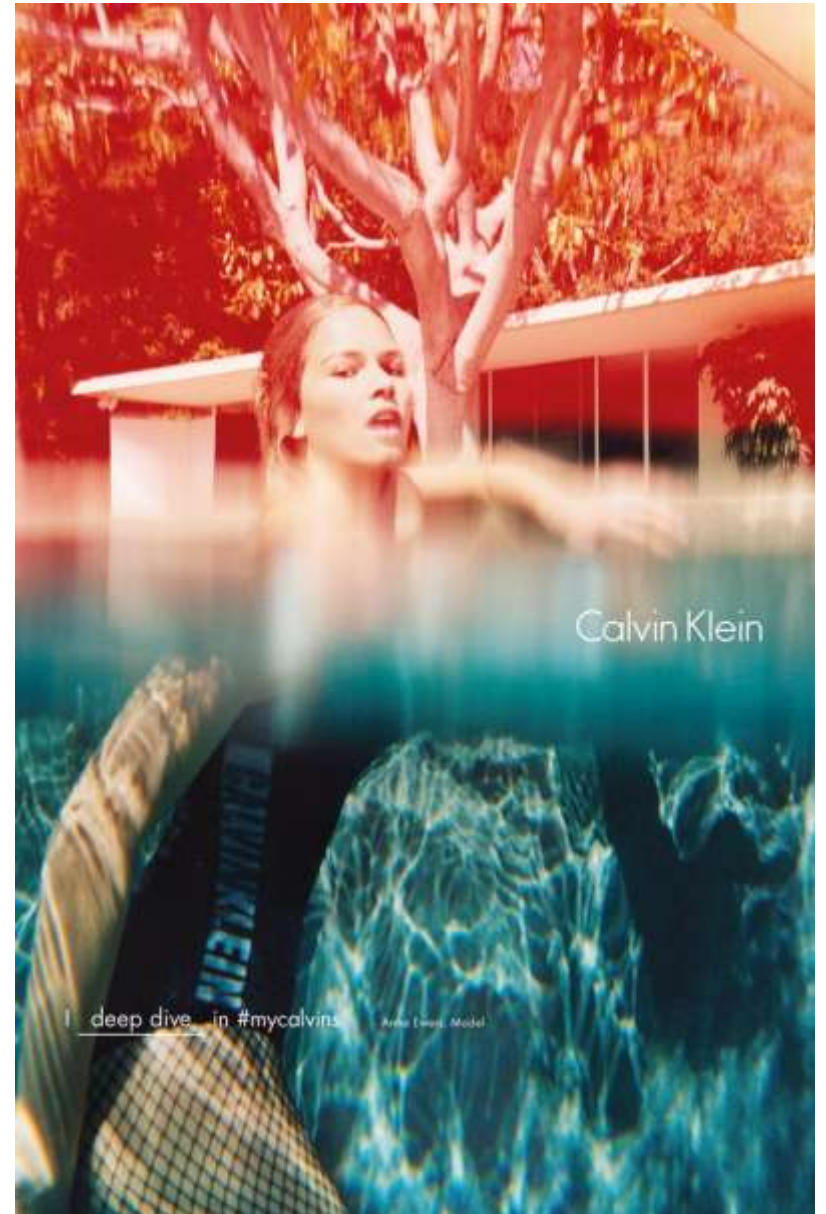
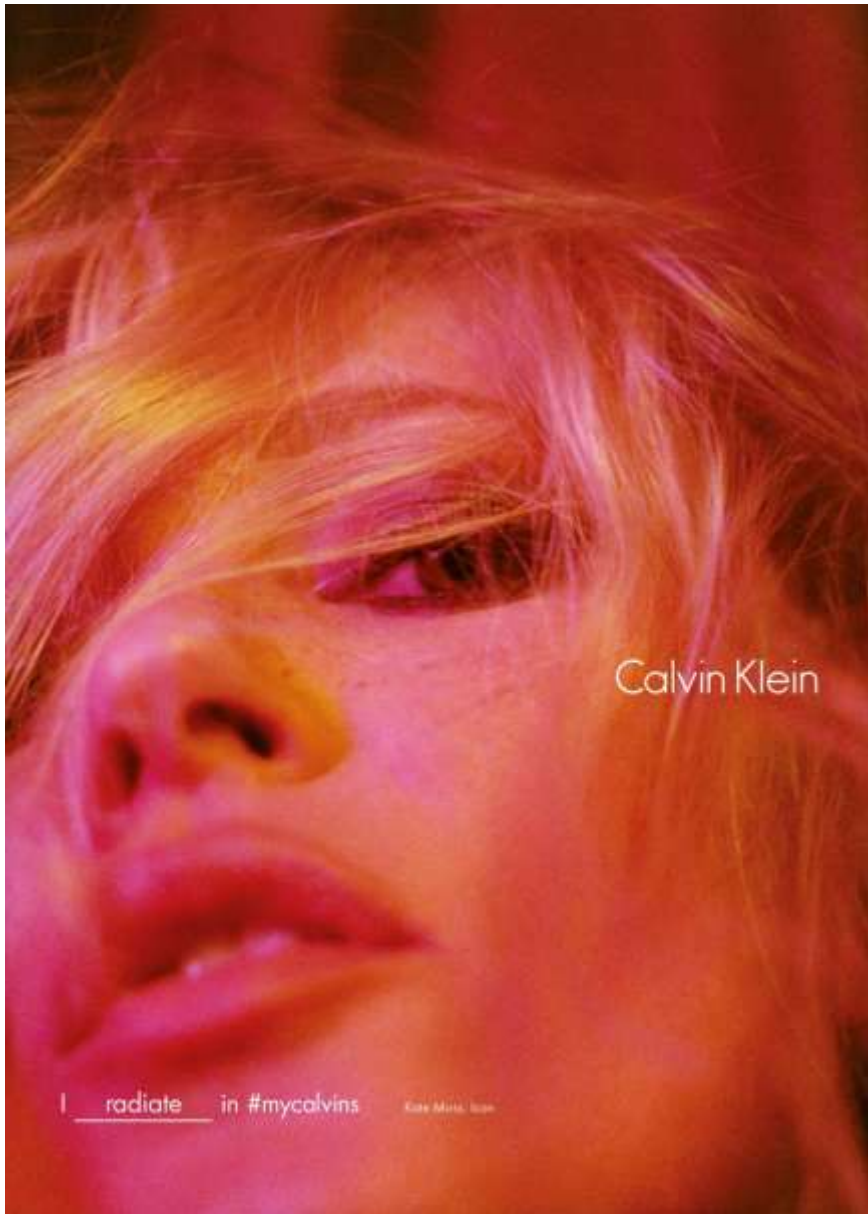
i

Guy Bourdin,  
Γαλλική Vogue,  
1976





Juergen Teller, Kate Moss, Gloucestershire 2010



Tyrone Lebon, Calvin Klein 2016



Tyrone Lebon, Περιοδικό Céline, 2022

Διαφημιστική εικόνα,  
η διαχρονικά διαφορετική λειτουργία της

## Δεκαετία 1950



**Blow in her face and she'll follow you anywhere.**

Hit her with tangy Tipalet Cherry. Or rich, grape-y Tipalet Burgundy. Or luscious Tipalet Blueberry. It's Wild! Tipalet. It's new. Different. Delicious in taste and in aroma. A puff in her direction and she'll follow you, anywhere. Oh yes... you get smoking satisfaction without inhaling smoke.

Smokers of America, do yourself a flavor. Make your next cigarette a **Tipalet.**

New from Muriet. About 5 for 25¢.

Blow in her face and she'll follow you anywhere

Δεκαετία 1960



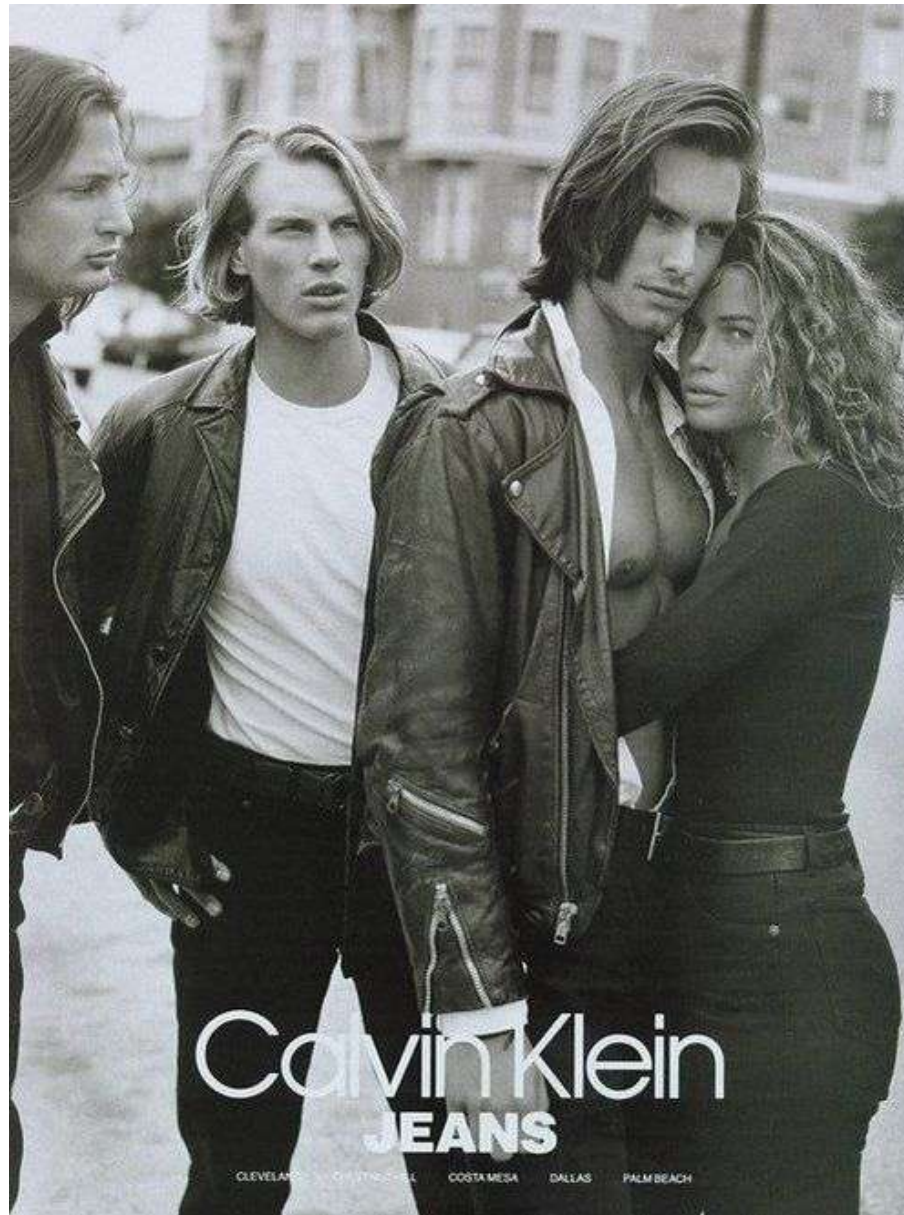
Richard Avedon, με αναφορά στο Design

Δεκαετία 1970



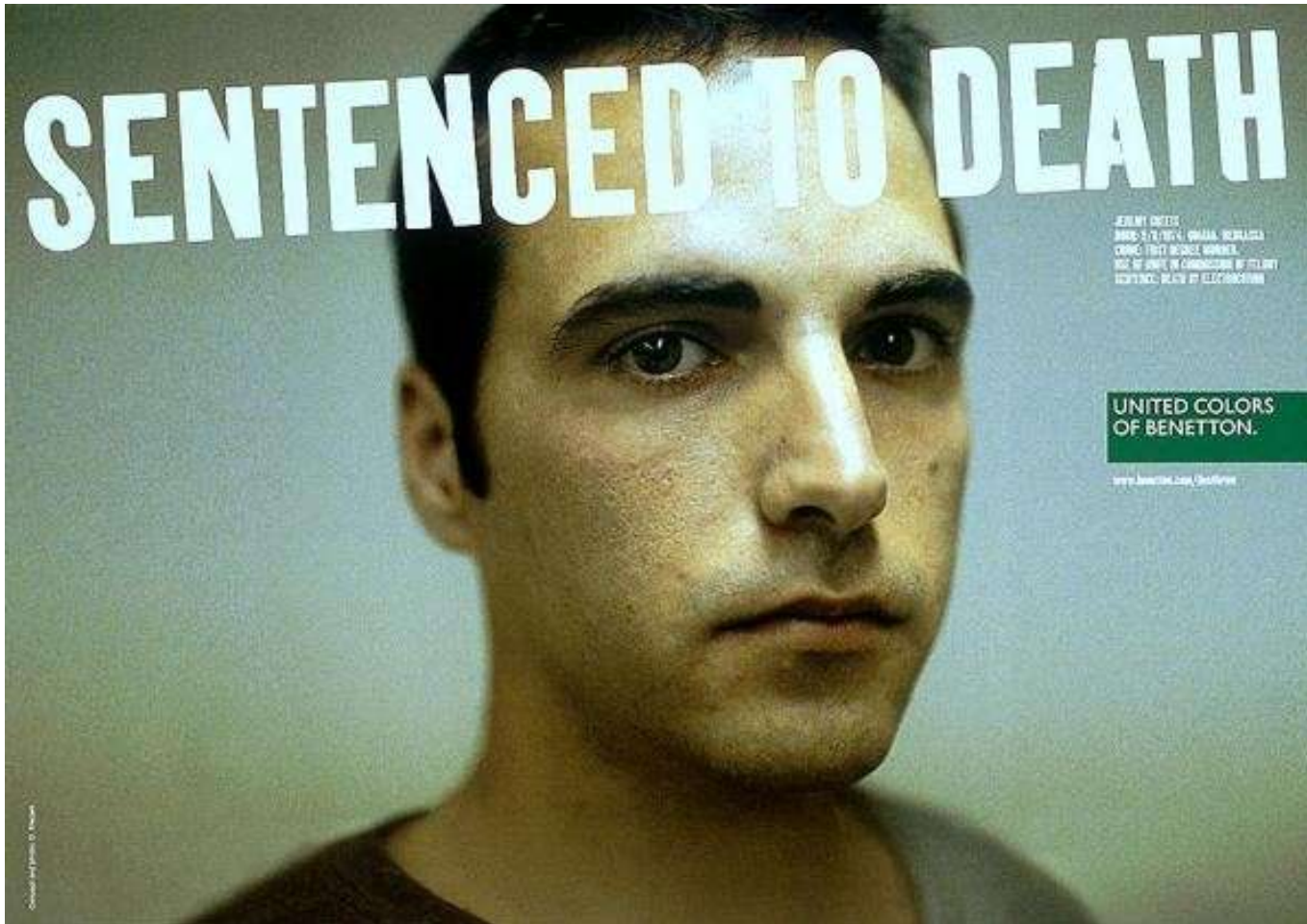
Guy Bourdin, το Glamour του 'διαφορετικού'

Δεκαετία 1980



Calvin Klein, το Glamour της 'παραβατικότητας'

Δεκαετία 1990



Oliviero Toscani, η πρόκληση που ενόχλησε: σειρά Death Row για την Benetton

## Δεκαετία 2000



Patrick Demarchelier, εξεζητημένη nonchallance/ το ζήτημα του φύλου

Δεκαετία 2010



Karl Lagerfeld, το Glamour του χώρου παραγωγής

## Δεκαετία 2010



01:21

Tyrone Lebon, ο χώρος παραγωγής χωρίς Glamour

Δεκαετία 2010



Juergen Teller,  
Το κορίτσι της  
διπλανής πόρτας

# Δεκαετία 2020, Influencer Marketing και Brand Strategies



Chiara Ferragni, κατάστημα πωλήσεων, σταθμός Roma Termini

Διαφημιστική φωτογραφία στην Δύση

από τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα

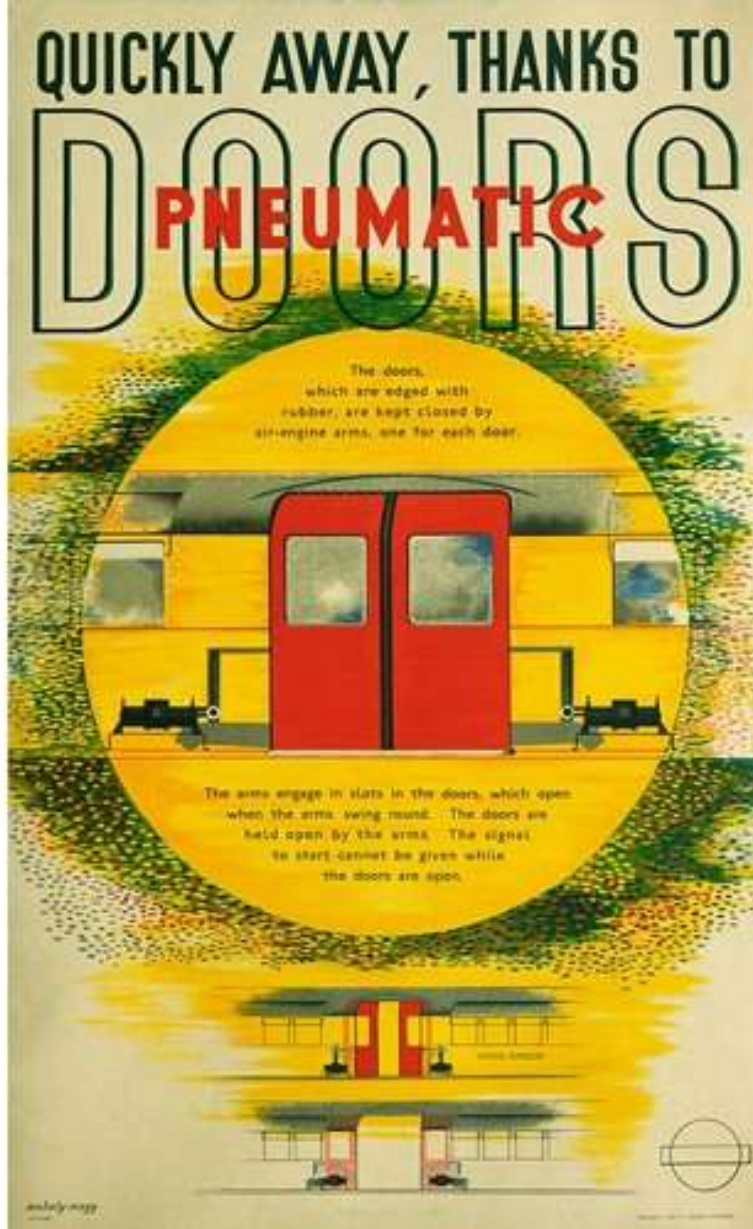
**INTERNATIONALE AUSSTELLUNG  
DES DEUTSCHEN WERKBUNDS**



**FILM  
UND  
FOTO**

**STUTTGART 1929**  
FOTO-AUSSTELLUNG VOM 18. MAI BIS 7. JULI  
IN DEN NEUEN AUSSTELLUNGSHALLEN AUF DEM INTERIMTHEATERPLATZ  
FILM-SONDERVORFÜHRUNGEN VOM 13. BIS 26. JUNI  
IN DEN KÖNIGSBAULICHTSPIELEN

Βερολίνο 1928, Διαφήμιση  
Έκθεσης Φωτογραφίας και Προβολών Φιλμ του Werkbund



Laszlo Moholy-Nagy  
Διαφήμιση για το Μετρό του Λονδίνου, 1937

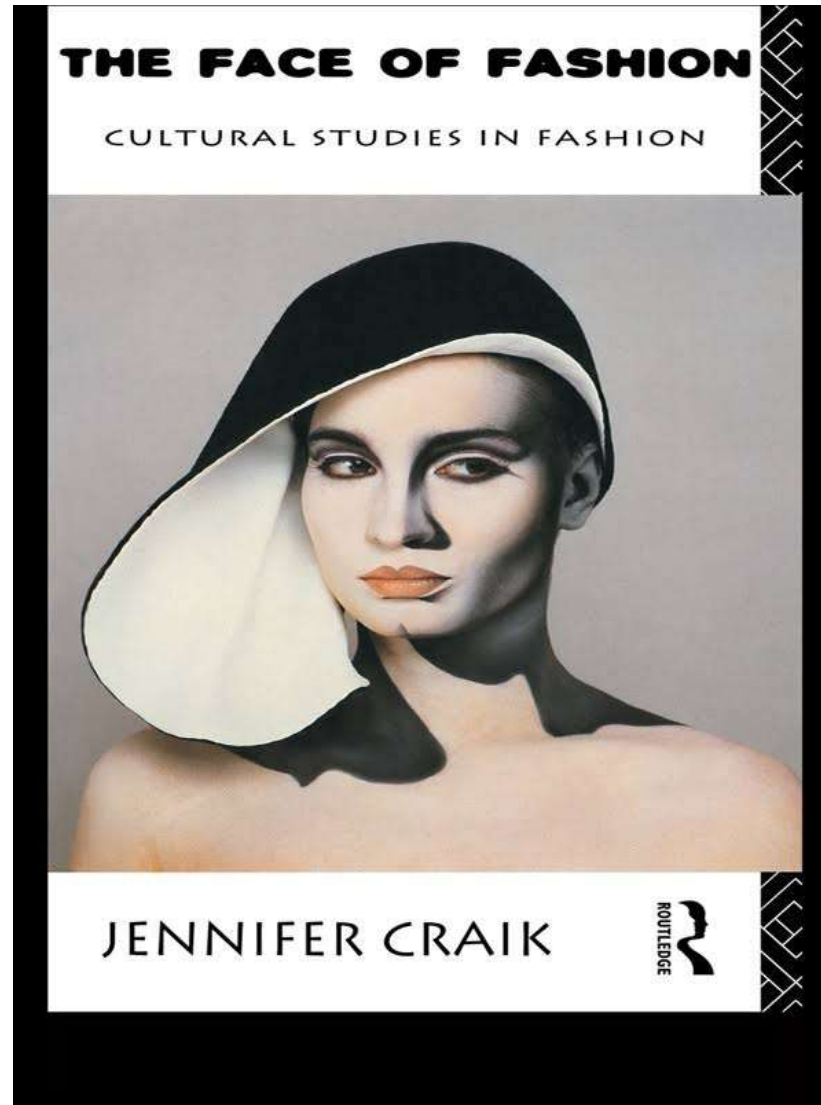
Horst P. Horst  
(Albert Bohrmann),  
1936



Jeanloup Sieff,  
Harper's Bazaar,  
1964



Διαφημιστική φωτογραφία, στρατηγικές υπόστασης



Craik, Jennifer (1993). *Face of Fashion – Cultural Studies in Fashion*: Routledge

John Berger (1972) Ways of Seeing –  
Ζωγραφική, η μη διαφημιστική αφήγηση (you are what you have)



Joshua Reynolds, Family of George Clive with Indian Maid, 1765

Διαφήμιση και Glamour – υπόσχεση ευτυχίας



Ο Roger Federer με Mercedes

Διαφήμιση και  
Glamour –  
υπόσχεση ευτυχίας



Η Penelope Cruz με  
άρωμα Lancôme

Publicity is about social relations, not objects. Its promise is not of pleasure, but of happiness: happiness as judged from the outside by others ... The spectator-buyer is meant to envy her [/him]self as she [/he] will become if she [/he] buys the product. She is meant to imagine herself transformed by the product into an object of envy for others, an envy which will then justify her loving herself. One could put this another way: the publicity image steals her love of herself as she is, and offers it back to her for the price of the product.

LANCÔME  
PARIS



AHORA  
DISPONIBLE EN  
15 TONOS

EL MAQUILLAJE  
ES MI PODER.

NUEVO TEINT IDOLE  
ULTRA WEAR  
24H DE DURACIÓN • ALTA COBERTURA

\*Auto-evaluación en 100 mujeres.

The advertisement features a woman with long, dark, wavy hair, wearing a white button-down shirt and a black belt, looking towards the camera with a slight smile. In the foreground, two bottles of Lancôme Teint Idole Ultra Wear foundation and a brush are visible. The background is dark, making the woman and the product stand out.

John Berger (1972), *Ways of Seeing*

Πιο πρόσφατα – διαφήμιση και εικονοποιία



Oliviero Toscani, από τον κύκλο της Benetton

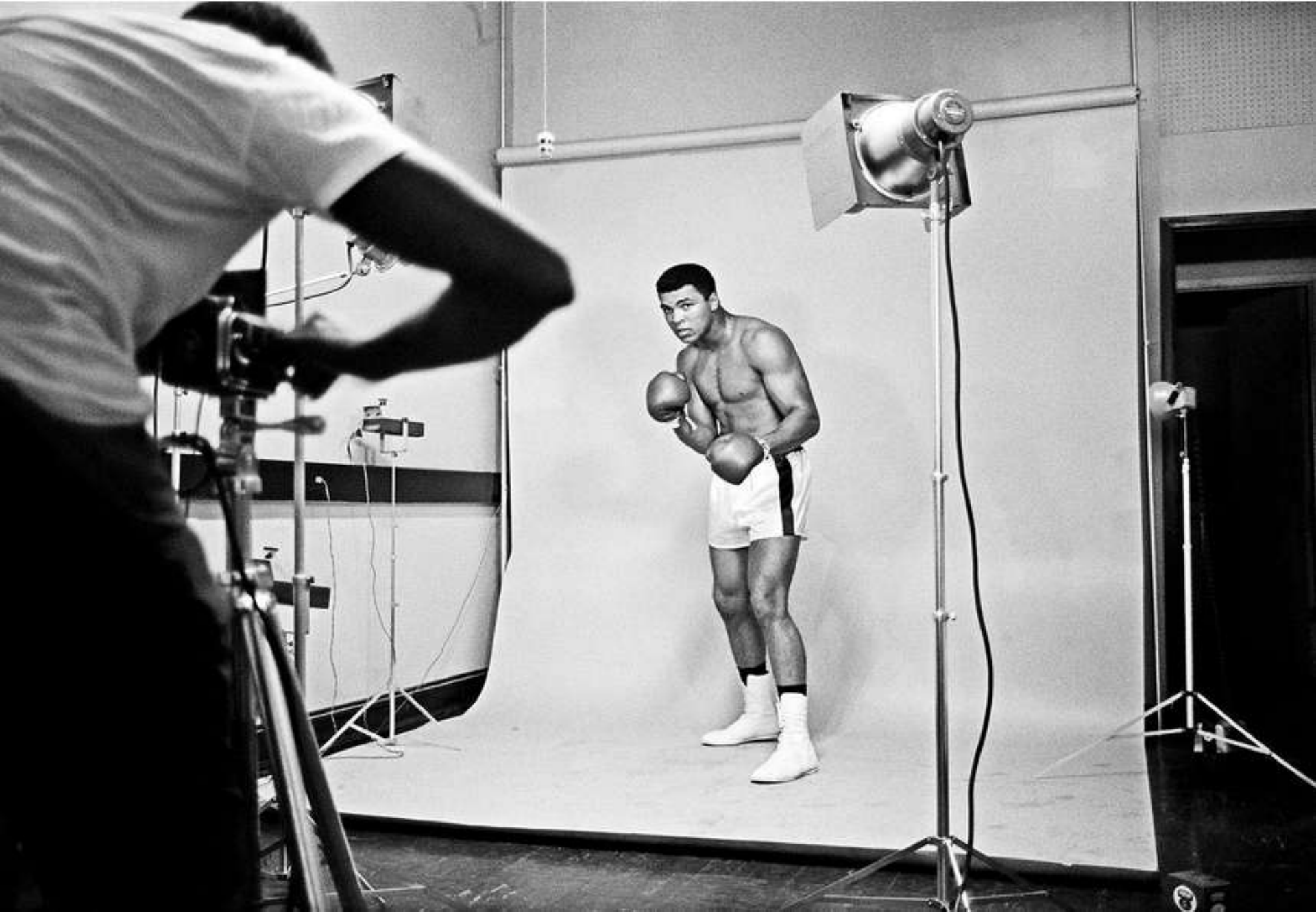
Σήμερα – συχνή αναίρεση του εξιδανικευμένου



Juergen Teller, The Eye of Photography Magazine, 2013

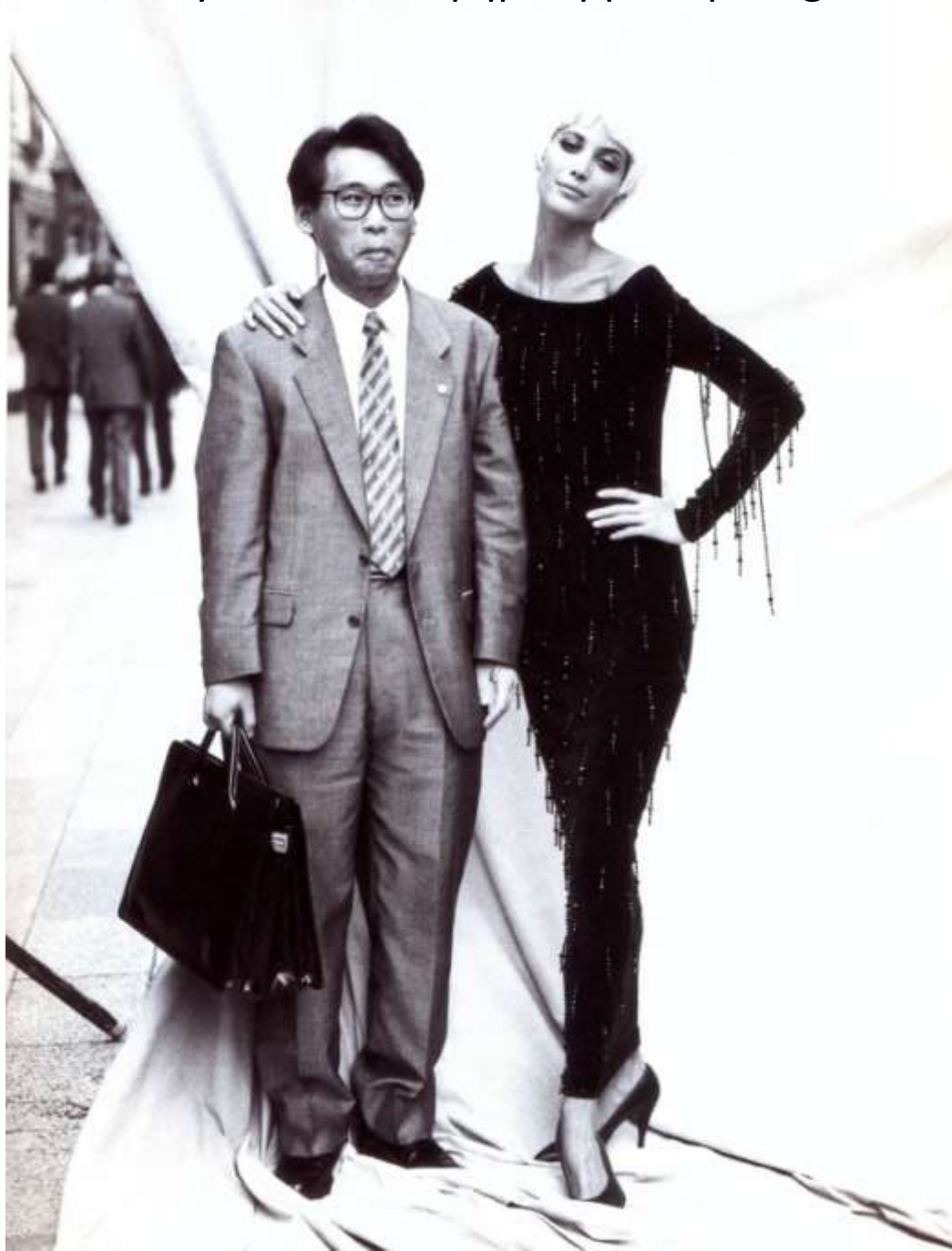
Διαφημιστική φωτογραφία

η αναγκαιότητα της καλής τεχνικής –  
φως και χειρισμός του

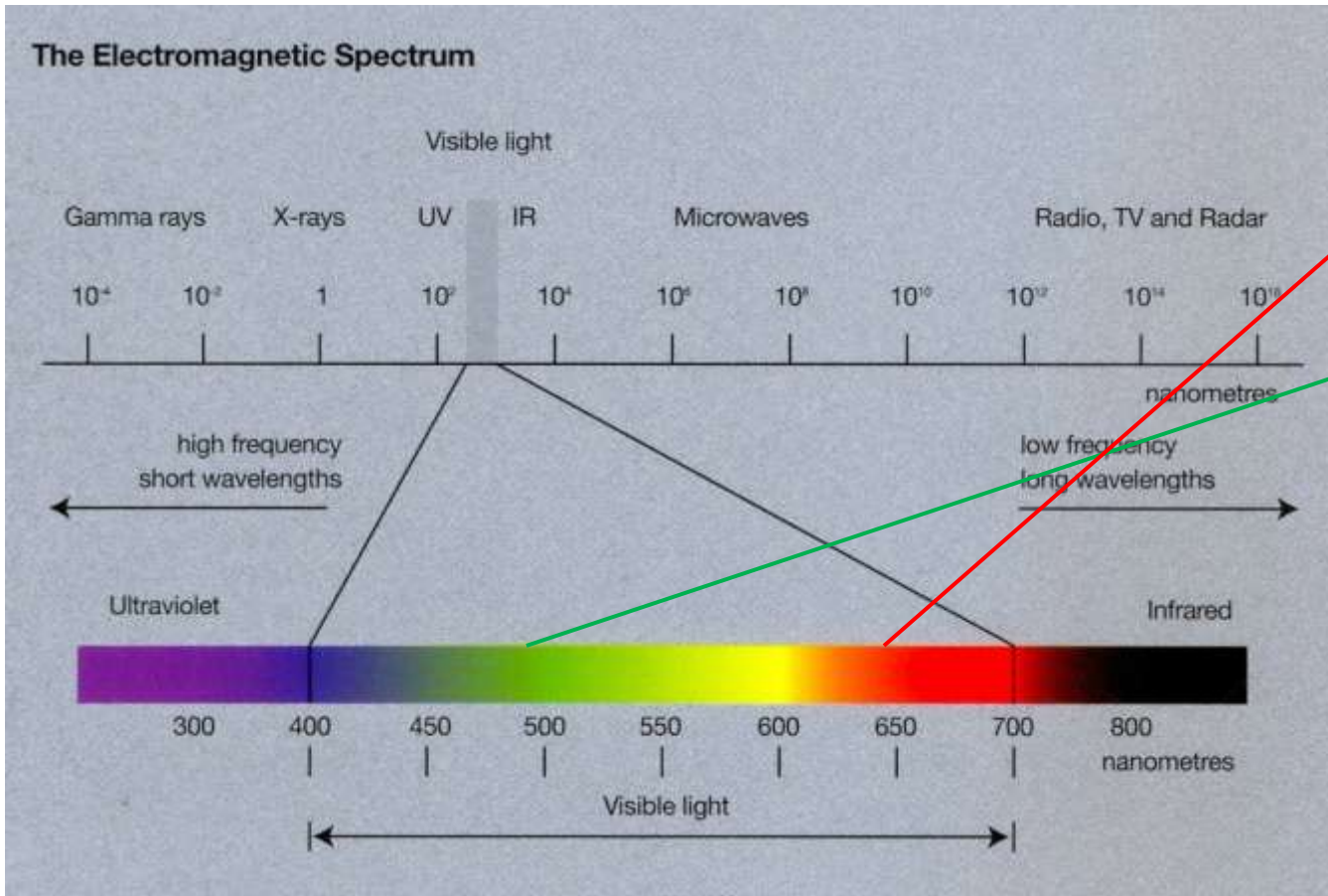


Thomas Hörker, ο Muhammad Ali σε στούντιο, Σικάγο 1966 – τεχνητός φωτισμός

Patrick Demarchelier, Tokyo 1990, διαφήμιση για την Vogue Italia – φυσικό φως



# Φυσικό φως, τα χαρακτηριστικά του



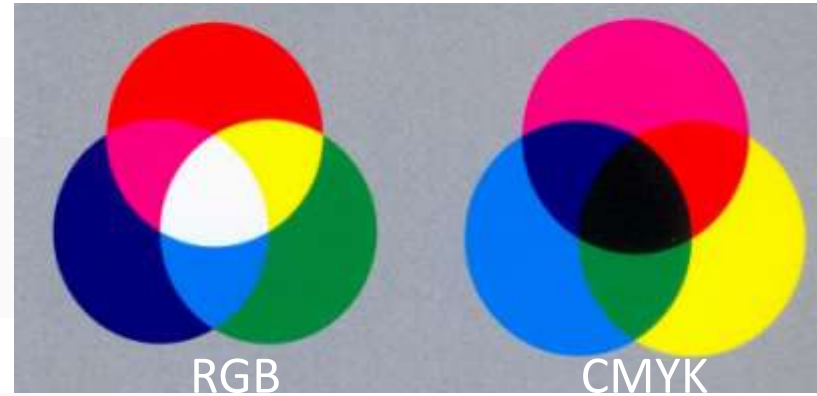
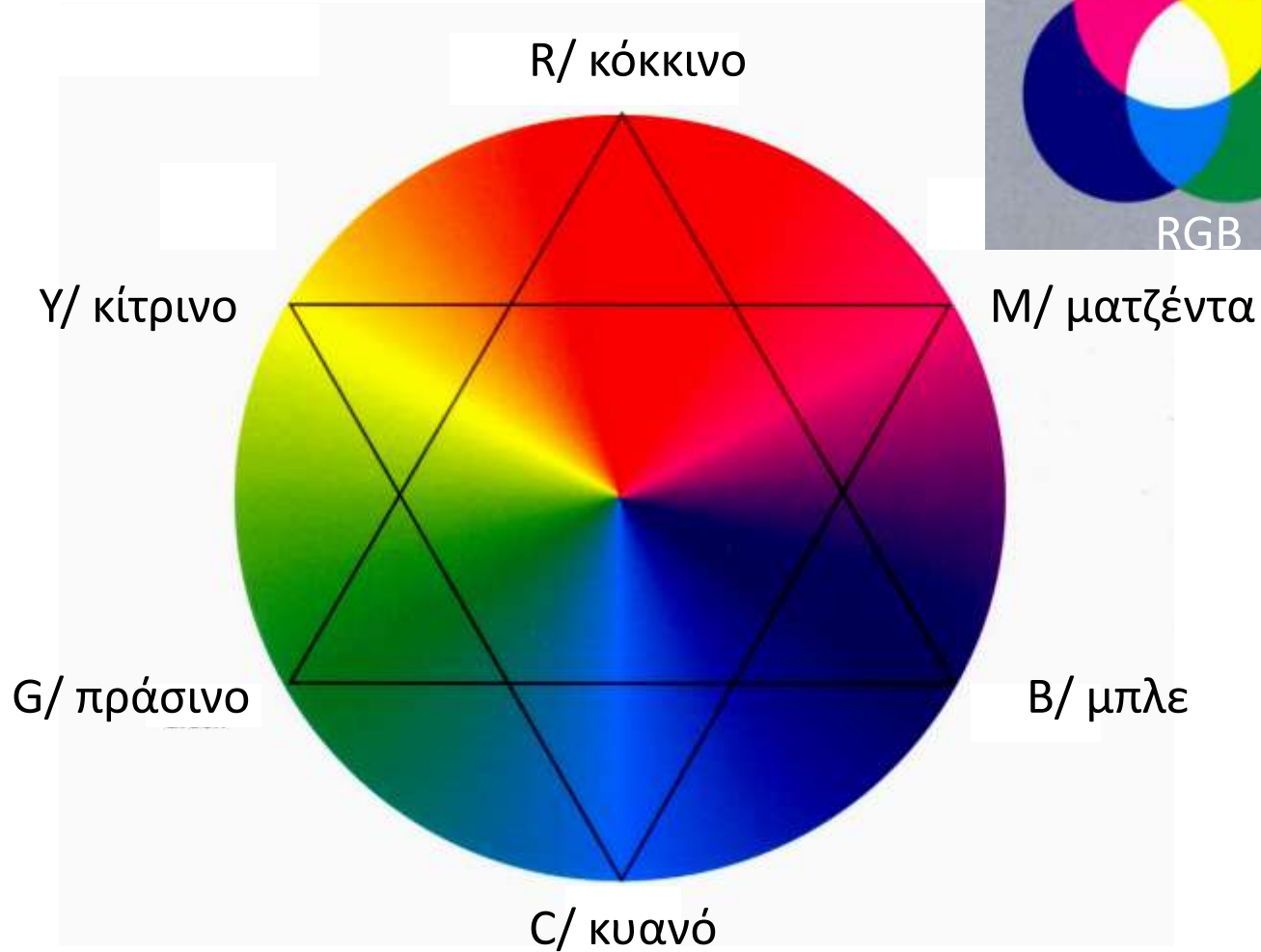
Μήκη κύματος  
ορατού φάσματος:  
400-700 nm  
(1nm = 1/1.000.000  
mm)

ΦΩΣ:

- Ένταση
- Μήκος κύματος
- Γωνία ταλάντωσης (πόλωση)
- Χροιά (θερμοκρασία Kelvin)

Το φως διαδίδεται κατα μήκος ευθειών: ανακλάται, διαχέεται, κρύβεται

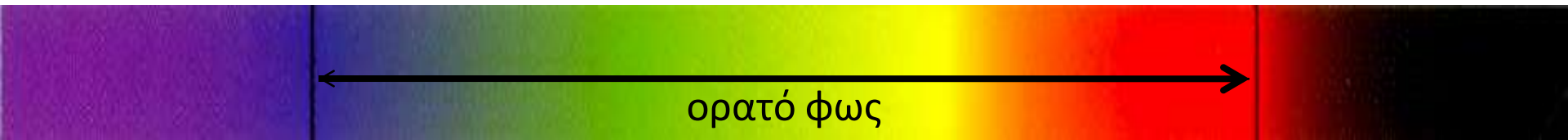
# Φυσικό φως, ο κύκλος των χρωμάτων/ προσθετικό και αφαιρετικό μοντέλο



400 nm

700 nm

ορατό φως



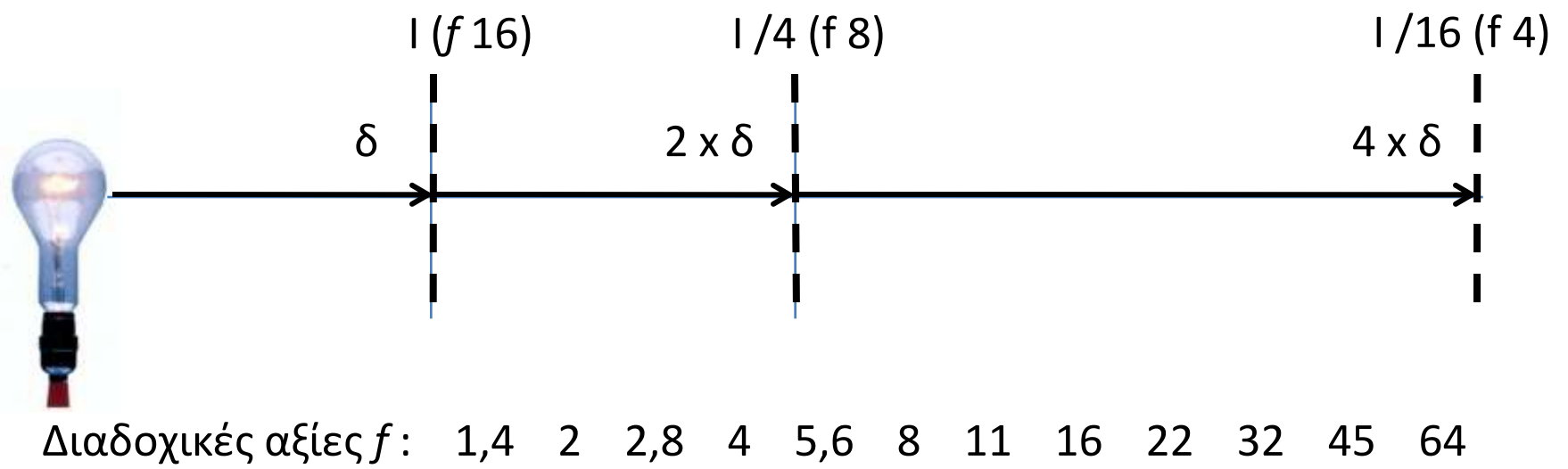
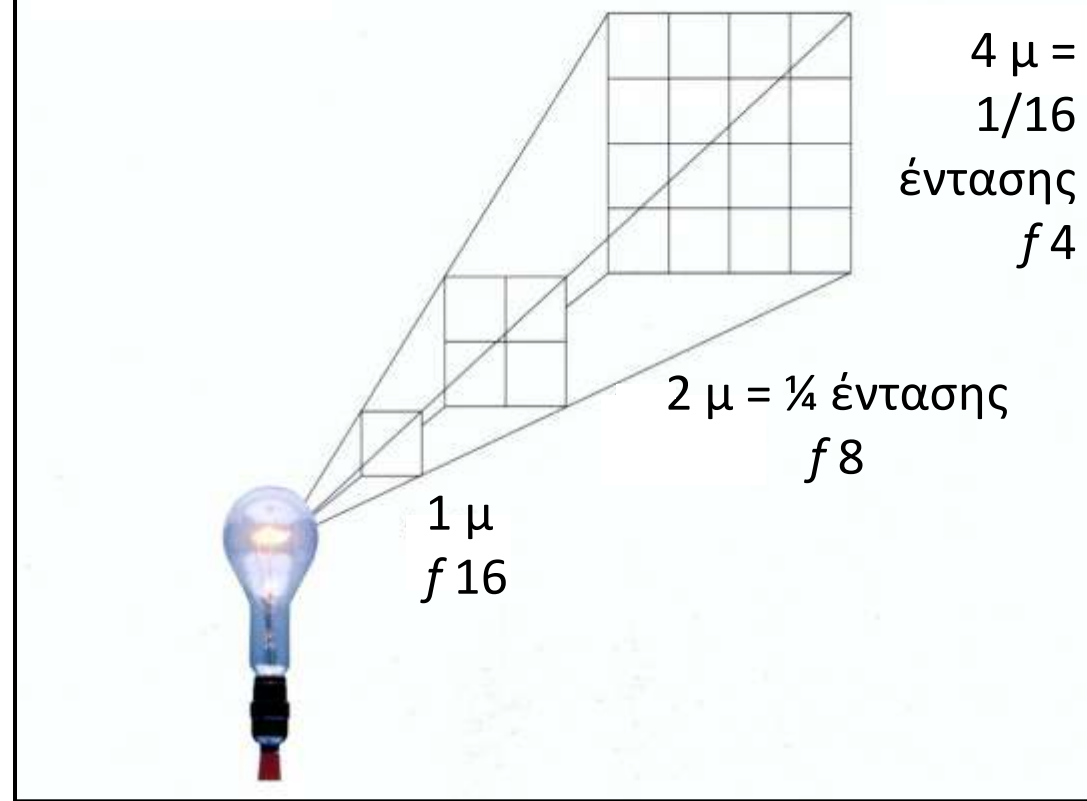
Φως – (α) ένταση τεχνητού φωτός

Τεχνητό φως: μείωση της έντασης  
κατά το τετράγωνο της απόστασής  
του από την φωτεινή πηγή

(δεν ισχύει για τον ήλιο λόγω της  
άπειρης απόστασής του από την  
γη)

Εάν  $(\delta_1) = 1\mu, (I_1) = \alpha$   
Για  $(\delta_2) 1 \times 2 = 2\mu, (I_2) = \alpha/2^2 = \alpha/4$   
Για  $(\delta_3) 1 \times 4 = 4\mu, (I_3) = \alpha/4^2 = \alpha/16$

### Νόμος του αντίστροφου τετραγώνου



Υπολογισμός της έντασης του φωτός για την έκθεση της εικόνας →  
φωτομέτρηση της έντασης που παράγει τον μέσο γκριζο τόνο.  
Για κάθε αξία ISO χρειάζεται μια συγκεκριμένη, πάντα σταθερή ένταση για την  
παραγωγή του μέσου γκριζου τόνου



### EXPOSURE VALUES (EV) ΓΙΑ ΜΕΣΟ ΓΚΡΙΖΟ (σε LUX)

EV	LUX	EV	LUX
0	5,5	9	2.800
1	11	10	5.500
2	22	11	11.000
3	44	12	22.000
4	88	13	44.000
5	175	14	88.000
6	350	15	175.000
7	700	16	350.000
8	1.400		

Για 100 ISO χρειάζεται μια συγκεκριμένη ένταση φωτός  
για την παραγωγή του μέσου γκριζου, πάντα η ίδια:

$$\text{EV } 6 \text{ ----- } f = 2 \quad / \quad T = 15$$

$$\text{EV } 7 \text{ ----- } f = 2,8 \quad / \quad T = 15$$

$$\text{EV } 8 \text{ ----- } f = 4 \quad / \quad T = 15$$

$$\text{EV } 9 \text{ ----- } f = 5,6 \quad / \quad T = 15$$

Κάρτα μέσου γκριζου  
τόνου ανακλαστικότητας  
18% του προσπίπτοντος  
σε αυτήν φωτός

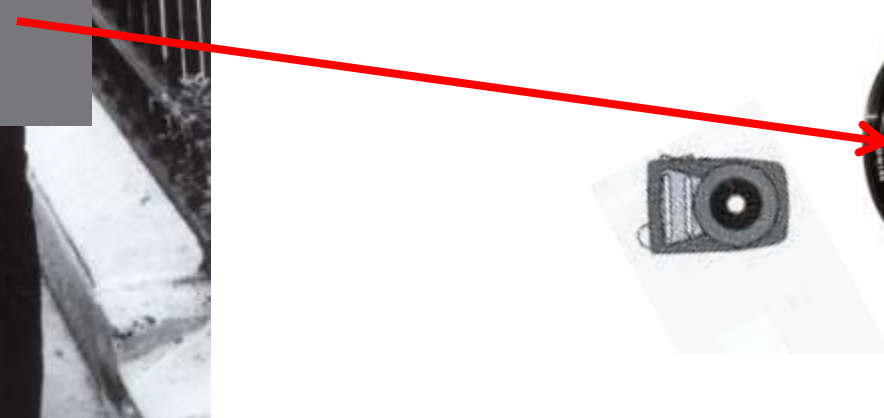
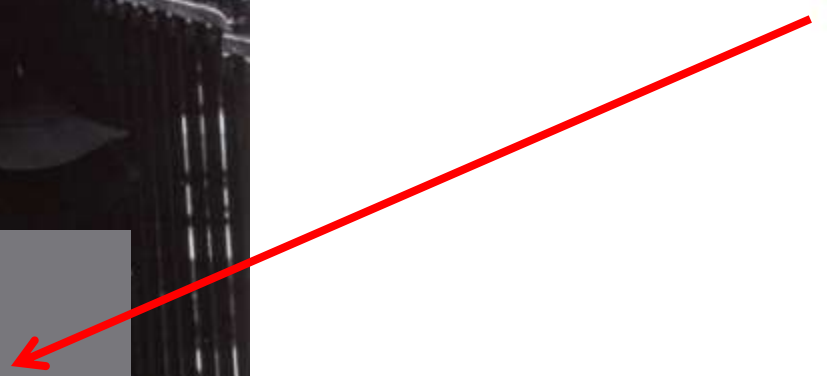
## Υπολογισμός της έντασης του φωτός – φωτόμετρο

- Καθορισμός ISO
- Καθορισμός Mode:  
Ανακλώμενο φως  
Προσπίπτον φως  
Προσπίπτον στιγμιαίο φως (φλας)
- Ευρείας γωνίας ανάγνωσης/ Spot



Είδη φωτομετρήσεων

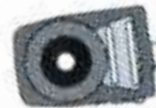
Μέτρηση ανακλώμενου φωτός



Patrick Demarchelier 2006

Είδη φωτομετρήσεων

Μέτρηση προσπίπτοντος φωτός



Patrick Demarchelier 2006

# Είδη φωτομετρήσεων

(Προσπίπτουσα) μέτρηση φλας



Helmut Newton 1978

Φως – (β) χροιά (βαθμοί Kelvin)

# Διαφορετική αίσθηση των χρωμάτων μέσα από διαφοροποιημένη χροιά του φωτός



81E/F



81B



82A



81D



81A



82B



81C



No filter



82C

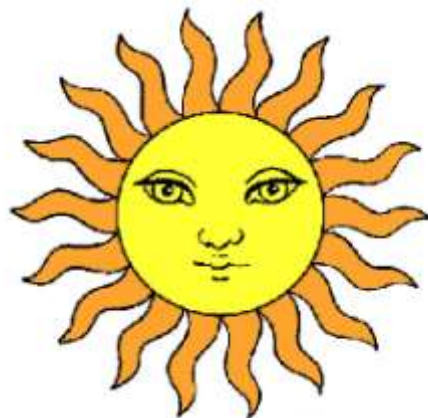
# Υπολογισμός της χρωματικής χροιάς του φυσικού φωτός: Κελβινομέτρηση



Έλεγχος της χρωματικής χροιάς → καθορισμός κατάλληλης White Balance

Φυσικό/ τεχνητό φως: χροιά (θερμοκρασία Kelvin)

Κλίμακα Kelvin:  $0\text{ K} = -273^\circ\text{C}$



Αυγή/  
Ηλιοβασίλεμα  
και Tungsten



Ώρες 10:00-16:00  
και Flash



Συννεφιασμένος  
ουρανός

1800 K

3200 K

5500 K  
μέσο φυσικό φως

7000 K (και πάνω)

Παράλληλη χρήση πηγών φωτισμού διαφορετικής χροιάς (εδώ 5500 K/ 3200K)



Bernini,  
Αγία  
Τερέζα,  
Ρώμη 1650

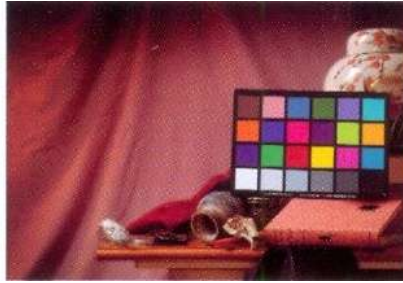
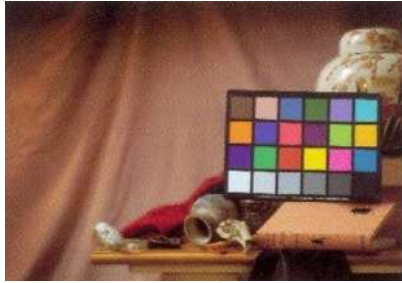
# Φως και ψηφιακός αισθητήρας: Ισορροπία για Λευκό Χρώμα (WB) σε Kelvin

Wim Wenders, Texas 1996

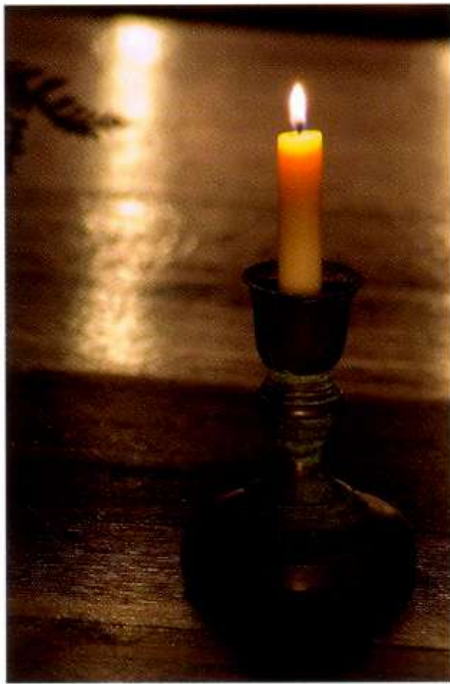


Αυτόματος καθορισμός Λευκής Ισορροπίας (WB) από μια ψηφιακή μηχανή: εντοπισμός περιοχών Pixels σχεδόν ίσων τιμών R,G,B και εφαρμογή των διορθώσεων που χρειάζονται για την πλήρη εξίσωσή τους. Οι ίδιες διορθώσεις εφαρμόζονται στις τιμές R,G,B όλων των υπόλοιπων pixels της εικόνας. Μέσα από την πιο πάνω αυτόματη διόρθωση καθορίζεται αυτόματα η WB.

# Η καθοριστική σημασία της κατάλληλης White Balance



Λευκή ισορροπία (WB), ο υποκειμενικός παράγοντας



WB 5500 K



WB για 3200K  
(Tungsten)



WB για 1800K (φως  
κεριού)



WB αισθητήρα: 5500 K



WB αισθητήρα: 3200 K



WB αισθητήρα: 2600 K

Λευκή ισορροπία (WB), ο υποκειμενικός παράγοντας



Nan Goldin, Trixie on the Cot, 1979

Φως και κοντραστ

καθορισμός κοντραστ αντικειμένου/σκηνής

Κοντράστ αντικειμένου/σκηνής: μετρήσεις ανακλώμενου φωτός σε περιβάλλον ικανοποιητικής έντασης, διάχυτου φυσικού φωτός, χωρίς την ύπαρξη σκιών

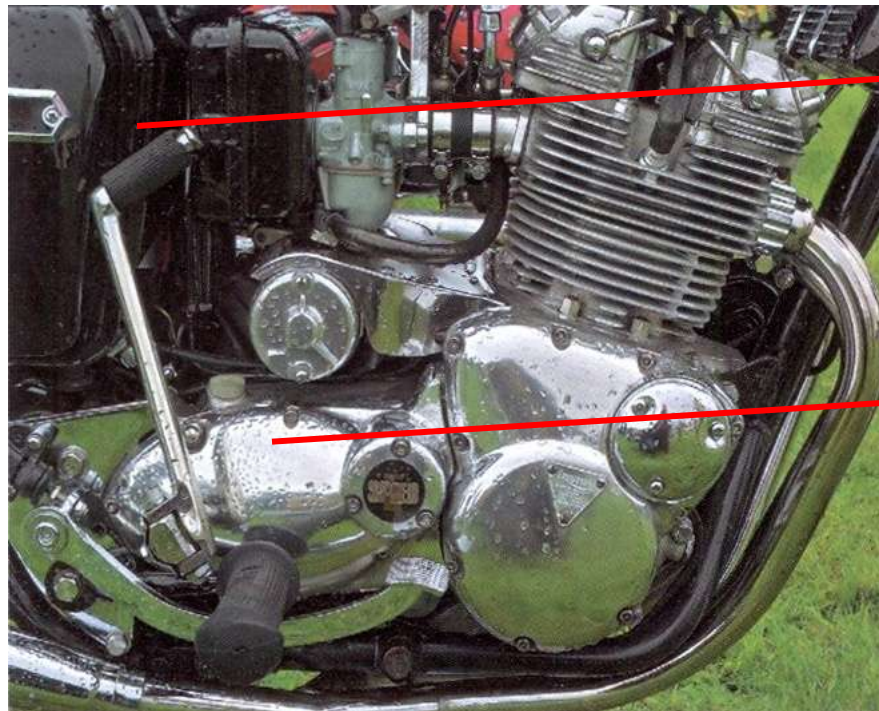


Ορίζεται ως κοντράστ αντικειμένου η απόσταση σε  $f$ -stops του ανακλώμενου φωτός μεταξύ της φωτεινότερης και της σκοτεινότερης περιοχής του θέματος. Δεν καταμετρώνται οι ανακλάσεις (γυαλάδες)

# Κοντράστ αντικειμένου και Dynamic Range αισθητήρα

Κοντράστ  
αντικειμένου/  
σκηνής

8 *f*-stops



100 ISO  
*f* 4/T 15



100 ISO  
*f* 4/T 4000

Canon EOS 5D Mark  
III  
Dynamic Range:  
12 *f*-stops



Τονικό εύρος (DR) αναλογικών  
αρνητικών = 7 *f*-stops

Τονικό εύρος (DR) έγχρωμων  
διαφανειών = 5 *f*-stops

Τονικό εύρος (DR) ψηφιακών  
αισθητήρων = 10/12 ή  
περισσότερα *f*-stops

## Κοντράστ αντικειμένου: υψηλό/μέσο/χαμηλό κοντράστ

Έχουμε υψηλό κοντράστ όταν η διαφορά μεταξύ των φωτεινότερων και σκοτεινότερων τόνων μιας σκηνής είναι μεγαλύτερη από 32:1

Έχουμε χαμηλό κοντράστ όταν η ίδια διαφορά είναι μικρότερη από 2:1

1 stop = 2:1

---

1.5 stops = 3:1

2 stops = 4:1

3 stops = 8:1

4 stops = 16:1

5 stops = 32:1

---

6 stops = 64:1

7 stops = 128:1

8 stops = 256:1

Εδώ: κοντράστ  
αντικειμένου/ σκηνής  
= 8 *f*-stops  
(υψηλό κοντράστ)

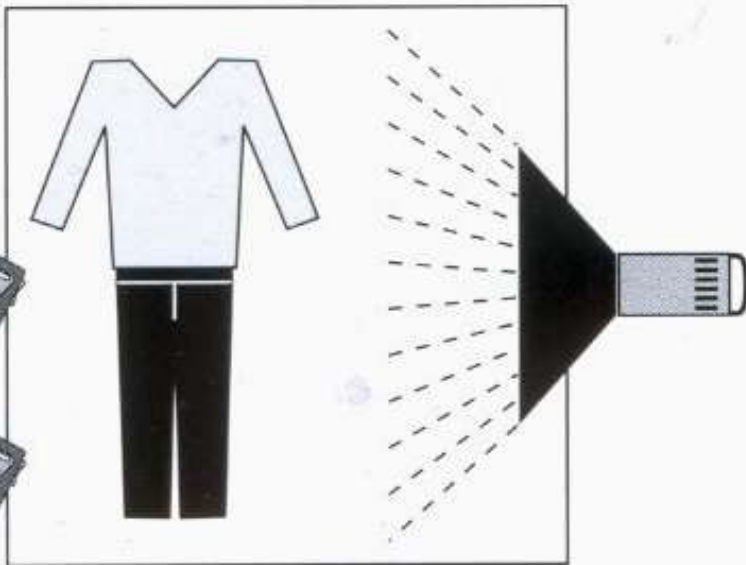


# Κοντράστ αντικειμένου

Μέτρηση ανακλώμενου φωτός από το πουκάμισο και το παντελόνι

EV 16

EV 10



Λευκό πουκάμισο και μαύρο παντελόνι ομοιόμορφα φωτισμένα

6 *f*-stops διαφορά ανακλώμενης έντασης φωτός

6 *f*-stops κοντράστ (διαφορά σε ένταση 64:1)



Κοντράστ 6 *f*-stops

Έλλειψη φωτός = έλλειψη κοντράστ



EV 13

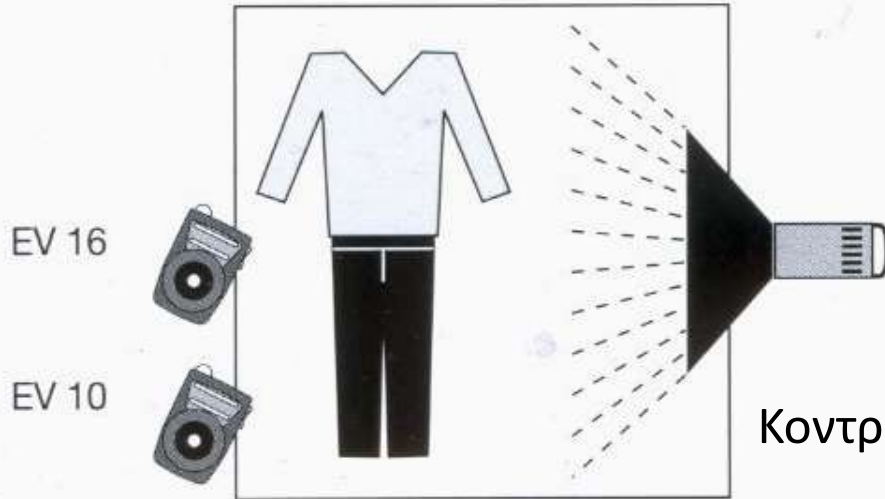
Μέτρηση προσπίπτοντος φωτός στη σκηνή



- 1 stop = 2:1
- 1.5 stops = 3:1
- 2 stops = 4:1
- 3 stops = 8:1
- 4 stops = 16:1
- 5 stops = 32:1
- 6 stops = 64:1
- 7 stops = 128:1

Έλεγχος του κοντράστ μιας σκηνής  
με χρήση φωτιστικών διαφοροποιημένης έντασης

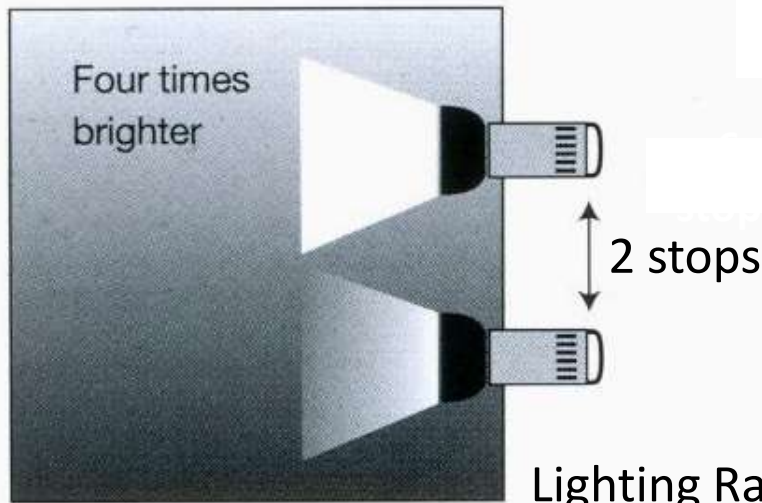
Brightness Range αντικειμένου/σκηνής=  
κοντραστ αντικειμένου x Lighting Ratio φωτιστικών



Λευκό πουκάμισο και μαύρο παντελόνι  
ομοιόμορφα φωτισμένα

6 *f*-stops διαφορά ανακλώμενης έντασης  
φωτός

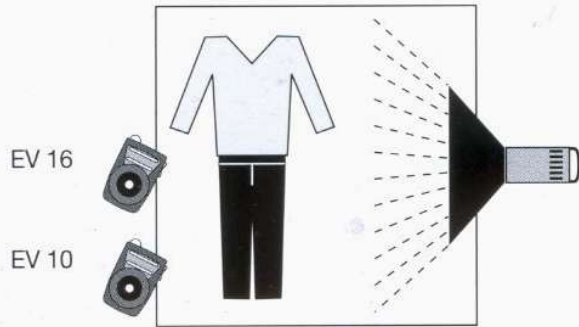
Κοντραστ αντικειμένου = 6 *f*-stops (64:1 σε ένταση)



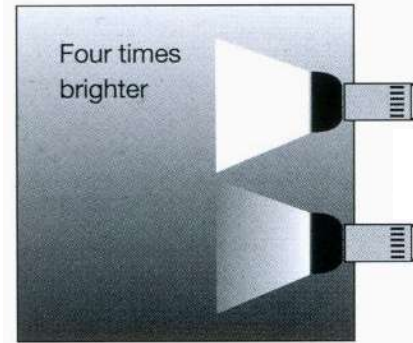
Lighting Ratio φωτιστικών 4:1

- 1 stop = 2:1
- 1.5 stops = 3:1
- 2 stops = 4:1
- 3 stops = 8:1
- 4 stops = 16:1
- 5 stops = 32:1
- 6 stops = 64:1
- 7 stops = 128:1

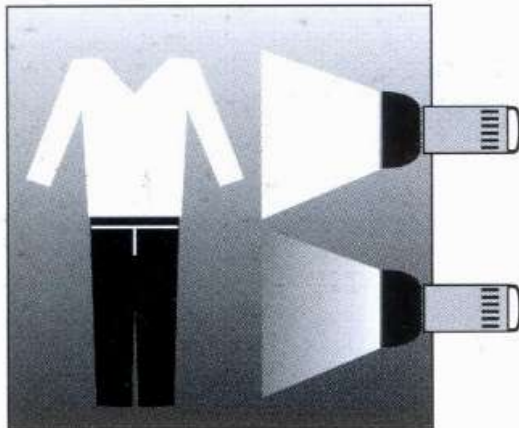
Brightness Range Αντικειμένου =  
 (κοντραστ αντικειμένου) x (Lighting ratio φωτιστικών)



Κοντραστ σκηνής = 6  
*f*-stops (64:1)

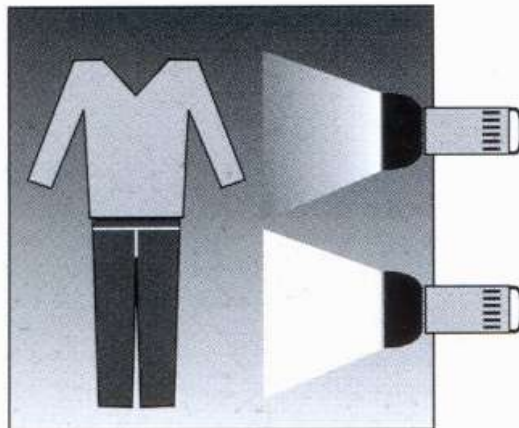


Lighting Ratio =  
 2 *f*-stops (4:1)



Brightness Range σκηνής =  
 (64:1)x(4:1)=256:1 = 8 *f*-stops

Χρήση φωτιστικών με αντίστροφη  
 Lighting Ratio 2 *f*-stops (1:4)



Brightness Range σκηνής =  
 (64:1)x(1:4)=16:1 = 4 *f*-stops

- |                 |
|-----------------|
| 1 stop = 2:1    |
| 1.5 stops = 3:1 |
| 2 stops = 4:1   |
| 3 stops = 8:1   |
| 4 stops = 16:1  |
| 5 stops = 32:1  |
| 6 stops = 64:1  |
| 7 stops = 128:1 |
| 8 stops = 256:1 |