

---

# Φωτογραφία και Διαφήμιση

---

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του **Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ε.Κ.Π.Α.)** σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης με τίτλο **«Φωτογραφία και Διαφήμιση»**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το **Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning)** του Ε.Κ.Π.Α. στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Επιμόρφωσης και Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: **«Φωτογραφία και Διαφήμιση»**, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

## 2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Φωτογραφία και Διαφήμιση» έχει ως σκοπό οι συμμετέχοντες να γνωρίσουν τη θεωρία και την πρακτική της επικοινωνίας μέσω φωτογραφικών εικόνων στο πλαίσιο στρατηγικών διαφήμισης, προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών στο παραδοσιακό και ψηφιακό marketing, καθώς και να εντρυφήσουν στη δημιουργία της διαφημιστικής φωτογραφίας. Με το πέρας του προγράμματος οι συμμετέχοντες θα γνωρίζουν όλη τη βασική ορολογία και μεθοδολογία στο marketing μέσω διαφημιστικής φωτογραφίας, τα πιο ιστορικά παραδείγματα και τους πιο καθιερωμένους τρόπους σύγχρονης διαφημιστικής φωτογραφίας. Το πρόγραμμα προσφέρει πρακτικές ασκήσεις φωτογραφικών λήψεων ως εφαρμογές σε συγκεκριμένη διαφημιστική επικοινωνία, και θεωρητικές ασκήσεις ανάλυσης διαφημιστικών εκστρατειών και φωτογραφιών. Το πρόγραμμα αναφέρεται κυρίως σε αποφοίτους σχολών και τμημάτων Οικονομικών, Επικοινωνίας και Εικόνας, αλλά και σε οποιονδήποτε έχει σχετικά ενδιαφέροντα ή/και εμπειρία στο marketing ή στη φωτογραφία και αναζητά μια πιο εξειδικευμένη εμπειριστατωμένη γνώση με σύγχρονα παραδείγματα και πρακτικές της ελληνικής αγοράς.

### 3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://elearningekpa.gr/>

### 4. ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:

- ▶ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ▶ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ▶ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών

### 5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η διδασκαλία στα προγράμματα εξ αποστάσεως επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ διεξάγεται μέσω του διαδικτύου, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «αυτονομία», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Κατά την εξέλιξη κάθε θεματικής ενότητας αναρτώνται σε σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

Παράλληλα, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τις θεματικές ενότητες και τις ασκήσεις αξιολόγησης ή την τελική εργασία.

## 6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του **Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσότερων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

## 7. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης**

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ, επικοινωνεί τηλεφωνικώς με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές

διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετωπίσαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ.).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

**Αναλυτική περιγραφή των παραπάνω υπάρχει στον Κανονισμό Σπουδών:**

**<https://elearningekpa.gr/regulation>**

## **8. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού είναι μέλη ΔΕΠ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών ή και ειδικοί εμπειρογνώμονες με ιδιαίτερη συγγραφική καταξίωση, οι οποίοι κατέχουν πολύ βασικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος.

Συγγραφείς και Εισηγητές του προγράμματος είναι ο **Νεκτάριος Μακρυδάκης** (MBA), διδακτορικός ερευνητής Πανεπιστημίου Αιγαίου, σύμβουλος Marketing & Digital Marketing, ιδρυτής της Digitool και η Ειρήνη Σωφρονιάδη (MA), διδακτορική ερευνήτρια στο πανεπιστήμιο Αιγαίου, μεταπτυχιακές σπουδές στη διαφημιστική φωτογραφία, πολυετής εμπειρία στην διαφημιστική φωτογραφία studio (περιοδικά Marriage, Vima Gourmet, Eu-Zην, εταιρία υφασμάτων Togas - House of textiles) και στην αρχιτεκτονική φωτογραφία και φωτογράφιση εσωτερικών χώρων (περιοδικά Maison & Decoration, Elle Decoration, Casa Viva κ.ά.).

## **9. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει **2 Θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

### **ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**

#### **ΜΑΘΗΜΑ: Η ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

##### **Διδακτική Ενότητα 1: Διαφήμιση και εικόνα στο πλαίσιο του marketing.**

Σκοπός της ενότητας είναι ο εκπαιδευόμενος να κατανοήσει την έννοια της διαφήμισης και κυρίως το ρόλο της ως εργαλείο του μίγματος προβολής μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού και εν συνεχεία να μπορεί να τη διακρίνει στο πλαίσιο των λειτουργιών του marketing. Επιπλέον, να μάθει να ταξινομεί τα είδη των διαφημίσεων που χρησιμοποιούνται συνθηθέστερα και τους στόχους που εξυπηρετούν.

##### **Διδακτική Ενότητα 2: Η φωτογραφία στη Διαφήμιση.**

Σκοπός της ενότητας είναι ο εκπαιδευόμενος να κατανοήσει τον ρόλο της φωτογραφίας στη διαφήμιση, τις χρήσεις της φωτογραφικής διαφήμισης, τον ρόλο που παίζει η φωτογραφία στην αποτελεσματικότητα της προσέγγισης του εκάστοτε κοινού στόχου αλλά των διαφορετικών στόχων του marketing. Ο εκπαιδευόμενος θα μάθει να διαχωρίζει τα παραδοσιακά και σύγχρονα είδη διαφημίσεων με εικόνα.

##### **Διδακτική Ενότητα 3: Τα μέσα προβολής της διαφημιστικής φωτογραφίας.**

Αφού έγινε κατανοητή η θέση και ο σκοπός της φωτογραφίας στη διαφήμιση στην παρούσα ενότητα θα αναλύσουμε τη σημασία και το ρόλο των διαφορετικών μέσων και καναλιών προβολής για την μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας αυτού του είδους των διαφημίσεων. Ειδικότερα στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμόσουν τις διαφημίσεις φωτογραφίας για να προβάλλονται ικανοποιητικά από τα digital μέσα ώστε να προσεγγίσουν αποτελεσματικά τις ανάγκες των δυνητικών πελατών.

## **Διδακτική Ενότητα 4: Εφαρμογή και τεχνικές αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής φωτογραφίας.**

Για να είναι αποτελεσματική μια διαφήμιση με τη χρήση φωτογραφίας παράλληλα με τον εντοπισμό των σωστών καναλιών θα πρέπει να χρησιμοποιούμε τις κατάλληλες τεχνικές για να είναι πειστικές και να εξυπηρετούν τον εκάστοτε στόχο. Οι εκπαιδευόμενοι θα γνωρίσουν τις κατάλληλες μεθόδους για κάθε περίπτωση ώστε η διαφήμιση με φωτογραφία να είναι πειστική.

### **ΜΑΘΗΜΑ: Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ**

#### **Διδακτική Ενότητα 1: Η λειτουργία της φωτογραφικής εικόνας στη διαφήμιση και ο φωτογραφικός εξοπλισμός σε στούντιο.**

Η διαφημιστική φωτογραφία είναι ο τομέας της εικόνας που χρησιμεύει στην προβολή και στην προώθηση εμπορικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ουσιαστικά, οι λήψεις που παράγονται είναι πλήρως ελεγχόμενες και συνήθως η διαδικασία αυτή υλοποιείται σε οργανωμένα στούντιο φωτογράφισης. Είναι δυνατός ο διαχωρισμός της διαφημιστικής φωτογραφίας σε δύο βασικές κατηγορίες, δηλαδή αυτής όπου το περιεχόμενο είναι εύκολα και απλά αντιληπτό, καθώς και μιας άλλης όπου ο τελικός στόχος περιλαμβάνει κωδικοποιημένα μηνύματα που μας μεταφέρονται συμβολικά. Ο φωτογραφικός εξοπλισμός ενός στούντιο είναι το βασικό εργαλείο του φωτογράφου και πρέπει να ανταποκρίνεται με αποτελεσματικότητα στις διάφορες εφαρμογές. Οι απαιτήσεις είναι υψηλές τόσο στις φωτογραφικές μηχανές μεσαίου και μεγάλου φορμά όσο και στον τομέα του τεχνητού φωτισμού (Studio Flash). Εξίσου σημαντικός είναι και ο περιφερικός εξοπλισμός του στούντιο φωτογράφισης. (ανακλαστικές και διαθλαστικές επιφάνειες, επιφάνειες φόντου, φωτοτραπέζες καθώς και εξοπλισμός εξωτερικής φωτογράφισης κλπ). Για την παραγωγή μιας διαφημιστικής εικόνας εργάζεται ένα πλήθος ανθρώπων, όπου ο καθένας από αυτούς έχει μια συγκεκριμένη ιδιότητα. Η βασική ομάδα, συνήθως αποτελείται από τον διαφημιστή, τον φωτογράφο, τον στυλίστα, και τέλος τον άνθρωπο ή την ομάδα, που αναλαμβάνει την ψηφιακή επεξεργασία της εικόνας και τη γραφιστική επιμέλεια. Καθοριστικός πάντα είναι και ο ρόλος του πελάτη για όλες τις αποφάσεις μιας φωτογράφισης.

#### **Διδακτική Ενότητα 2: Σύνθεση διαφημιστικής φωτογραφίας και σημειολογία της διαφημιστικής φωτογραφίας.**

Ο φωτογράφος διαμορφώνει τόσο το μορφικό στοιχείο της εικόνας όσο και το περιεχόμενό της με σκοπό την αποκωδικοποίηση συγκεκριμένου μηνύματος από τον δέκτη. Κάθε εικονική δημιουργία βασίζεται σε μορφικά στοιχεία όπως το σημείο, η γραμμή, τα τυπογραφικά στοιχεία, το σχήμα, η υφή, ο τόνος, το χρώμα τα οποία δομούνται με γνώμονα την οπτική ισορροπία της σύνθεσης. Οι

τεχνικές επεμβάσεις του φωτογράφου στην ορατή πραγματικότητα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να μεταφέρουν έννοιες και να αποδώσουν σημασίες. Οι τεχνικές αυτές είναι: η γωνία λήψης, το καδράρισμα, ο φωτισμός, το βάθος πεδίου, η υφή, το χρώμα, η κίνηση. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν τα μορφικά στοιχεία και οι τεχνικές επεμβάσεις με συγκεκριμένα παραδείγματα γνωστών διαφημιστικών φωτογραφιών. Η σημειολογία είναι η επιστήμη που το κέντρο βάρους της είναι η σημασία, διαθέτει συστηματικά και ακριβή εργαλεία ανάλυσης, με τα οποία προτείνει έναν διαφορετικό τρόπο προσέγγισης των εικόνων. Ως μέθοδος ανάλυσης, η σημειωτική μπορεί να αναπτύξει ακόμα περισσότερο την κατανόησή μας όσον αφορά τον τρόπο κατασκευής του νόηματος στις φωτογραφίες των διαφημίσεων. Κατά αυτό τον τρόπο θα γίνει μελέτη σε διαφημίσεις γνωστών εταιριών και θα ερμηνευτούν τα κωδικοποιημένα μηνύματα που ενσωματώνονται. Ως αποτέλεσμα λοιπόν, σε τέτοιου είδους μελέτες είναι να αποκαλυφθεί το επιφανειακό νόημα της διαφήμισης και να εντοπιστούν οι πρακτικές των μέσων επικοινωνίας, εμφανίζοντας τελικά το βαθύτερο νόημα της διαφήμισης.

### **Διδακτική Ενότητα 3: Φωτογραφία μόδας.**

Είναι η φωτογραφία που χρησιμοποιείται κυρίως για διαφημιστικούς λόγους από τη βιομηχανία της μόδας για την προβολή των προϊόντων της. Ωστόσο, χρησιμοποιείται στους καταλόγους, στα περιοδικά και στις αφίσες. Πριν φτάσει η διαφήμιση στην σελίδα του περιοδικού ή στην οθόνη υφίσταται μια πολύπλοκη διαδικασία κωδικοποίησης, στην οποία εμπλέκονται πολλές ειδικότητες οι οποίες είναι: ο διευθυντής του δημιουργικού τομέα, ο γραφίστας, ο φωτογράφος, ο σκηνογράφος, ο στυλίστας, ο ενδυματολόγος και μια σειρά άλλων ανθρώπων που συμβάλλουν στο τελικό αποτέλεσμα. Το μοντέλο της διαφήμισης είναι ένας πολλαπλός κωδικοποιητής ανάλογα με τη θέση του σώματός του, το ύφος του, τα αξεσουάρ του, τα κουστούμια του, τα σκηνικά αντικείμενα κλπ. τα οποία λειτουργούν ως πομποί σημείων. Ο θεατής ερμηνεύει αυτό το σύμπλεγμα μηνυμάτων ως ένα ενιαίο σύνολο, σύμφωνα με τους κώδικες των μέσων και του πολιτισμού του. Η άμεση σχέση ανάμεσα στο προϊόν και στην ανθρώπινη προσωπικότητα χαρακτηρίζει το πλαίσιο της διαφήμισης. Στην παρούσα ενότητα ο σκοπός των ερευνών είναι η ανάλυση της διαφημιστικής καμπάνιας διαφόρων εταιριών και η διερεύνηση της λειτουργίας της φωτογραφίας του ανθρώπινου στοιχείου.

### **Διδακτική Ενότητα 4: Προϊοντική φωτογραφία (Packshot) και Still life.**

Στην Προϊοντική φωτογραφία (Packshot) η εικόνα έχει σκοπό την ενημέρωση, την διαφήμιση και αναγνωρισιμότητα του προϊόντος. Στις packshot φωτογραφίες, προκύπτει το αποτέλεσμα μιας σκηνοθετημένης φωτογράφισης στην οποία σχηματίζεται η καλύτερη δυνατή μορφή του προϊόντος



(της συσκευασίας του). Ο φακός και η γωνία λήψης του φωτογράφου δεν θα πρέπει να παραμορφώνει το προϊόν, έτσι ώστε να είναι αναγνωρίσιμο. Η εικόνα που αποτυπώνεται από την ορατή πραγματικότητα συνήθως δεν είναι μια προϋπάρχουσα εικόνα αλλά ένα αποτύπωμα κωδικοποιημένο και διαμορφωμένο σύμφωνα με τις επιλογές που προηγούνται ή έπονται της φωτογραφικής πράξης. Επίσης, η διαφημιστική εικόνα θα πρέπει να προβάλλει την ποιότητα του προϊόντος. Κάθε διαφημιστικός κώδικας υπονοεί την ύπαρξη ενός συστήματος στο οποίο αναφερόμαστε για την κατανόηση της ποιότητας του προϊόντος. Στις still life φωτογραφίες, η δυνατότητα καλλιτεχνικής έκφρασης είναι μεγαλύτερη από την rackshot φωτογραφία. Επιπροσθέτως, υπάρχουν περιπτώσεις όπου το περιβάλλον της φωτογραφίας είναι επιλεγμένο με τέτοιο τρόπο ώστε να καθοδηγεί το βλέμμα του αναγνώστη. Η σύνθεση παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάδειξη του προϊόντος και αρκετές φορές παρουσιάζει με έμμεσο τρόπο τα πλαίσια χρήσης και κατανάλωσης του. Φιλοδοξία της ενότητας είναι να συμβάλει στην συνειδητοποίηση των φωτογραφικών συνθηκών και στην κατανόηση της εφαρμογής των τεχνικών αυτών.

### **Διδακτική Ενότητα 5: Φωτογραφία φαγητού (food photography)**

Είναι μια ειδικευμένη κατηγορία φωτογράφισης λόγω των ιδιαίτερων απαιτήσεων. Κάθε φωτογράφος έχει δομήσει τη σκέψη του με τέτοιο τρόπο ώστε να χρησιμοποιήσει κατάλληλα, όλα τα εργαλεία για να συνθέσει μια εικόνα με τη ζητούμενη εκφραστική πληρότητα. Από τον κατάλογο του εστιατορίου μέχρι την συσκευασία, η φωτογράφιση τροφίμων είναι ένας κλάδος που χρειάζεται ξεχωριστή αναφορά. Αναλύοντας εικονογραφικά το συγκεκριμένο είδος θα διαπιστώσουμε την ιδιαιτερότητα που πιθανότατα κρύβεται στις συνθήκες φωτισμού, στο βάθος πεδίου, στη χρήση σποτ, καθώς και στην σύνθεση της λήψης. Ακόμη περισσότερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η προετοιμασία, δηλαδή όλες οι απαραίτητες διαδικασίες πριν τη λήψη, όπως η επιλογή παραπλανητικών υλικών, ψεκασμός για να φαίνονται δροσερά και φρέσκα τα υλικά κλπ. Βασικός σκοπός της ενότητας αυτής είναι η κατανόηση των φωτογραφικών τεχνικών που χρησιμοποιούνται στην φωτογραφία φαγητού μέσω παραδειγμάτων και εικόνων.