

<<广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影>>

13位ISBN编号：9787308068536

10位ISBN编号：7308068536

出版时间：2009-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：邵大浪，陈晓任 著

页数：87

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告摄影>>

内容概要

《广告摄影》包括大片幅照相机的基本操作、大片幅照相机的位移和旋转、莎姆定律、数字影像取代传统影像的趋势、应用在广告摄影中的数字设备、数字影像的后期制作、广告摄影的萌芽时期、艺术指导的介入、广告摄影的繁荣期、广告摄影的风格转变等内容。

<<广告摄影>>

作者简介

邵大浪 浙江财经学院艺术学院副院长、教授。

迄今有400多幅摄影作品在欧美和东南亚地区的国际影展中展出，并多次获得美国摄影学会金牌奖（PSAGOLD MEDAL），港澳摄影协会金牌奖（FHKMPA GOLD MEDAL）和国际摄影联盟荣誉奖（FLAP HONOR MENTION）等奖项。

已出版《高品质黑白摄影》、《高品质风光摄影》、《世界摄影大展概览》和《专业摄影技术》等十多本摄影著作和译著，以及摄影作品集《西湖表情》。

书籍目录

第一章 广告摄影概述 第一节 广告摄影的特征 一、什么是广告摄影 二、广告摄影的专业性特征 三、广告摄影的艺术特征 四、商品内涵与大众审美的融合 第二节 广告摄影的发展流变 一、广告摄影的萌芽时期 二、艺术指导的介入 三、广告摄影的繁荣期 四、广告摄影的风格转变 第三节 广告摄影的拍摄流程 一、确立出发点 二、画面的构思和拍摄的前期准备 三、正式的拍摄和制作定稿 四、后期效果反馈和调查 第二章 广告摄影的器材选择 第一节 大片幅照相机 一、何谓大片幅相机 二、大片幅相机的分类和特点 三、大片幅照相机的结构 四、大片幅照相机的主要附件 第二节 中片幅和小片幅照相机 一、中片幅照相机 二、小片幅照相机 第三节 大片幅照相机的镜头 一、镜头的种类和特点 二、镜头的涵盖力和视角 三、镜头的选择 第四节 单轨相机的操作 一、大片幅照相机的基本操作 二、大片幅照相机的位移和旋转 三、莎姆定律 第五节 数字设备和数字广告摄影的发展 一、数字影像取代传统影像的趋势 二、应用在广告摄影中的数字设备 三、数字影像的后期制作 第三章 广告摄影用光 第一节 光线的基本知识 一、光线在摄影中的作用 二、光源的分类 三、光线的基本特性 第二节 光源的方向分析 一、正面光(顺光) 二、侧光 三、逆光 四、顶光 五、脚光 第四章 影室灯光与采光设计 第一节 常见光源分析 一、钨丝灯 二、电子闪光灯 第二节 常用影室灯具 一、硬光照明灯具 二、软光照明灯具 第三节 采光设计 一、采光基本步骤 二、采光技巧 第四节 测光 一、测光的重要性 二、大片幅照相机的测光方式 三、曝光量的确定与修正 第五节 被摄体分析 一、吸收型被摄体 二、反射型被摄体 三、传导型被摄体 第五章 专题摄影拍摄要领 第一节 手表和首饰 一、合适的器材 二、拍摄手法 三、近距离摄影的曝光补偿 第二节 食品 一、采光 二、选择餐具 三、巧用替代品 四、其它技巧和经验 第三节 皮件 一、采光 二、拍摄要点 第四节 纺织品 一、采光 二、拍摄要点 第五节 玻璃器皿 一、拍摄要点 二、采光方法 三、测光方法 第六节 塑料制品与半透明物体 一、采光 二、拍摄要点 第七节 金属机件和金属产品 一、采光 二、拍摄要点 第八节 木制品 一、采光 二、拍摄要点 第九节 银器与不锈钢餐具 一、采光 二、拍摄要点 第六章 广告摄影画面分析 第一节 摄影构图与视觉心理 一、平衡 二、简化 三、经验与兴趣的影响 第二节 商品广告摄影构图的基本元素 一、商品广告摄影构图中色彩的作用 二、广告摄影构图中空间的运用 第三节 主题形态的掌握 一、广告摄影构图中线的作用 二、广告摄影构图中点的作用 三、广告摄影构图中面的作用 参考文献

章节摘录

第一章 广告摄影概述 第一节 广告摄影的特征 一、什么是广告摄影 广告摄影是传递商品信息、促进商品流通的重要手段，它广泛地被应用于商业活动中。

广告摄影拥有相对独立的技术和专业特征，与其他摄影门类最显著的区别是它兼具商业和文化的双重属性。

首先，广告摄影是以传达广告信息、服务于商业行为为目的，因此，广告摄影的成功与否，根本上取决于它对于商品的销售所起的作用有多大，因此，用纯艺术、纯审美的眼光来审视广告摄影、要求广告摄影并不完全恰当。

无论是在创作，还是鉴赏一幅广告摄影作品的时候，牢记广告摄影的身份——它终究是商品销售环节中的一环，简言之，吸引消费者、使商品畅销，是它的第一任务。

因此，只要在销售环节中起到积极作用的广告摄影，它就是成功的、优秀的广告摄影。

其次，优秀的广告摄影通常呈现浓厚的艺术品味。

利用高超的摄影用光技术手段，不但可以准确、真实地将商品的外形、结构、质地、色彩等展现在消费者面前，迎合了消费大众“眼见为实”的心理，具有高度的可信性；更可以运用巧妙的创意构思和高科技的数字后期手段处理、修改图片，使之成为赏心悦目的艺术作品。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>