

<<影视广告视听语言>>

图书基本信息

书名：<<影视广告视听语言>>

13位ISBN编号：9787313055835

10位ISBN编号：7313055838

出版时间：1970-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：冯凯

页数：166

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>

<<影视广告视听语言>>

内容概要

《影视广告视听语言》是影视广告、视觉传达、广告设计与制作，以及与之相关专业的学生从事专业学习的基础入门功课。

《影视广告视听语言》体现了理论与实践一体化的教学要求，将影视广告视听语言的教学设计为“影像篇”、“声音篇”、“剪辑篇”，以实用为主，更多地关注“是什么”和“怎样做”。

并通过大量案例来阐释和解读理论，内容深入浅出，注重趣味性，使学生和读者爱读。

同时本书穿插了数百幅精美图片和独到的说明，让读者在轻松的阅读过程中掌握视听语言的特性。

<<影视广告视听语言>>

作者简介

冯凯，1986年毕业于辽宁大学中文系，现任大连职业技术学院艺术教育分院院长、副教授。兼任多所大学客座教授，大连电视台影视栏目特邀嘉宾主持，影评人。著有《好莱坞金奖巨片精粹》、《奥斯卡全景图》、《佳片有约——中外电影名片解读》等书。

<<影视广告视听语言>>

书籍目录

第一章 影视广告视听语言导论第一节 视听语言一个时代的语言第二节 视听语言的构成元素第三节 影视广告视听语言的特性第二章 作为影视广告的影像第一节 镜头第二节 景别第三节 角度第四节 画框与构图第五节 运动第六节 光线第七节 色彩第八节 场面调度第九节 影视广告影像的特性第三章 作为影视广告的声音第一节 人声第二节 音效第三节 音乐第四节 声画关系第五节 影视广告声音的特性第四章 作为影视广告的剪辑第一节 蒙太奇第二节 剪辑的基本原则第三节 电影的时间与空间第四节 影视广告剪辑的特性参考书目后记

<<影视广告视听语言>>

章节摘录

第一章 影视广告视听语言导论 视听语言被认为是20世纪以来的主导性语言。

视听语言是在以电影、电视、电子游戏，互联网络等为主的视听媒体在当代社会极度繁荣以及相关视听技术高度发达的局面下生成、定型并体系化的。

视听语言是电影、电视等传媒用以表达思想、传达感情、完成叙事的手段，是一个完整的科学体系、学习、研究、分析视听语言，我们拟从影像、声音、剪辑3个角度着手。

影视广告作为影视学和广告学的一个交叉学科，是利用影视的技巧和手段达到广告的目的。

它是在影视视听语言的基础上发展、创新和突破的，它在遵循电影视听语言的规律的前提下有着自己的独特性。

学习目标：了解视听语言的确立及人是怎样感知视觉和听觉的；了解视听语言的构成元素；理解影视广告视听语言的特性。

学习重点：影视广告视听语言与影视视听语言的异同。

· · · · · ·

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>