第一图书网, tushu007.com

<<广告摄影构成>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影构成>>

13位ISBN编号：9787501182114

10位ISBN编号：7501182116

出版时间：2007-12

出版时间：新华

作者：刘杰，宋世佶著

页数：331

字数：260000

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

内容概要

本书阐述了广告摄影学的特征、功能与作用，并尝试构建完整而系统的广告摄影学学科体系。
这个体系包括四个部分：广告摄影的物质构成、人员构成、技术构成和理论构成。
对广告摄影学科体系的各构成部分进行了较为深入地探讨。
　本书理论与实践并重。
在构建理论框架的同时，注重实际操作应用，书中采用了丰富的广告摄影拍摄实例，详述其操作流程、讲解理论依据，展示实用经验技巧，内容翔实，图文并茂，对于广告摄影实践有较强的指导意义。

作者简介

刘杰，1978年生人，讲师。
天津师范大学新闻传播实验中心副主任，主要从事广告摄影实践教学与研究工作，发表《天津师范大学新闻传播实验中心管理模式研究》、《广告摄影实践教学改革初探》等论文若干篇。
开发数字摄影、数字暗房技术等多项实验项目应用于实践教学。

<<广告摄影构成>>

书籍目录

高擎学术理想大旗(代序)第一章 广告摄影概述 第一节　广告摄影的界定 第二节　广告摄影学体系构成 第三节　广告摄影的特征 第四节　广告摄影的功能与作用 第五节　广告摄影师的修养与素质 第六节　广告摄影师的工作流程第二章 广告摄影的器材构成 第一节　器材概述 第二节　照相机及常用摄影附件 第三节　镜头 第四节　滤光器 第五节　感光片 第六节　数字存储 第七节　小型相机 第八节　中型相机　第九节　大型相机　第十节　数码相机第三章 广告摄影的技术构成 第一节　摄影用光 第二节　闪光灯 第三节　曝光控制 第四节　景深 第五节　构图 第六节　传统黑白暗房技术 第七节　图像传输 第八节　数字图像处理 第九节　数字图像输出第四章 广告摄影的题材构成 第一节　广告摄影题材概述 第二节　拍摄实例分析参考书目

<<广告摄影构成>>

章节摘录

广告摄影概述　　第一节　广告摄影的界定　　一、广告摄影的定义　　虽然广告摄影从业者数量众多，但是迄今为止，广告摄影还没有真正形成自己的学科理论体系。
先行者的经验总结与理论阐述还比较零散，尚未构成科学、严谨、系统的学科理论结构，在某些问题上的看法还不够统一，甚至在最基本的问题上，例如关于广告摄影的界定上，还存在分歧。
让我们就从这里出发，踏上通往广告摄影之门的路途。
　　以下列举的几种关于广告摄影的界定，出自近几年出版的广告摄影类书籍：　　专门用于制作广告中摄影图像的技术就是广告摄影。
这是一门为商业整体目标服务的、以图解方式提供信息的摄影，是从属于广告整体活动的一种表现手段。
　　广告摄影是一门以现代科学技术为基础、影像文化为背景、视觉传达理论为支点，服务于商业行为和目的的摄影，它不同于其他门类的摄影，它既不以审美作为最终目的，也不以反映摄影者的个人情感和思想为主旨，而是以传播商业信息和广告意念为主要动机，以迎合消费者情趣，达到促销目的。
　　广告摄影是以传播广告信息为目的，以摄影艺术为表现手段的一门专业摄影。
　　广告摄影是通过摄影手段以平面图像为主要传播方式的广告宣传。
其中媒体主要有报纸、杂志、招贴、样本、户外设施、网络等。
　　以上几种界定分别对广告摄影的技术基础、文化背景、理论支点、终极目标、摄影技术和摄影艺术的关系、广告摄影的归属和功用等角度进行了阐述，侧重点各不相同。
那么，有没有一个能让大家广泛接受的界定呢?我们尝试做一个分析。
　　从归属上看，广告摄影首先是摄影的一个门类，它的物质基础、技术原理、画面语言的运用等都必须遵循摄影的一般规律。
同时广告摄影又是广告活动的一部分，广告摄影活动的成果——广告照片是广告对摄影的最终索求物，因此，广告摄影涉及的所有工作都要明确地为广告目的服务。
　　……

第一图书网, tushu007.com

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