

<<摄影师>>

图书基本信息

书名：<<摄影师>>

13位ISBN编号：9787504597809

10位ISBN编号：7504597805

出版时间：2012-7

出版时间：中国就业培训技术指导中心 中国劳动社会保障出版社 (2012-07出版)

作者：中国就业培训技术指导中心 编

页数：182

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

《国家职业资格培训教程：摄影师（广告摄影）》由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

书中内容根据《国家职业标准·摄影师》（2007年修订）要求编写。

是摄影师（广告摄影）初级、中级、高级，技师、高级技师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书介绍了摄影师（广告摄影）初级、中级、高级、技师、高级技师应掌握的技能要求和相关知识，涉及识别摄影设备、影室拍摄、准备摄影设备、拍摄吸光体产品、拍摄反光体透光体产品、拍摄广告人物、拍摄复合型产品、拍摄创意性广告、拍摄模特与产品、广告摄影的整体控制等内容。

书籍目录

第一部分初级摄影师 第1章识别摄影设备 学习单元识别摄影设备 第2章影室拍摄 学习单元1拍摄简单静物 学习单元2拍摄广告人物习作 第二部分中级摄影师 第3章准备拍摄设备 学习单元广告摄影的器材管理和准备 第4章拍摄吸光体产品 学习单元影室拍摄吸光体产品 第三部分高级摄影师 第5章拍摄反光体、透光体产品 学习单元1影室拍摄反光体产品 学习单元2影室拍摄透光体产品 第6章拍摄广告人物 学习单元1影室拍摄服装模特 学习单元2影室拍摄模特与产品结合的广告 第四部分摄影师技师 第7章拍摄复合型产品 学习单元拍摄复合型产品 第8章拍摄创意性广告 学习单元1广告的创意与拍摄 学习单元2计算机后期图像处理 第五部分摄影师高级技师 第9章拍摄模特与产品 学习单元1拍摄模特与产品结合的创意广告 学习单元2拍摄大型物体 第10章广告摄影的整体控制 学习单元广告摄影的整体控制

章节摘录

版权页：插图：一、电脑软件后期图像处理 由于广告创意与主题需要，电脑技法被越来越多地应用于广告摄影中，它以数码相机、扫描仪为图像的数字转化工具及输入设备，以打印机为终端输出设备，并结合强大的图片编辑、修整、存储等功能协助广告摄影师更好地完成作品。

现以Adobe公司推出的图像编辑软件Photoshop为例，概括一下电脑特技在广告摄影中的应用：1.图片的储存 强大的图片存储功能是图像数字化后的一大优势，最卓越的图像数字转化工具是扫描仪和数码相机，通过它们可以将原物理图像用数字形式进行像素记录。

并且，根据不同的需求，还可以选择不同类型的存储格式，如：节省空间的压缩格式，高质量色彩的彩色扫描格式，以及支持摄影作品在网上交流传递的跨平台格式等。

2.图片的修整、编辑 图像中的亮度值、对比度（反差）、饱和度、明亮度等色彩值直接影响着作品的整体效果，而摄影者可使用Photoshop等专业的图像编辑软件使图片的后期处理更趋完美。

比如在一幅摄影作品中，图像没有足够的亮光和阴影，就可以利用电脑软件，通过鼠标拖动一个代表亮度与反差的滑块重新定义数值而使图像达到预想效果。

同样，拖动相应的滑块，就能改变图像的色调饱和度以及亮度值，或者利用软件上专门的暗室工具进行光影效果的处理，校正曝光。

利用电脑处理图片的另一优势是它天衣无缝的图片局部修复和局部调色功能。

电脑将扫描的图像进行色彩通道分区，改变要修复部位的色调值或利用图像工具进行“植皮”，便可恢复原图像的完美效果。

3.图片的合成 将一个实体从图片中采选出来，粘贴合并到另外一张图片的背景环境中，是电脑特技在广告摄影中较常用的一种合成技法。

另外，不同的实体还可以通过图片合成，形成一个新的中间体。

由两张以上图片合成的作品，必须由摄影师预先设计好合成以后的效果，才能使作品自然生动，有整体感。

4.影像变形 利用Photoshop等电脑软件，还可给图片添加虚拟滤镜，产生千变万化的变形效果，如：动感模糊、彩铅效果、马赛克、浮雕、挤压、旋转、放射等。

编辑推荐

《国家职业资格培训教程:摄影师(广告摄影)》由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写,是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

书中内容根据《国家职业标准·摄影师》(2007年修订)要求编写,是摄影师(广告摄影)初级、中级、高级、技师、高级技师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

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>