

<<商业摄影>>

图书基本信息

书名：<<商业摄影>>

13位ISBN编号：9787539820903

10位ISBN编号：753982090X

出版时间：2009-9

出版时间：安徽美术出版社

作者：苏民安，苏溯 著

页数：90

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>

<<商业摄影>>

前言

装潢设计系的课程主要由四大部分组成：第一部分是入学第一一年里的造型基础课，包括素描、色彩、图案以及构成课等；第二部分是二年级进入专业设计学习前的设计基础课，包括视觉表现、空间表现、色彩设计、传统及现代艺术课等；第三部分是三、四年级的专业设计课程，包括广告设计、插图设计、包装设计和书籍设计等，该部分课程基本上还是属于以实践为主、理论为辅的需要动手操作的类型；第四部分是以讲授为主的理论课程，包括视觉传达、平面设计概论、广告概论等。

当学生进入四年级后可以有四个发展方向的选择，分别是广告设计、书籍设计、包装设计和插图设计等。

方向的划分主要是出于对目前社会职业现状的考虑。

其实，尽管平面设计的范围比较大，但无论设计思路、表现过程还是最终结果，各个专业之间仍有许多相似或共同之处。

该套教材是针对装潢设计系三年级学生的专业设计课程，希望学生通过对这些课程的学习能获得平面设计的一般知识和基本要领，并根据兴趣做出进一步的选择，积累更加个人化的工作经验，找到更有特色的表现方法。

近年来艺术教育事业的快速发展，对本专业教学提出了更高的要求，而关于教学理念、办学方针、培养目标和教学方法的讨论也一直都在进行。

本学期以来，经过多番研讨和论证的新教学结构已经确定。

在重新规划和安排了四年的课程之后，目前每门课程的目的、要求和授课方法等各个环节都在紧张地制订。

同时，参与该套教材编写的教师大都也是这些课程的实践者，他们的研究成果会在教材中有所体现，相信这些新的思考和新的观点一定会对学生有所启发和帮助。

实际上，对于每一门课程的目的、要求和授课方法的改进始终都在进行，这些一直处于一个动态、变化的过程中。

有观点认为教学内容应该是相对固定的，不过从目前的情况来看，这个“固定”的时间并不太长，也许这正反映了当今社会快速发展的特点，其中的优劣现在还很难说清楚。

但是不论怎样，有一点是肯定的，教师们都很热爱自己的专业，也把大量的精力投入到日常的教学工作中，如果不是这样，恐怕就很难看到这套倾注了大量心血的专业设计课教程了。

也许称该系列为“教程”并不十分确切，我们的愿望是尽可能以较少的文字将每门课程的目的、内容、方法和要求写清楚；同时，再尽可能以较多的图片和设计实例让广大读者形象化地获得认识，以便较清楚地理解这些课程，如同在校一样身临其境。

另外，在此要感谢每一位为本套丛书提供图片和作品的同学！

<<商业摄影>>

内容概要

装潢设计系的课程主要由四大部分组成：第一部分是入学第一一年里的造型基础课，包括素描、色彩、图案以及构成课等；第二部分是二年级进入专业设计学习前的设计基础课，包括视觉表现、空间表现、色彩设计、传统及现代艺术课等；第三部分是三、四年级的专业设计课程，包括广告设计、插图设计、包装设计和书籍设计等，该部分课程基本上还是属于以实践为主、理论为辅的需要动手操作的类型；第四部分是以讲授为主的理论课程，包括视觉传达、平面设计概论、广告概论等。

当学生进入四年级后可以有四个发展方向的选择，分别是广告设计、书籍设计、包装设计和插图设计等。

方向的划分主要是出于对目前社会职业现状的考虑。

其实，尽管平面设计的范围比较大，但无论设计思路、表现过程还是最终结果，各个专业之间仍有许多相似或共同之处。

该套教材是针对装潢设计系三年级学生的专业设计课程，希望学生通过对这些课程的学习能获得平面设计的一般知识和基本要领，并根据兴趣做出进一步的选择，积累更加个人化的工作经验，找到更有特色的表现方法。

近年来艺术教育事业的快速发展，对本专业教学提出了更高的要求，而关于教学理念、办学方针、培养目标和教学方法的讨论也一直都在进行。

本学期以来，经过多番研讨和论证的新教学结构已经确定。

在重新规划和安排了四年的课程之后，目前每门课程的目的、要求和授课方法等各个环节都在紧张地制订。

同时，参与该套教材编写的教师大都也是这些课程的实践者，他们的研究成果会在教材中有所体现，相信这些新的思考和新的观点一定会对学生有所启发和帮助。

实际上，对于每一门课程的目的、要求和授课方法的改进始终都在进行，这些一直处于一个动态、变化的过程中。

有观点认为教学内容应该是相对固定的，不过从目前的情况来看，这个“固定”的时间并不太长，也许这正反映了当今社会快速发展的特点，其中的优劣现在还很难说清楚。

但是不论怎样，有一点是肯定的，教师们都很热爱自己的专业，也把大量的精力投入到日常的教学工作中，如果不是这样，恐怕就很难看到这套倾注了大量心血的专业设计课教程了。

也许称该系列为“教程”并不十分确切，我们的愿望是尽可能以较少的文字将每门课程的目的、内容、方法和要求写清楚；同时，再尽可能以较多的图片和设计实例让广大读者形象化地获得认识，以便较清楚地理解这些课程，如同在校生一样身临其境。

另外，在此要感谢每一位为本套丛书提供图片和作品的同学！

<<商业摄影>>

作者简介

苏民安，出生于上世纪50年代，早年毕业于中央工艺美术学院装潢系，后任教于中央工艺美术学院（现为清华大学美术学院）。

曾任清华大学美术学院摄影教研室主任，中国摄影家协会理事，中国摄影函授学院副院长等。

苏溯，1981年生于北京。

1999年至2003年就读于北京大学国际关系学院，2006年硕士毕业于北京电影学院。

2006年至今，任教于北京服装学院艺术设计学院摄影专业。

<<商业摄影>>

书籍目录

概述第一章 商业摄影基础知识——摄影器材第一节 照相机第二节 镜头焦距的选用第三节 镜头光圈和镜头景深第四节 滤光镜第五节 感光材料第二章 商业摄影基础知识——基础技法第一节 正确使用照相机第二节 曝光技法第三节 暗房技术第三章 商业摄影布光技法第一节 摄影棚第二节 照明灯具第三节 摄影造型光的性质第四节 布光的基本规律第五节 测光与曝光控制第五章 广告模特的拍摄第一节 吸光体、半吸光体商品的拍摄第二节 反光体、半反光体商品的拍摄第三节 透明体、半透明体商品的拍摄第四节 复合型商品的拍摄第六章 商业摄影与数字技术第一节 选择模特儿至关重要第二节 创意与表现第三节 广告模特儿的拍摄技巧第七章 创意与表现第一节 传统摄影的局限与数字摄影的优势第二节 商业摄影数字系统的使用第三节 数字图像的后期制作第一节 创意是广告成功的决定性因素第二节 商品广告的创意与表现第三节 劳务和观念广告的创意与表现第八章 作品欣赏第一节 经典作品赏析第二节 创意作品赏析

<<商业摄影>>

章节摘录

第二章 商业摄影基础知识——基础技法 第一节 正确使用照相机 一幅摄影作品的完成需要正确使用照相机和掌握曝光技法。

照相机的品种五花八门,使用的方法也各不相同。

但相机的操作程序大体一致,对于具体相机的操作方法,必须仔细阅读说明书才能掌握。

一、拍摄前的准备工作 1.备好电池:现代照相机几乎都是机电一体化的产品,要想正确使用相机,首先必须正确使用电池,这是指电池的尺寸、电压与特性应符合相机的要求。

在外出拍摄之前,必须检查电池的电量,及时充电,带足备用电池。

还应注意电池要成组使用,成组更换;切勿反置;备用电池要用塑料袋包装,以防短路。

2.调整相机的拍摄模式:拍摄模式是指相机测光、曝光、调焦、输片、闪光灯等系统的工作方式。

在机械快门手动曝光的相机与中低档的傻瓜相机中,各系统只有一种工作方式,无需调整。

在中高档的相机中多数应预先调整如下的工作模式: 调节测光模式:一般优先选择“多分区测光”或“偏中心重点测光”。

调节曝光模式:缺乏摄影经验时建议优先选择“程序曝光”模式,专业拍摄一般选用手动模式。

调节调焦模式:在自动调焦的单反相机中,一般首选“单次调焦”模式或智能自动调焦模式。

调节输片模式:一般情况下选“单次输片”模式。

当相机设有重置按钮(标有“R”、“RESET”,或“P”等标记),按动此钮,相机即自动按以上方式设置。

当相机模式选择盘上有“人像”、“风光”、“运动”、“微距近摄”等模式代号时,根据拍摄题材选择相应的图标即可设定全部模式。

有经验的摄影者应根据拍摄的内容灵活地选择各种操作模式。

3.调节相机的参数:具有测光功能的相机必须设定胶片感光度。

现在多数135胶片的暗盒上都印刷了“DX”编码,若机身的暗盒仓中可以见到小触点,则这些触点与暗盒上的DX编码接触,即可自行设定胶片感光度。

若使用无识码功能的135相机或120相机,均需手动输入感光度。

使用手动曝光模式的相机还必须根据景物亮度调节快门与光圈。

通过镜头上的快门调速环或机身上的快门调速盘,调节快门的曝光时间。

相机标注的1、2、4……1/25、250……代表曝光时间,分别为1、1/2、1/4……1/125、1/250秒……每变化一级相差一倍。

手持相机拍摄时,为了防止按快门时相机振动,快门时间不宜长于镜头焦距的倒数。

例如使用50毫米焦距的镜头,快门时间不得长于1/60秒。

多数镜头都是通过转动光圈环调节、设定镜头的光圈。

光圈刻度都按1、1.4、2、2.8、4、5.6、8、11、16、22、32、45、64设计,称为光圈指数。

相邻两档光圈的通光量相差一倍,刻度值越小、光圈孔径越大通光能力也越强。

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>