第一图书网, tushu007.com

<<影视声音传播与创作>>

图书基本信息

书名：<<影视声音传播与创作>>

13位ISBN编号：9787566102577

10位ISBN编号：7566102575

出版时间：2011-9

出版时间：哈尔滨工程大学出版社

作者：倪玲 编

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

本书在介绍广告概念、基本理论和相关广告规律的基础上，着重讲解广告策划的理论、方法及其运用。
以整个广告策划过程为线索，从广告调查与分析、广告市场细分与诉求对象选择、广告市场定位与广告主题确定，到广告创意策略、广告表现与创作策略和广告媒体策略的策划，直至广告效果测评，涉及了广告制作的各个环节。

本书可作为本科院校工商管理、电子商务、贸易经济等相关专业学生学习广告与策划的课程教材，也可以用于高职高专院校市场营销类、管理类、广告类、新闻传播类等相关专业的参考读物，也可作为培训教材和工具书。

第一图书网, tushu007.com

<<影视声音传播与创作>>

书籍目录

第一章 研究对象与意义
第二章 视听媒介的重要元素——影像与声音
 第一节 视听媒介的诞生与发展
 第二节 视听媒介的重要元素
第三章 视听语言基础
 第一节 发明原理——视觉暂留原理
 第二节 视听语言的语法——蒙太奇
第四章 影视声音构成
 第一节 人声(语言)
 第二节 角色语言
 第三节 音响
 第四节 音乐
第五章 声画关系的时空属性
 第一节 画面的时空属性
 第二节 声音的时空属性
 第三节 视听时空
第六章 声画关系的情感问题
 第一节 电影与音乐的距离
 第二节 音乐与画面的情感
第七章 数字技术与影视声音制作
 第一节 影视声音制作的发展
 第二节 运用普通视频制作软件加工个人影视声音作品
 第三节 影视声音剪辑和创作
参考文献
后 记

章节摘录

版权页：第一章 研究对象与意义一、研究对象每门学科都有其研究对象，或者说是研究范畴，本书也是如此。
凡接触到这方面内容的人也必然会提出这样的问题：这是一门什么学科？
它的研究对象和需要解决的基本问题是什么？
通过这些问题的探讨，对我们的实践工作有什么意义？
我们的任务正是要解决这些疑惑，使其更好地引导实践工作，提高我们创作影视作品的艺术和技术修养。
在这里，我们不是讨论音乐的有条不紊或是杂乱无章，也不是讨论各种不同类型音乐是昙花一现还是亘古永恒，我们所关注的是音乐符号与画面运作的节拍，即声音与画面的关系问题。

编辑推荐

《影视声音传播与创作》由哈尔滨工程大学出版社出版。

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