

<<现代广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<现代广告摄影>>

13位ISBN编号：9787806273579

10位ISBN编号：7806273573

出版时间：2000-01

出版时间：东方出版中心

作者：林路

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>

<<现代广告摄影>>

内容概要

内容提要

摄影广告以形象性、直观性和实证性见长，是众多广告中最为常见并受到广泛欢迎的一种形式。

本书从理论和实践的结合上，对现代广告摄影的历史发展、范围与特征、题材与技法、策划与创意等作了简明而系统的描述和说明。

全书既有较为完整的理论构架和思路，又十分注重实用价值和可操作性，且配有将近一半篇幅的照片，是一部可用作教材，亦可供广大广告爱好者学习广告摄影的理想参考书。

<<现代广告摄影>>

书籍目录

目录
序 丁遵新
广告摄影总论
广告摄影的现实地位
广告从文字向图像的转化
广告摄影在商业上的优越性
广告摄影的历史演变
广告摄影的技术发展
广告摄影的形式转变
广告摄影的风格演变
简单写实的广告摄影
广告摄影的情节出现
好莱坞风格的渗透力
小型相机介入广告摄影
战争时代的新纪实
现代高科技与广告摄影
广告摄影的评价标准
广告摄影与艺术摄影
广告摄影的实用功利性
广告摄影的创作要求
鲜明个性与感情振幅
自由空间和技术技巧
广告摄影的范围和特征
根据对象决定创作手法
以理服人的贸易摄影广告
以情感人的消费摄影广告
总体构思与基本表现形式
广告摄影与策划的关系
广告摄影的基本表达形态
主体式的表达方式
寄体式的表达方式
情节式的表达方式
广告摄影的多种表现手法
直接展示法
比喻手法
象征手法
对比手法
夸张手法
蒙太奇拼贴手法
广告摄影的准备工作
选择摄影器材
广告摄影中的135照相机
120照相机的规格种类
645 相机
6×6方画幅相机

<<现代广告摄影>>

6×7相机
6×8相机
6×9相机
大型专业相机介绍
三脚架和其他辅助器材
彩色滤光镜和特殊效果滤光镜
准备专业胶卷
专业胶卷的重要性
胶卷片速与广告摄影
彩色负片与彩色反转片
安排灯光设备
连续性光源的特点
同步闪光灯的優勢
各种灯光的辅助装置
背景和工作台
无缝纸背景与支架
小张背景纸和其他背景
工作台与亮桌的制作
主要静物商品的拍摄技巧
透明体 玻璃制品
玻璃制品的基本布光法
玻璃制品的特殊技巧
反光体 铁器、银器、不锈钢、瓷器
帐篷式灯光照明
其他消除反光技法
粗面作 其他各种静物
物体质感的表现
肌理组合的法则
静物摄影的脱影活
静物组合的優勢
静物摄影的特殊布光技巧
移动光源照明
闪光灯与灯光组合
彩色灯光布置
特殊广告摄影题材
食品广告摄影
表现食品新鲜的方法
食品替代拍摄法
时装广告摄影
时装摄影审美概说
时装摄影的发展与功能
时装摄影的总体分类
实用推销类的时装摄影
艺术欣赏类的时装摄影
时装摄影的拍摄技巧
时装摄影的准备工作
表现时装的质感

<<现代广告摄影>>

鞋帽类的布光技巧
时装摄影与背景
时装模特儿的姿势
户外时装摄影
户外时装摄影的准备
户外时装的外景选择
特技广告摄影
织物图案法
变焦动态法
多次曝光法
闪光频闪技巧
正面幻灯法
幻灯背景法
图案光线投影法
自由光画描绘法
超高速闪光特技
多种拼贴合成
模拟自然景观和气候
模型仿真特技
广告中的人体
人体与广告的特殊意义
人体在广告摄影中的诱导作用
直接法、间接法和借用法
外景拍摄和工业、建筑摄影
现场外景拍摄
外景建筑摄影
工业建筑摄影
建筑内景拍摄
建筑内景照明
广告摄影的创意手法
广告摄影的平面构成
广告摄影的构图要点
广告摄影的色彩安排
广告摄影的立体效应
广告摄影的视觉冲击力
广告摄影的心理基础
广告摄影的风格形成
个人风格与广告摄影
广告设计对摄影风格的制约
商品特征与广告摄影
广告摄影创意基础
广告摄影创意的基本出发点
把握广告摄影意念的条件
广告摄影的创意策划
创意策划的主要目的
创意策划的基本过程

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>