

<<影视广告设计与制作>>

图书基本信息

书名：<<影视广告设计与制作>>

13位ISBN编号：9787811132250

10位ISBN编号：7811132257

出版时间：2010-8

出版时间：湖南大学出版社

作者：邵璐 编

页数：127

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>

前言

世界现当代历史发展表明：一个不重视设计发展的民族是没有希望的民族。因为设计与经济的发展是息息相关的，在很大程度上，设计状况是经济状况的折射！今天，中国经济的持续快速发展，表明了中国设计的发展已具有了一定的基础，并预示着美好的前景！中国的现代设计教育，在经历了二十多年的发展之后，已步入了一个十分关键的时期。这是因为：一方面，我们对西方的设计教育已经历了因袭、学习、撷取等环节和过程之后，正面临着选择适合我们民族心理、民族文化和民族生活的新的设计之路；另一方面，西方发达国家现代设计教育体系的构建和完善，其内在规律和外部规律的具体内涵，需要我们结合本民族的存在时空去学习和把握。

正因为如此，今天中国的设计教育任重而道远，设计教育十分关键或者说是转型时期，作为培养高层次设计人才摇篮的高等院校，人才培养的质量固然取决于办学理念和思路，但具体落实还是在教学上。

众所周知，教学质量的高低取决于教和学两个方面的互动。对于教师而言，是个人的才(智力)、学(知识)、识(见解)和敬业精神；对于学生来说，是学习态度、方法和个人的悟性。

师生之间，能够沟通或者说可以获得某种互补的应该是教材。所以，中外教育，不论是素质教育还是精英教育，都十分重视教材建设。

目前国内设计艺术教材，可谓汗牛充栋，但仍不尽如人意。主要表现在：一是没有体现设计教育的本质特征；二是对于设计和美术的联系与区别含混不清；三是缺乏时代性和前瞻性；四是理论阐述与实践的操作缺乏有机联系。

<<影视广告设计与制作>>

内容概要

本书系统地阐述了影视广告设计与制作的基础知识，包括影视广告的策划、创作、拍摄、后期剪辑的方法、基本流程、表现技巧与制作技术。

本书可作为高等院校设计艺术专业教材，适合影视广告专业学生使用，也可供影视广告爱好者与广告从业人员参阅。

作者简介

邵璐，1970年生，祖籍陕西西安。

西安纺织工学院1993届服装设计专业本科毕业，2001年硕士研究生毕业，1994～1996年留学日本主攻“媒体设计”专业，现任西安工程大学艺术工程学院视觉传达系主任，副教授。

课题《深化艺术设计本科专业教学改革，实施创新人才培养模式——“3

<<影视广告设计与制作>>

书籍目录

1 影视广告概论 1.1 影视广告发展概况 1.2 影视广告媒介的发展 1.3 现代影视广告发展概况 思考与练习
2 影视广告基础 2.1 影视广告的表现要素与分类 2.2 影视广告的制作流程 思考与练习
3 影视广告策划 3.1 影视广告策划的相关概念 3.2 影视广告策划程序 思考与练习
4 影视广告创作 4.1 影视广告创意 4.2 影视广告剧本写作 4.3 示范案例——阿泰宁产品广告片分镜头剧本 思考与练习
5 影视广告构成 5.1 影视广告构成基本单位 5.2 影视广告构成的基本手段 思考与练习
6 影视广告拍摄 6.1 影视广告拍摄基础 6.2 影视广告摄影镜头 6.3 影视广告摄影构图 6.4 影视广告摄影用光 6.5 影视广告摄影技巧 思考与练习
7 影视广告后期剪辑 7.1 影视广告片的剪辑程序 7.2 影视广告片的影像采集 7.3 影视广告的非线性编辑 7.4 影视广告的声音处理 思考与练习
8 影视广告效果评价 8.1 影视广告效果测试指标 8.2 影视广告效果测试原则 8.3 影视广告效果测试方法 8.4 示范案例——泰达形象宣传片分镜头脚本 思考与练习
参考文献

章节摘录

可以在一个镜头内实现画面景别的变化。

变焦距镜头可以和摇、移、升降等其他运动镜头相结合，形成综合性运动镜头。

可以完成急推和急拉，形成特殊的运动节奏。

6.3 影视广告摄影构图 影视摄影通过画面形象来表达内容和主题，画面形象则来源于生活本身，生活本身就是一个鲜活的画面。

运用各种造型手段，对现实中的形象进行提炼、加工，最终创造出能传达一定意义的视觉造型形象，完成这一造型任务的主要手段之一，就是进行影视构图。

6.3.1 画面布局的基本因素 (1) 影视构图的概念 所谓影视构图，是指在一个相对固定的摄影画面中，依据一定的内容和视觉美感要求，将要表现的被摄对象及各种造型元素进行有机、合理的布局。

在影视画面造型过程中，拍摄一个画面(或一个镜头)时，由于摄影机的运动和被摄主体的调度，往往会在一个画面中形成多构图和运动构图的情形：画面结构因为主体的运动或摄影机的运动而发生连续或间断的变化。

多构图和运动构图是影视艺术所特有的造型方式。

(2) 影视画面布局的组成因素 构成影视画面的主要因素有：主体、陪体、前景、后景、背景等。

在这几个主要对象之外，还有画面上的空白部分。

根据画面景别的不同，以及影视广告的创作要求，上述的主要因素在画面中并非都要出现，有时可能只会出现一两个因素。

画面构图布局的过程，实际上就是将上述的诸因素进行合理的搭配，精心选择，准确处理，从而使画面能够形成主次分明、表达清晰的影像语汇。

6.3.2 画面布局的基本因素位置安排 当确定好摄像机位，准备拍摄某一个场面时，镜头对准被摄对象，这时首先要确定的就是把主体处理在画面的什么位置上。

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>