

<<广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影>>

13位ISBN编号：9787539818221

10位ISBN编号：7539818220

出版时间：2008-5

出版时间：安徽美术出版社

作者：余源 编著

页数：200

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>

<<广告摄影>>

内容概要

长江艺术与设计学院办学宗旨是以中国文化为本，以国际先进新观念为基础，以具前瞻性的视野，开放的态度，跨领域的学习，培养能心手合一的创意人才。

我们致力改革专业方向，调整学科结构，重新编写课程大纲，增强教学队伍，提升原师资创新观念，研发实验性课程，变老师是主导为师生互动研习。

拒绝标准答案，培养独立思辨能力，使学生成为具有自主创新能力的人才。

这套《长江新创意设计丛书》集中了编者的教研成果，作为长期出版计划，将逐年出版汇成书系，包括新课程的实验、专业教学的论述和硕士生专题研究等题材。

本书为该套丛书的第三册，主要介绍广告摄影的基本知识。

<<广告摄影>>

书籍目录

第一章 摄影的视觉 第一节 摄影的产生对视觉艺术的冲击 第二节 摄影的眼睛和距离第二章 广告摄影的视界 第一节 如何理解广告摄影 第二节 广告摄影的现实工作流程第三章 角度无限意念有迹 第一节 了解你的拍摄对象 第二节 关于联想第四章 准备广告摄影 第一节 确定拍摄对象 第二节 器材使用与条件限制 第三节 光的基本常识 第四节 拍摄前辅助工具的准备第五章 建立自己的评价体系第六章 以对比的方式拍摄——典型性物品 第一节 表现金属 第二节 表现玻璃 第三节 学生例作后记

章节摘录

第一章 摄影的视觉 第一节 摄影的产生对视觉艺术的冲击 翻开人类的艺术史我们知道，由不同的种族贡献出的千姿百态的辉煌画面，在我们的眼中缔造出这世界上每一个民族骄傲的过去。

在这众多如繁星般的历史画面之中，我们可以目睹到东方、西方，中东、非洲、印地安等等诸多不同文化的风貌，追求表现现实生活的，描绘未知冥界的，关注表现精神世界的，等等，同一个世界中的文化艺术竟有如此多的不同。

但从另一个角度去观察，我们就会发觉，这所有的艺术形式都在尽其所能地描绘“自然”。由于地域的差别、气候的差别、物产的差别养育出文化的差别，才令被描绘的“自然”有了这样那样的“形式”区别，并且形成不尽相同的乃至有些迥异的文化体。

而不同的文化体的文化表征都不约而同地选择了以“可见”之物作为他们表现观念的语汇，即便是天空中的行星也会被冠以地球上物种的名字（如星座说、星宿说）。

我们身处的“世界”（自然）就是我们人类的文化艺术表现的语汇资源，区别只是不同描绘的方式、方法以及期望与祈盼。

但是这一切随着1580年一个可以通过小孔记录景物的盒子的出现，逐渐改变了。这一新事物的影响首先体现在欧洲的绘画领域。

“在西方的艺术中，绘画总是画在建筑的顶部……随着暗箱的出现，在画架上作画也盛行起来。”（霍克尼）此时的暗箱还不是现代意义上的摄影，但是其基本原理是一样的，直至今日也未改变。

.....

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>