

<<广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影>>

13位ISBN编号：9787544414906

10位ISBN编号：7544414906

出版时间：2008-6

出版时间：上海教育出版社

作者：林路

页数：227

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

《广告摄影》力图以涵盖面广、系统完整以及资料新颖为主要特点。教材涉及广告摄影和传播的各个层面，并试图将广告摄影与数码技术紧密结合，给学生以较为广泛和全面的相关知识，同时结合中外广告摄影的实例，以生动的图文获得更为有效的教学效果。

<<广告摄影>>

书籍目录

上篇 广告摄影的流变与观念 第一章 百年回眸——广告摄影史海钩沉 一、摄影术的诞生与广告摄影 二、广告摄影观念和风格产生 第二章 视觉撞击——广告摄影的准确定位 一、广告摄影的社会文化定位 二、缤纷多彩的广告摄影空间 三、从隐秘心理进入创意实践中篇 广告摄影的软件与硬件 第三章 数码空间——广告摄影新的基点 一、从技术角度迎接新的时代 二、数码摄影的基本原理与优势 三、数字化的器材和工作原理 第四章 得心应手——广告摄影专业设备 一、相机、镜头以及常用附件 二、照明设备与基本布光常识下篇 广告摄影分类拍摄技巧 第五章 基础设施与常规处理 一、工作场所及作业方式 二、广告摄影的技术要点 第六章 广告摄影的各类题材 一、食品饮料的视觉转换 二、生活用品和家具展示 三、家用电器的现代景观 四、工商环境和机械设备 五、工商人像的形神兼备 六、时装摄影和广告人体 终篇 广告摄影的传统与数码文化 第七章 视觉盛宴——图像的传统与出路 一、面对过去珍惜图像的艺术传统 二、面向未来拓展视觉图像的魅力 第八章 比特传播中“我”的身影 一、数字化传播中“我”的身影 二、我们真的会向广告摄影说再见？

章节摘录

上篇 广告摄影的流变与观念 第一章 百年回眸_广告摄影史海钩沉 如今看来,广告和摄影的结合,是一桩百年好合的姻缘。尽管在这之前,广告和绘画乃至文字的恩恩怨怨天长日久,但是不管从哪一个角度审视广告发展的历程,摄影术的诞生对于广告传播的影响力都是不容置疑的。尤其是摄影以其与生俱来的技术特征和纪实优势,不仅简化了绘画的复杂技巧,更重要的是能获得更为真实的图像,从而大大提高了广告的传播速度和真实性。然而从摄影的诞生到真正运用于广告领域,却是经过了几十年的演变过程和准备工作。回顾这样一段看似自然实则艰辛的发展历程,对于当代广告摄影的现状和发展趋向的理解,可能是无裨益的。

一、摄影术的诞生与广告摄影 (一) 感光方式的发展带来的变革 这是一个在摄影史上值得纪念的年代——1826年,法国科学家尼埃普斯通过白色沥青的光硬化的方式,选择了装有透镜的画箱,第一次尝试了被他称为“日光摄影法”的塞验。尽管当时的影像还很粗糙,根本无法用于广告宣传,但是却在摄影介入广告业的天空中留下了第一缕苍白的光芒。

尼埃普斯的“日光摄影法”由于对光线的灵敏度过低,还难以进入实用阶段。这时,法国巴黎的画家、舞台设计师达盖尔写信给尼埃普斯,表示愿与他合作,共同探索并完善“日光摄影法”。

然而,固执的尼埃普斯不愿接受达盖尔改用银盐做进一步试验的主张,从而使实验一直得不到有价值的进展。

1833年尼埃普斯去世,达盖尔终于有机会改进了尼埃普斯的试验方式,最终缩短了图像的曝光时间并大大提高了图像的清晰度。

1837年5月,达盖尔终于使摄影的实用成为现实。他把自己的银版摄影法命名为“达盖尔式摄影法”。

.....

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>