

《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

出版社：安徽美术出版社

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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

《广告摄影:被消费的视觉》内容简介：当今我国以自主创新作为建设创意大国的国策，改革艺术与设计教育是重要的工作。自从我国推行改革开放路线以来，经济改革成就显著，现代设计教育得以发展，在20年间迅速地进步，成功地从工艺美术改变为设计专业教育。但可能是发展过急，欠缺充足的时间与长远的策划，没有按部就班地进行实验与实践，设计教育还是重技艺而轻创意，沦为种短视的职业训练。近十年来，这种设计教育无限地膨胀，全国大专院校无不开办设计课程，疯狂扩招，争相建造堂皇的教学殿堂，热衷于引进新科技硬件，基础课程停留在上世纪80年代的模式，师资难求大部分教师缺乏专业实践难以向学生传授专业经验。这种现象是我国创意教育大危机的预兆。

《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。

.....

精彩短评

- 1、一般般啊
- 2、玩摄影千万不要被摄影玩

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:www.tushu000.com