

专业实践总结和教学案例

王 乾

从 2020 年 7 月 15 号开始,经过一个多月的企业实践工作,让我从一名学校老师转型到企业作为一名设计师,真正的去体验实战,接触社会,进行项目实战,对接客户,方方面面都进行了有益的尝试,得到了实践的目的性,做到了实践的要求,虽然在疫情期间,有的企业项目相对较少,但是利用仅有的几次实践项目,可以让自己真正的了解企业用人要求,对岗位的要求,对效率的要求,对质量的要求,对客户了解,对完成一个项目需要考虑周全的把控,以及团队协作的高效沟通等等方面,使得自己得到了很好的锻炼和成长,可以对学校的教学起到了一定的推动和提升,更加明确教学任务和企业要求,按照企业要求来相应的调整教学策略。

在实践的岗位中接触最多的就是一个项目的前期分镜头绘制和拍摄场地的布置和辅助摄影师进行拍摄。这让我更加了解商业广告拍摄的重要性以及商业广告摄影的作用。

商业摄影主要是在 20 世纪发展起来的,其形态是随着印刷媒介的制版技术发展而不断趋于完善的。在摄影发明以后的 50 年间,摄影仍难以进入广告领域。其主要原因是摄影复制技术还没有取得满意的质量,摄影的传播只能依靠简单的复制技术,因此,难以在更为广阔的空间里传递图像的信息,再加上成本昂贵,一般广告商还不能承受。

在当下网络时代以及电商不断竞争激烈,促销手段千变万化,始终都对商业广告拍摄需求不断,各类广告争奇斗艳,令人目不暇接。然而,众多的广告媒体中,就整体而言,没有哪一种媒体可以和商业摄影匹敌。无论室内、室外,报纸、杂志,车身柱体,彩旗灯箱,直邮网络,商业摄影几乎是无处不在。与其他媒体相比,商业摄影的直观性、丰富性、传播力和美感皆胜一筹。即便是被称为“超浓缩、超时空、超强表现力”的电视广告,比起商业摄影也只是多了动态和声音,在时效性、便捷性、经济性诸多方面也明显逊色。

商业摄影直观、丰富的传播特质在争夺眼球的混战中是独具优势的,只是由于创意不足,众多商业摄影作品显得不尽如人意。直白多,意蕴少;模仿多,创新少。

商业摄影是一门专业技术,对不同的被摄题材有着不完全相同的专业化技术处理方法,如拍摄建筑物就需要有与拍摄服装或者拍摄食品完全不同的布光形式和拍摄技巧,而且各自表现的重点也不相同。

商业摄影包括很多种类,分类的方法也根据角度的不同而不同。掌握和了解商业摄影的分类,有利于商业摄影师从整体上把握各类题材的特征,从而更加深入地研究广告摄影的技术方法、运用特点和宣传作用,也有利于摄影爱好者了解和学习商业摄影。从拍摄技术的角度对被摄对象进行分类,可以分为时装摄影、室内摄影、建筑摄影、食品摄影、商业静物摄影、大型机械摄影和风光摄影这七类。这种分类方式基本上可以满足对不同被摄对象进行归类的需要,是一种被商业摄影制作人员普遍接受的分类方式。建筑摄影中大画幅照相机或者移轴镜头被广泛使用,主要目的是纠正透视变形。

商业摄影作为商业整体活动的一部分,有着其必须符合商业行为的设计要求。因此,也可以按照广告对象各不相同的设计特点以及所接触的不同类型的客

户进行归类，将其分为产业摄影、服务摄影和消费品摄影三类。消费者是通过同具体的广告媒体接触来接受摄影图片的。商业摄影的表现手法一直在不断地更新和变化。总的来说，商业摄影按照其传递信息的方式主要可以分为写实性商业摄影和写意性商业摄影两大类。

超现实主义手法主要运用特技摄影、暗房特技或电脑技巧，将作品中的影像加以夸张、变形或重新组合，创造出一种现实与臆想、具象与抽象相混合的荒诞、神秘的境界。运用超现实主义手法表现的广告作品不仅视觉冲击力强，而且发人奇想、耐人寻味。印象派手法受印象派绘画影响，采用“软调摄影”，追求模糊、朦胧的效果，容易使照片充满浪漫、超凡的气息，一般多见于时装、化妆品等广告摄影中。象征主义表现手法是将商品本身不易引发的或用文字不易表达清楚的一些较为抽象的意念用具体形象的东西表现出来。这种表现手法需要合理的象征和深刻的立意，否则会弄巧成拙。下面分门别类的说下商业摄影中的不同摄影的要求和注意事项。

一、时装摄影

时装摄影按照使用目的的不同，可以粗略划分为商品目录类和高级时装类两个类别。时装摄影的最大特点在于需要用模特来表现时装的款式、颜色和使用状态，因而时装的拍摄是从选择模特开始的。

商品目录类时装摄影在选择模特时是以顾客为参照对象的，模特的表情和动作寻常易见，发型也按照流行的样式设计，其体形和身高应该是典型的普通妇女。服装摄影的客户，即服装厂商和零售商都想让顾客在各方面与画面中的人物和服装有针对性地联系起来，以符合他们的销售策略。

由于在时装摄影中所拍摄的商品目录类时装大部分不是适时穿着的，通常都是提早一至两个季节进行拍摄，以补偿商品样本的印制和发行的时间差，这就可能会在炎热的夏季拍摄冬装或者在寒冷的冬季拍摄夏装。如果是在摄影棚内进行拍摄，可以借助空调对工作环境的温度进行调节，但在外景地拍摄时，就不能进行这种调节，因而更要缩短模特摆姿势的时间，他们不可能在错季的工作环境中坚持很长时间。

二、食品摄影

拍摄食品的最大特点是正式拍摄的过程非常短暂，因为许多食品，特别是烹饪食品和冷饮等每时每刻都在发生着变化。所以，在对焦、布光时，可以用一个替代物品代替，正式拍摄时再换上实物。电子影室闪光灯对食品摄影非常重要，它短促的发光时间可以极大地缩短曝光时间，可以“凝固”住升腾的热气，也可以排除白炽灯具温度高而使冰激凌、雪糕等食品融化的缺点。

摄影师必须自始至终地正确把握被摄食品的联想效果。被摄食品所处的环境是引导观众联想的主要线索，可以赋予食品各种不同的含义。例如，在河边的花草丛中放上鲜果和美酒，就容易使人联想起夏日度假的浪漫情调；一些具有民族特色的食品，也只有在典型的地理环境下，才会显示出其特性。

此外，在拍摄食品时，还要考虑该画面的阅读对象，要让画面适合各种不同媒体的具体要求。一般实用性比较强的书籍中菜谱的画面，应当用比较朴实的风格来表现，食品或者菜肴的所有用料都必须标示清楚。罐头及包装食品的标贴画面例外，可以采用较为大胆、活泼的表现方式，如用风景或富于装饰性的背景来指示这一食品的来源，或者结合绘画手法使其达到超现实的表现效果。

同样道理，在拍摄酒类和饮料时，也需要将吸收光线的液体进行必要的调整，或者略微兑淡，或者调入少许颜料。凡此种种，在进行食品拍摄时，食品的烹饪

和加工技巧是不能尽数的。

三、室内摄影

商业摄影中室内的拍摄主要是用于展示购物、休闲、餐饮、娱乐等室内环境的宣传小册子中。尽管室内环境也属于建筑物的一部分，但是这两者在拍摄特点和技术处理手段上有很大的不同。拍摄室内环境和陈设时，主要考虑的问题是照明。室内环境的照明基本上是人造光线，各种不同的灯具所发出的光线的色温也各不相同。

拍摄室内环境应考虑的另一问题是拍摄时的视点和取景范围。如果所拍摄的画面是用于一般性说明的，如用于说明生活或者工作环境的画面，应将视点设定在普通人站立时眼睛的高度。取景范围主要取决于镜头的视角，虽然广角镜头是拍摄室内环境的基本设备，但使用视角大于 95° 的超广角镜头就很难控制画面的透视效果，除非有表现上的需要，一般要慎用超广角镜头。标准广角镜头是取得符合视觉习惯的画面所不可缺少的器材，这类镜头的拍摄视角一般在 $60^\circ - 70^\circ$ 。

四、建筑摄影

商业建筑物摄影画面的应用范围相当广泛，公司和机构一般多用它来表现本企业的形象、展示场所和相关设备；房产商多用它来推销或者出租楼宇；宾馆饭店利用它来进行商业推销。从由客户所确定的拍摄建筑物的目的来看，有两种类型，即展示建筑物的存在价值和进行房屋交易。对于前者，摄影师应尽量使建筑物体现出令人神往的形象，并尽可能地说明该建筑文化、社会、历史方面的重大意义；对于后者，应清楚地展现建筑物的外观造型、主要的结构和服务事项的特点。

同时对商业广告摄影的分类进行了梳理。

在拍摄建筑物外观时，比较难解决的问题是出现于画面中的人物和车辆，以及电线杆、电线或者背景中不和谐的建筑物等，这些物体可能会破坏建筑物的形象和画面效果。对于画面中无法避开的有碍观瞻的物体，目前只能够在后期加工时予以修饰除去。但是，即便如此，也应该尽量做到一次完成拍摄，节约拍摄和制作的成本。

拍摄建筑物的外貌一般或多或少要包含部分环境，通过这部分环境来说明建筑物的某些特征。在拍摄乡村中的古建筑时，周围的风光也应该成为重要的考虑方面。要争取把古建筑外的美丽景观一起拍进画面中，这样不仅解释了古建筑和环境的状况，而且也表达了被摄对象的乡村特征。如果拍摄的是城市中的一座历史建筑物，就必须了解该建筑物同其附近的建筑物之间有何关系，最好查阅一下有关资料，任何背景资料都有利于判断建筑物的特点。

商业建筑摄影属于应用摄影，也是职业摄影的一部分。在工业社会里，建筑师、业主、出版界、工学界、学术界等需要既优质又符合需要的建筑摄影照片，故建筑摄影的实用价值要高于艺术价值。商业建筑摄影表现的内容十分丰富，要拍好建筑摄影应注意以下几点：

（一）选好拍摄点

建筑物多呈现不同的几何形状，从不同角度观察，其造型、透视以及前景和背景等均会发生明显的变化，因此，选择最能表现建筑物造型的拍摄点尤为重要。适用于商业建筑摄影的拍摄点主要有以下几种：

1. 高拍摄点

在表现建筑群的整体形态及各建筑物之间相互位置关系时，常常选择高拍摄

点，如俯拍建筑群全貌或城市全景等。

2. 低拍摄点

低拍摄点可使建筑物的竖线向上汇聚，能够表现出建筑物的高大特征，同时也增加了建筑物的稳固感。

3. 正面拍摄点

正面拍摄建筑物，有庄严、平稳的感觉，建筑物正面特征明显。要求画面构图庄重、平稳时常常运用这种视角。但正面拍摄建筑物缺乏线条透视和面的变化，画面较为呆板。

4. 侧面拍摄点

侧面拍摄时，建筑物的横线条和竖线条都有明显的透视变化，而且能看到建筑物的正面和侧面，有利于表现建筑物的各角度特征，突出建筑物的立体感，是拍摄建筑物最常用的拍摄点。选择拍摄点不仅要考虑建筑物的表现和造型，还要考虑建筑物周围的环境，以及建筑物前景的取舍等。为了表现建筑物的空间感，常常需要选择一缕树叶、一个房角等作为所拍建筑物的前景，放在画面一角。

（二）光线的选择

不同光线可使建筑物产生不同的造型效果。适用于拍摄建筑物的光线有以下几种：

1. 高位正面光

高位正面光适用于表现建筑物正面的特征，如凉台、拱门、雕刻等，但不利于表现建筑物的整体造型。

2. 高位侧面光

高位侧面光不仅能很好地表现建筑物的表面特征，而且能充分表现建筑物的立体感，是建筑摄影中最常用的光线。

3. 顶光

顶光照亮建筑物顶部，适用于俯拍较大范围的建筑群，这种光线能把建筑群的层次区分出来。

还有一种是人工照射的光线，如在建筑物上方安置射灯照亮建筑物。

（三）滤光镜的运用

建筑摄影中，滤光镜是必备的。因为建筑物在室外，常常需要运用不同的滤光镜调整影调关系，突出建筑物。在建筑摄影中，常用的滤光镜有以下几种：

1. 黄滤光镜

一般的建筑物多为浅灰色或呈暖调的其他浅色，而天空常呈现为蓝色。在黑白摄影中，如果不加用滤色镜拍摄，则浅色建筑物与天空衔接处将无法区别，加用黄滤光镜后可压暗蓝天、突出浅色的建筑物。

2. 红滤光镜

在黑白摄影中，天空被压得很暗，天空与建筑物本身反差提高，加用红滤光镜，可以显著增强建筑物坚实的特征，使主体的线条和色块鲜明地展现出来。

3. 偏光镜

用彩色片拍摄建筑物时，使用偏光镜能压暗天空的蓝色，使建筑物的色调更加鲜明，而且不会改变真实的色彩关系。

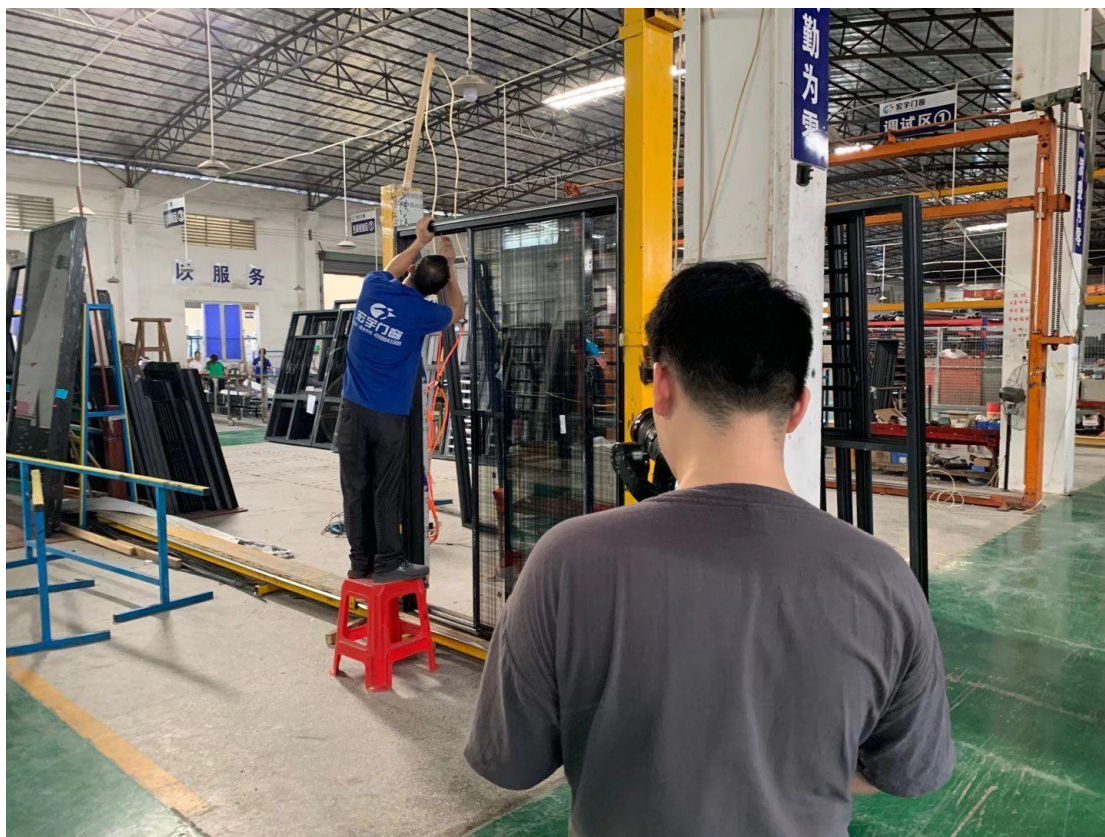
（四）器材的选用

建筑摄影一般追求高反差和高像素画质，因此，宜选用中大画幅的相机，镜头选用标准镜头、广角镜头和超广角镜头。因为这类镜头的视角宽，适用于表现高大的建筑物。

下面是在摄影基地拍摄期间一些工作剧照。有的因为版权原因不便说明品牌。













SUMMER VISION

















