

教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会

规划教材

商业摄影与实训

总主编 林家阳 徐 飞 著

河北美术出版社

《商业摄影与实训》参考课时安排

建议72课时（6课时 × 4天 × 3周）

章节	课程内容		课时
第一章 商业摄影基本概念与基础 (29课时)	现代商业摄影	(一) 现代商业摄影状况与特点	20
		(二) 商业摄影项目实训条件	
		(三) 商业摄影的利器——座机拍摄的意义与操作	
	照片输出—— 传统暗房与明室 数码	(一) 影像基础——黑白胶卷冲洗与黑白照片放大	9
		(二) 数码摄影优势——照片的后期处理	
		(三) 商业摄影的难题——色彩管理	
第二章 商业摄影与实训 (39课时)	人像摄影	(一) 商业人像摄影的特点与发展趋势	12
		(二) 人像摄影技术要素和艺术要素	
		(三) 影室人像摄影布光技巧示范	
		(四) 人像摄影不同影调的拍摄技巧	
		(五) 标准人像证件照与团体照拍摄要点	
	建筑摄影	(一) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄意义	5
		(二) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄要求	
		(三) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄器材与技巧	
	产品摄影	(一) 平面书画作品的拍摄技巧与要求	22
		(二) 立体产品照的拍摄要求与准备	
		(三) 产品的表面结构、形态、颜色和质感的表现	
		(四) 典型质感分类及布光的要求	
第三章 商业摄影欣赏 与评析 (4课时)	视觉的喜悦与新颖/影像与商业广告		4
	幻彩·意象/静物/食品/珠宝		
	光影的乐章/现代建筑摄影/室内空间摄影/家具摄影		
	视觉的极限/汽车摄影		
	妙不可言/创意摄影		

目 录

第一章 商业摄影基本概念与基础

- 一、现代商业摄影 1
 - (一) 现代商业摄影状况与特点 1
 - (二) 商业摄影项目实训条件 5
 - (三) 商业摄影的利器——座机拍摄的意义与操作 12
- 二、照片输出——传统暗房与明室数码 17
 - (一) 影像基础——黑白胶卷冲洗与黑白照片放大 17
 - (二) 数码摄影优势——照片的后期处理 37
 - (三) 商业摄影的难题——色彩管理 44

第二章 商业摄影与实训

- 一、人像摄影 49
 - (一) 商业人像摄影的特点与发展趋势 49
 - (二) 人像摄影技术要素和艺术要素 50
 - (三) 影室人像摄影布光技巧示范 53
 - (四) 人像摄影不同影调的拍摄技巧 56
 - (五) 标准人像证件照与团体照拍摄要点 71
- 二、建筑摄影 79
 - (一) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄意义 79
 - (二) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄要求 80
 - (三) 光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄器材与技巧 80
- 三、产品摄影 84
 - (一) 平面书画作品的拍摄技巧与要求 84
 - (二) 立体产品照的拍摄要求与准备 89
 - (三) 产品表面结构、形态、颜色和质感的表现 91
 - (四) 典型质感分类及布光的要求 95

第三章 商业摄影欣赏与评析

- 一、视觉的喜悦与新颖/影像与商业广告 97
- 二、幻彩·意象/静物/食品/珠宝 103
- 三、光影的乐章/现代建筑摄影/室内空间摄影/家具摄影 106
- 四、视觉的极限/汽车摄影 111
- 五、妙不可言/创意摄影 116
- 写在后面 119



商业摄影基本概念与基础

现代商业摄影

现代商业摄影状况与特点

商业摄影项目实训条件

商业摄影的利器——座机拍摄的意义与操作

照片输出——传统暗房与明室数码

影像基础——黑白胶卷冲洗与黑白照片放大

数码摄影优势——照片的后期处理

商业摄影的难题——色彩管理

第一章 商业摄影基本概念与基础

一、现代商业摄影

(一) 现代商业摄影状况与特点

参考书目一《现代商业摄影技巧》，包文灿，上海科技文献出版社
 《视觉捕手》，逸飞媒体，江苏美术出版社
 《世界现代广告摄影经典》，江苏美术出版社
 《中国商业摄影》，摄影之友工作室编辑，岭南美术出版社

随着社会主义经济建设和对外贸易的不断发展，我国的商品生产日益丰富，花色品种逐渐增多，商业广告摄影已成为宣传商品的重要手段。

在商品流通过程中，广告宣传对传递信息、扩大流通、促进生产、活跃经济、方便人民生活及发展对外贸易等方面，起到了极为重要的作用。因而，越来越受到人们的重视，各种形式的广告直接与广大消费者见面，在市场上竞争。为了推销商品，一些厂家（企业主、经销商）便选中了富有强烈吸引力和感染力的摄影艺术。特别是超级市场出现之后，人们购买货物时，无需售货员推荐而是直接面对商品，在琳琅满目的各种货物中，商品只能靠包装、广告来吸引消费者。因此，广告摄影越来越显出得天独厚的优越性。

现代商业广告摄影作为一种视觉艺术，在我国起步较晚。作为新的艺术宣传手段用在商业宣传上，比之绘画来说，是较年轻的。因此，在创作构思上，不敢大胆创新；在表现手法上，一般化、公式化的现象较普遍。有的单纯地罗列商品，面面俱到，重点不突出，甚至宾主颠倒；对光线的应用上功夫不深，拍出来的广告照片显得平淡而无变化；有的清晰度不够，质感不强，甚至有失物体的真实面貌；色彩配置及背景运用上均缺乏认真研究。

在西方国家，商品已经国际化，整个国家的生活环境犹如一个广告世界，其中，广告摄影占了极大的比例。例如：美国的广告摄影水平比较高，它的拍摄技巧与制作工艺都不是一般水平所能完成的，许多厂商都愿花较高的代价制作广告摄影宣传品（图1-1-1至图1-1-3）；法国的广告摄影最发达（图1-1-4、图1-1-5），从街上的路牌到商店出售的各种商品包装，使用摄影印刷品的占90%左右。这些摄影印刷品广告，画面生动、逼真，大幅的广告摄影作品在全国各地悬挂，效果很好。

在亚洲，近年来进步也很快，具有代表性的是日本。其摄影、印刷水平都相当高，表现手法大胆，照片追求新意，变化较多，具有空间感，并注重主观及个人风格。色彩不像美国、西欧等所惯用



图1-1-1 拍摄：Howard Schatz 美国摄影师
 摘自《视觉捕手》
 编著：逸飞媒体
 出版社：江苏美术出版社



图1-1-2 拍摄：Howard Schatz 美国摄影师
 摘自《视觉捕手》
 编著：逸飞媒体
 出版社：江苏美术出版社



图1-1-3 拍摄: Howard Schatz 美国摄影师, 摘自《视觉捕手》, 编著: 逸飞媒体, 出版社: 江苏美术出版社



图1-1-4 拍摄: Gaetan Caputo 法国摄影师, 摘自《视觉捕手》, 编著: 逸飞媒体, 出版社: 江苏美术出版社



图1-1-5 拍摄: Raya Meerzoumen 法国摄影师
摘自《视觉捕手》, 编著: 逸飞媒体
出版社: 江苏美术出版社



图1-1-6 摘自《世界现代广告摄影经典》
出版社: 江苏美术出版社

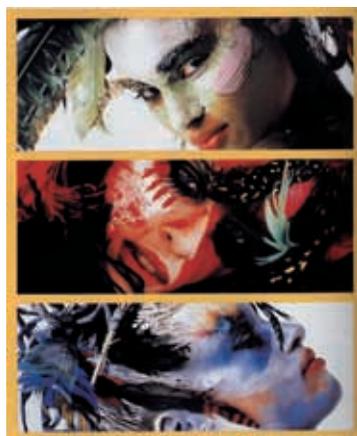


图1-1-7 摘自《世界现代广告摄影经典》
出版社: 江苏美术出版社

的浓烈,较多的是淡雅色调。香港的广告摄影,人才以年轻人居多,他们接受了中西相互参差式的教育,思想比较自由开放,其作品的水平也很高,广告业也非常活跃。从中国台湾、韩国以及东南亚等地区的广告摄影作品看,和香港特别行政区类似,但都保持着本地区民族的传统及民间广大群众喜爱的表现手法与形式,值得我们现代从事商业广告摄影的专业人员很好地探索与研究。

1. 商业摄影的特点

黑格尔说过:“美与真是一回事。”这就是说,美本身必须是真的。这一规律,反映在广告摄影中,尤为贴切。广告的生命在于真实,广告摄影的魅力在于美感。如何让“真”成为“美”,又让“美”表现“真”,确实是广告摄影作品中的关键,或者说是广告摄影的一个美学原则。

广告摄影本身是一种独立的摄影形式。需要注意的是当代社会中广告文化已经形成,广告摄影是在这个大前提下完成其最根本的商业目的。因此,分别由时代性、民族性与商品性构成广告摄影的特征。

广告摄影离不开合理的想象。正像爱因斯坦所说:“没有想象力的灵魂就像没有望远镜的天文台。”所以,广告摄影重在想象,贵在创新,妙在用心,要想别出心裁,关键还在于对广告摄影特性的把握。

商品摄影与广告摄影的概念很容易混淆,其实,这两者在表现手法上是有所不同的。前者属于静物摄影的范畴(图1-1-8至图1-1-12),它是直接把商业产品呈现在消费者面前,而后者重在创意(图1-1-13、图1-1-14)。

现代商业产品摄影是一项技巧要求很高的摄影艺术,它必须根据商业的需要,先确定题意,再考虑陪衬、光线运用、景深控制、合理摆布、色彩配置等问题,让死板的、毫无生命的物品通过一系列的艺术手段,产生出生动的画面效果,从而有力地吸引消费者,发挥商品摄影的积极作用。

商业摄影是技术要求较高的专业摄影之一,并具备明显的市场运作目的和目标。当今商业摄影特点更偏向于数码化。



图1-1-13
摘自《世界现代广告摄影经典》
出版社:江苏美术出版社



图1-1-14
摘自《世界现代广告摄影经典》
出版社:江苏美术出版社



图1-1-8 南京非凡广告有限公司/张力

图1-1-9

图1-1-10



图1-1-11

图1-1-12



图1-1-15 拍摄：郑宏斌，摘自《中国商业摄影》，出版社：岭南美术出版社



图1-1-16 拍摄：林克仁，摘自《中国商业摄影》，出版社：岭南美术出版社



图1-1-17 音乐无界限，拍摄：Dimitri Danilof 后期：Dimitri Danilof，摘自《中国商业摄影》出版社：岭南美术出版社

2. 商业摄影服务的对象和领域

商业摄影为经济服务，有明确的工作目标和质量指标（如广告、出版等），要求从业者有过硬的技术，其工作过程和结果没有偶然性。就商业摄影来说，确实是时效性比较强的，所以比较倾向于以瞬间抓住观众的眼球为主。在商业摄影中我们要明确一个观念：商业摄影作品其实就是满足客户要求的商品，只要客户付钱，那么他们就有决定权。这是一笔买卖，和艺术创作有一定的区别。广告主是付钱的，他有他的想法和诉求，你提供的是摄影服务，不能有太多的个人意识在里面，这就是现代工业的特点，每个人都是“螺丝钉”。

随着市场经济的繁荣，商业摄影也跟着日趋兴旺，它的分类越来越细，应用范围也越来越广泛。它除了有反映商品（成品、半成品）的照片外，还有反映商品的生产过程和消费场面的。商业摄影可分为贸易性商品摄影与消费性商品摄影两大类。贸易性商品是经销商向客户进行宣传的商品，后者则是直接向消费者推荐的商品。商业摄影者要根据这两者针对的不同对象，制定合适的拍摄计划，达到创作目的。宣传对象是商人时，就可着眼于商品的生产过程及其特色，以简单朴实为宜；宣传对象是广大消费者时，则应着眼于消费场面，要求接近生活，新颖巧妙，达到一定的宣传效果。

今天在商业摄影这一领域，已经和传统摄影的再现客观的本质相差较大了。传统摄影离不开客观的再现，而今天的摄影进入了表现的时代，后期技术的导入和飞速发展，要求商业摄影师加强自我意识和创新眼光。这方面如果不加强，就比较被动了。

20世纪七八十年代，在国际影赛中能拿大奖的，都是通过暗房来表现自己思想的摄影师。以前的很多摄影师，如果自己能做好暗房，无疑对作品的提升很有帮助。

现在我们不可能都去研究暗房技术，于是我们能做的是提升自己在数字技术方面的研究。提到数字技术，便不得不提到影像输出。微喷、打印、墨水打印，风格变的多样化，而且不光能在纸上打印，在木板、钢材等各种介质上都能直接输出，这给我们带来很多方便。原来传统的手段和方法，到了数码时代有了与之相应的替代手段。我们的观念如果不更新不学习，以后就没有竞争力。

未来摄影玩儿的是智慧、思想和表现，技术被智能化的手段所替代，准入门槛低。而表现手段现在也日趋多元，重点在于如何应用多元的元素语言来表达自己的情感。

随着数码技术的导入，对商业摄影师来说，门槛看起来是越来越低了，但总体要求其实是越来越高了。

（二）商业摄影项目实训条件

学习目标—明确商业摄影项目实训的必要性

摄影实训室的建设与管理

熟悉摄影实训室的器材与设备

工作任务—熟悉并能科学地使用摄影实训室的器材与设备，完成相应的工作项目

参考书目—《美国纽约摄影学院摄影教材》NEW YORK INSTITUTE OF PHOTOGRAPHY, 美国纽约摄影学院, 中国摄影出版社

1. 商业摄影项目实训的意义

实践性学习作为吸纳知识、思考古今、认知世界、辨别是非、提升自我的最有效途径,应随着实践的深入而逐渐深入。大学实验室是高校学生实践专业技能,继而迈向社会的关键步骤,实验室教学也是高校与社会实现双向选择的有效途径。实验室教学对学生理论结合实际、培养动手能力和专业实践能力具有重要意义。

摄影实验室是大学摄影教育中的一个重要教学设施和手段,学生在进行相关学科基础理论学习之后,多数课程都有其技术实践方面的内容,感光化学与光学物理学及电子影像技术的实际接触,基本是在实验室中进行的。暗房课程的讲授也应在实验室暗房进行,摄影教育的专业特点即为理论与实践的有效结合,试验课程便是实现这一过程的重要手段。本着以人为本的科学发展观和“以生为本”的思想,实验室教学无疑为学生模拟了工作环境和氛围,营造出一种教学相长、鼓励创新的良好环境。

2. 商业摄影实训室的条件与管理

（1）摄影灯光室的建设

目前随着数字相机的发展,开办摄影课的学校越来越多了。摄影越来越普及,选修课程报名学摄影的学生也不断增加。随着摄影理论的发展,实践必须跟上,摄影理论要联系拍摄实践,学生才有兴趣,学习水平才能提高,同时丰富的感性认识又能加快理论水平的提高。摄影一般包括人物、风景、风俗、静物、新闻等方面的题材,而在拍摄人物、静物等方面,学生实习大部分都在灯光摄影室进行。

A. 灯光摄影室的建设

灯光室的建设必须要对灯具、灯具配件系列、辅助设备、拍摄用的器材有基本合理的配置。



商业摄影与实训

人像摄影

商业人像摄影的特点与发展趋势

人像摄影技术要素和艺术要素

影室人像摄影布光技巧示范

人像摄影不同影调的拍摄技巧

标准人像证件照与团体照拍摄要点

建筑摄影

光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄意义

光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄要求

光影变化中美的瞬间——建筑摄影的拍摄器材与技巧

产品摄影

平面书画作品的拍摄技巧与要求

立体产品照的拍摄要求与准备

产品表面结构、形态、颜色和质感的表现

典型质感分类及布光的要求

第二章 商业摄影与实训

一、人像摄影

参考书目一《美国纽约摄影学院摄影教材》NEW YORK INSTITUTE OF PHOTOGRAPHY, 美国纽约摄影学院, 中国摄影出版社
《摄影师职业资格培训教程》, 中国摄影出版社

(一) 商业人像摄影的特点与发展趋势

1. 商业人像摄影的特点

商业摄影与创作摄影的最大区别在于,前者是拍顾客喜欢的东西,要重视顾客的要求;后者则是拍摄影师拍自己想拍的东西,可以很超脱。

人像摄影中,摄影师的重要性已不是那么绝对了,化妆师、形象设计在其中扮演了越来越重要的角色。如何在这片领域中融会其他专业的知识和技巧,驾驭整个拍摄的过程,当好总导演,拍出不但有美感,还更加有深度、有人性的作品,已成为摆在我们每个人像摄影师面前的一个重要课题。

商业人像摄影是一门掩饰女性缺陷的综合服务行业,化妆师、摄影师想方设法地将顾客向大众审美的标准靠拢。脸蛋是鹅蛋形的,鼻梁带点儿阴影而显得比较挺,眼睛大而明亮,嘴儿不大不小略带性感,睫毛长而匀称,体形曲线分明,胖瘦适中,皮肤白而光洁,特别不能出眼袋。以上数点若能做足九成,影楼的回头客多矣。

拍顾客时用心要规范些,一切以把顾客拍美为前提,但拍模特儿的用心可随意大胆些,有时你可以关闭副灯,只用一盏主灯左右移动地看效果,对于一张近乎完美的脸来说,任何光线都是适合的。



图2-1-1 影室人像摄影,课堂示范/徐飞



图2-1-2 影室人像摄影, 课堂示范/徐飞



图2-1-3 人像摄影示范/徐飞



图2-1-4 外光人像摄影, 课堂示范/徐飞

2. 商业人像摄影的发展趋势

商业人像摄影终于进入了百花齐放的阶段,拍摄场所和背景由初期室内的单色背景纸,经历了从梦幻背景、乡村背景、复古背景,到冲出室内,去公园、别墅、古巷、残墙断垛、火车道……直至当今流行的都市风情般的现场拍摄,即到街道上、商场里、酒吧、美容院、健身房等环境内,均是一种现代女性的感觉。女性头部在照片中的比例,也由充满画面的大头像或特写,演变为如今与背景相融合的以全身或半身像为主的环境肖像。女人们亦由当初的只想美一美,像个大明星,进步到了想表达点情调的境界了,这一切意味着中国的商业人像摄影的外部环境在进步——需求不同了。女性已经不一味地只追求靓丽,她们有更高的追求,她们希望作品不但美,还要有深度,有品位,要贴近生活,却又要高于生活,这对每一个摄影师来说无疑都是极大的挑战。摄影师必须是高素质的创意者,拍摄女性时,不但拍出她们的美,还要想法展示她们的内心世界和她们的个性。而唯有个性,才是人像摄影中最高深的境界。当美与个性融合时,魅力开始散发,成功的作品便开始产生了。

作为一名职业人像摄影师,首要任务便是如何将女人拍美,当这一点做到后,便应向自己提出更高的要求,拍出女人的魅力。这需要内部和外部条件的配合,首先要有个能让女性发挥魅力的场所,最好是她不感到陌生的空间,只有当她放松了,投入了,内心世界才容易揭示,要能调动女人去展示她的魅力。其次要能捕捉得住她美的瞬间,这依赖摄影师扎实的基本功和敬业精神。最后需要能表现她个性的光线,即现场光配人工补光。值得一提的是现场光在这当中起了很重要的作用,首先是绝对的真实感,其次是与闪灯相比较会有异样的情调,再者是摄影可自由地调节、控制与发挥光和影的作用,最后是要求女性很容易进入角色,不受闪灯的干扰。人工补光的目的与在影楼里使用时的目的一样,是为了被摄女性更漂亮,但黑影的成分可予以增加,因为黑影可增强照片魅力感的力度。当然,在这一切的基础上,如再能配以梦幻般的音乐调节气氛则更好了。

(二) 人像摄影技术要素和艺术要素

1. 技术要素

人像摄影使用不同的附件时,用两个、三个和四个影室闪光灯可以达到些什么样的效果?

摄影包括两个要素:技术要素和艺术要素。因为摄影是一门科学,使拍摄过程标准化,就可以达到一致的效果。但一个正确的曝光却能拍出更好的照片。

与人类的眼睛不一样，胶卷不能同时感受范围这么宽的光线。在人像摄影中，你应以获得较明显较突出的光线为目的，且不要遗忘任何的细节，同时，影子方面也要保留尽可能多的细节。要做到这一点，就必须很好地把握每次拍摄之间的差异范围。

可以尝试用3:1的光线比率。在一般情况下，只要主光源和辅助光源有一挡的差异就能做到这一点，这就使主光源比辅助光源明亮两倍。而需要突出的区域就能接收到来自主光源和辅助光源的光线，这样感受光较多的部分就接收了3倍的光线，而阴影部分就由于3:1的比率只接收到1倍的光线。

另一个讲究技术的方面就是对焦。当然，准确的对焦是需要多次的练习的。通常我们把焦点放在所要摄影的人的眼睛上，这样你就不会犯太大的错误。

好的灯光是很重要的，没有了灯光，摄影便无法进行，而正确地摆放射灯来营造一个自然的视觉效果也是很重要的。照相机并不像人那样有两只眼睛，能感受三维的物体，它是靠灯光所营造出的效果来表现出物体的大小及立体感。在为人像摄影布置灯光时，要尽量使照片有立体感，太多的闪光会导致物体显得扁平，没有立体感。一旦你把摄影这门科学当成了你的第二天性，你便能很自在地把注意力集中到摄影对象上，你所建立的这种特殊的关系会表现在最终所设计的造型中。

2. 艺术要素

(1) 惟妙惟肖

摄影术的出现使得人像再现的“相像”问题变得轻而易举，当代人像摄影的发展又似乎脱离了这一发展方向，尤其是流行的当代商业人像越来越不像本人，而离惟妙惟肖的距离也显得更为遥远。这里的惟妙惟肖当然不仅仅是简单的“相像”，而是在赏心悦目基础上的神形兼备。

这一境界的人像摄影作品，一般具有以下主要特征：

A. 摄影本体语言和非摄影本体语言的正确运用

摄影本体语言的运用不以是否赏心悦目为唯一依据，而以能否表现人物的神态特征为主要依据，用光自然考究，曝光准确，体现正常肤色及质感。化妆、道具不过分张扬和哗众取宠。化妆的目的不是掩盖什么，而是要进行衬托，道具只是修饰而不是表现什么。

B. 精妙的神态捕捉和眼神塑造

神态的捕捉是摄影师永恒的主题，也是一幅人像摄影作品能否做到惟妙惟肖的关键。通过光线运用来表现人物的眼神，是这一境界人像作品的关键。



图2-1-5 影室人像摄影，课堂示范/徐飞

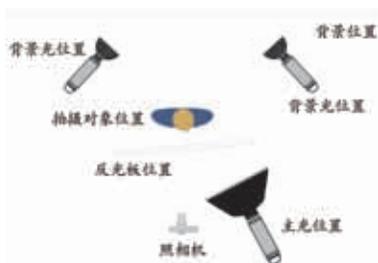


图2-1-6 光位图, 徐飞绘制



图2-1-7 学生作品/ 刘国炯



图2-1-8 光位图, 徐飞绘制



图2-1-9 影室人像摄影 课堂示范/徐飞

(2) 个性飞扬

人像摄影中个性的张扬可以分为两个方面, 一是张扬被摄人物的个性, 二是张扬摄影者的个性。从被摄影者的角度出发, 拍摄人像的目的无非是留念、欣赏及展现自己的个性魅力。从这一点上说, 摄影师就是要帮助被摄者展现自己的个性魅力。而从摄影者的角度出发, 他作为一个艺术作品的创作者, 要通过摄影手段, 借助于模特儿的表现能力来表现自己的摄影创意, 体现自己的摄影风格乃至通过摄影语言来说说自己对生活的理解。

这一境界的人像摄影作品通常具有以下特征:

- 独特的摄影本体语言, 用光是摄影最独特的本体语言
- 独特而简练的戏剧性情节
- 展现对人和自然关系的独特理解
- 强烈的视觉冲击

无论是匠心独具的光影、别出心裁的构图, 还是创新大胆的镜头运用, 其目的都是产生强烈的视觉效果。

张扬被摄人物的个性, 就是使拍摄出来的人像摄影作品要与众不同, 富于戏剧性。而摄影者个性的张扬, 要通过自己个性化的摄影本体语言来展现自己对摄影的理解、对被摄人物的理解、对人物摄影的理解, 甚至对生活的理解, 所以从某种意义上说, 摄影作品就是摄影者无声的自白。

(3) 诠释生命

伟大的人像摄影作品之所以伟大, 是因为它刻画了人物的灵魂, 讴歌了生命的伟大, 记录了一个时代的精神风貌, 记录了人类社会的大悲大喜。

从人的个体来看, 伟大的人像摄影作品深刻地记录了人物的内心世界, 或是悲伤或是喜悦, 或是思索或是呐喊。也正是因为它呈现了人物的内心世界, 所以这样的摄影作品才给人以心灵的震撼。同时它讴歌了生命的可贵与伟大。面对这样的作品, 每一个观众都将为拥有生命而自豪。

从人类社会的总体来看, 伟大的人像摄影作品记录了一个时代人们的精神风貌, 记录了人类社会的大悲大喜。伟大的人像摄影作品的意义已经完全超出了普通肖像的意义, 它是社会的象征, 是时代的象征, 是历史的象征。从这一意义上说, 人像摄影的意义远不止被摄者的留念和摄影者的个性张扬。

伟大的人像摄影通常具备以下特征:

- 强烈的情感冲击
- 反映了生命存在的价值, 讴歌了生命的伟大
- 反映了人类社会的大喜大悲
- 反映了被摄人物特殊的人格魅力
- 摄影本体语言的淡化

（三）影室人像摄影布光技巧示范

1. 影室高调人像摄影布光

（1）两个影室闪光灯灯头打背景光使背景呈白色，分别置于模特儿头部的两侧，高度齐于模特儿头部的两侧。

（2）将光照功率调至背景曝光超过正常值一至二级光圈，拍摄时确保胶片上不显现背景中不必要出现的细部。注意不要让背景光散射到模特儿的头部上。

（3）一个作为主光的影室闪光灯灯头直接放在相机位置上方，它的光通过一个6cm×6cm灯头直接放在便携式柔光箱反射出来。

（4）在被摄对象的下巴下方，放置一块大的白色反光板，反光板的反射光可以消除阴影。（图2-1-7）

2. 影室女性人像摄影布光

这是一种简单的人像拍摄布光方法（图2-1-9），采用标准的布光原则：

（1）主光是影室闪光灯灯头，配以超白反光伞，安置在与被摄对象呈45°角的地方，并适当抬高。

（2）辅助光是影室闪光灯灯头，安置在相机右侧的位置，拍摄时通过一把半透明伞透射出散射光线。

（3）辅助光通过一个过滤层照到被摄对象，同时主光透过两个过滤层，再通过超白反光伞反射出强光射向被摄对象，要使主光和辅助光采光比例为3:1。

（4）使用闪光测光表取得曝光综合指数，以使脸部感光适度，而不至于造成反差过度。

3. 在拍摄这张女士像时，我们增加了一个闪光灯头，对背景补光，使模特儿同背景分隔开来。这种布光方法对改进图像质量起到了良好的作用（图2-1-11）

（1）在影室闪光灯灯头上，装上反光伞和32°的蜂巢状结构的网罩，放在模特儿后面的灯架上。

（2）这套光源装置，以一个光晕圈的光射向背景，这个光晕圈再反射到模特儿的头后面。

4. 照射背景的另一方法是利用第三个光源装置的光，投射到被摄者头发上，称之为“头发光”。在拍这幅人像时，就使用了这种布光方法（图2-1-13）

（1）在此种情况下，在一个影室闪光灯灯头上装上聚光罩，放置在模特右后上方，光线射向模特儿的头发。



图2-1-10 光位图，徐飞绘制



图2-1-11 影室人像摄影，课堂示范/徐飞

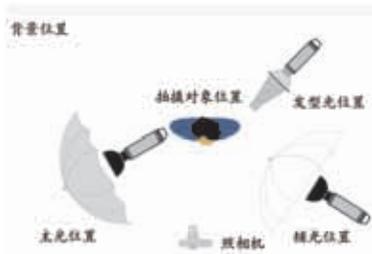


图2-1-12 光位图，徐飞绘制



图2-1-13 影室人像摄影，课堂示范/徐飞



商业摄影欣赏与评析

视觉的喜悦与新颖/影像与商业广告

幻彩·意象/静物/食品/珠宝

光影的乐章/现代建筑摄影/室内空间摄影/家具摄影

视觉的极限/汽车摄影

妙不可言/创意摄影

第三章 商业摄影欣赏与评析

一、视觉的喜悦与新颖 / 影像与商业广告

参考书目一《中国商业摄影》，摄影之友工作室编辑，岭南美术出版社

（一）美国摄影师霍华德·夏茨的《人体结》

摘自《中国商业摄影》 编译/王星

美国摄影师霍华德·夏茨（Howard Schatz）是一位享誉世界的人体摄影师。在其摄影生涯中，迄今已经出版了九本摄影作品集，向世人展现了他的个性化的独特影像造型风格，显露了他擅长形式创新的摄影天分。

《人体结》（Body Knots）是霍华德·夏茨进入21世纪以来所发表的最新人体摄影作品集。在这部作品集中，他再度显示了一贯独树一帜的影像创造技艺，如同他在20世纪末发表的艺胆独具的水下舞蹈人体摄影那样，仍然是以舞蹈家们为模特儿，他以一种从来不曾为人所见的视觉表现形式进行艺术创作。霍华德·夏茨在影像构成方面的别出心裁，与视觉效果的区别开生面，足以使他成为当代世界人体摄影的一位巨匠。

《人体结》摄影作品集由艺术评论家欧文·爱德华（Owen Edwards）作序，序文把霍华德·夏茨的艺术成就作了全面的评价。文章言及：“杰出的时尚杂志指导阿列克塞·布罗多维奇一再告诫他旗下的摄影师们，如果他们在镜头里见到了以前曾经看过的东西，那么就不要再按下快门。这个指令对于任何艺术家都是金玉良言，对于摄影师，最理想同时也最幸运的就是能够创造出新的表现形式，这样的影像符号必然成为该摄影师个性化的商标类型。”

霍华德·夏茨就是一位优秀并且很幸运的摄影师，在他不算长的摄影生涯中，居然创新了若干项照片系列。霍华德·夏茨的摄影特色，在于他总能以某种新的影像方式，向人们展现视觉的喜悦与新颖。他拓展了人们的视野，令人为其创作的艺术作品兴奋不已。

在过去的十年间，霍华德·夏茨一直在跟舞蹈家们密切合作，他与纽约和旧金山的古典舞与现代舞表演家们共同成就了把舞蹈艺术化作水下人体摄影表现的独特艺术形式。在这番惊人的高难度创作尝试成功之后，他又以“人体结”的方式，与舞蹈家们再度合作，创作出非凡的更高难度的人体艺术摄影表现作品。

《人体结》摄影作品集的创作意念，来自霍华德·夏茨想要利用两个或更多些的人体，通过变形、解剖式的原始简朴造型手段，制造一种“生物雕塑”的方式。就像摄影史上的那些前辈所作过的类似尝试，例如比尔·布兰特（Bill Brandt）、安德烈·柯特兹



图3-1-1 人体结
美国摄影师霍华德·夏茨（Howard Schatz）拍摄



图3-1-2 人体结
美国摄影师霍华德·夏茨（Howard Schatz）拍摄

(Andre Kertesz) 和尔文·潘恩 (Irving Penn) 在人体摄影领域的那些大胆创作, 霍华德·夏茨想要“重现”(Re-see) 人体, 而且是想要在已有的程度上更进一步: 将人体组织成一种独特的、神秘的结构。他起初是将一个男人和一个女人的身体组合形成一个新的造型状态, 创造一种别致的造型语言。

对于自己一直以来运用人体进行的摄影艺术创作, 霍华德·夏茨说: “我的创作意念总是在对人类身体所能做到的姿态作改进。” 无论是尝试水下舞蹈人体摄影, 还是这次多人组合的《人体结》摄影, 他总是在指导舞蹈家们进行身体造型时, 尽量发掘此前从未为人所见的人体表现姿势。从这条创作意念的线索上, 可以洞悉霍华德·夏茨顽强地进行个人艺术创造的思维线索和刻意追求的目的。

在《人体结》摄影作品的创作过程中, 霍华德·夏茨开始探索游离人体原本肤色制约的技法, 在处理人体奇异造型的基础上, 他运用电脑的图像处理功能, 人为地为人体造型涂敷斑斓鲜艳的色彩。这样新鲜的视觉效果, 更具有现代抽象雕塑的主观性和随意性的特色意味。同时, 利用强大的电脑功能, 霍华德·夏茨在组合人体造型的技巧上, 更大程度地发挥出新兴的数码影像艺术的魔幻效果和任意排列组合的特点, 从而为人体摄影这个艺术创作领域, 拓展出一种具有创新意义的划时代的视觉符号体系。

霍华德·夏茨的这套《人体结》摄影作品系列问世以后, 除了达到其艺术意义的成功之外, 其带有特别视觉冲击力的“人体结”影像, 还被迅速运用到多种商业广告上, 其中的一些作品, 被摄影器材厂家用做全球宣传的广告画面。这也跟霍华德·夏茨的艺术摄影作品所一贯蕴涵的商业性倾向有直接连带关系。兼顾艺术性与商业性的双重价值, 乃是霍华德·夏茨迅速成功的一个创作特征。



图3-1-3 人体结
拍摄: 美国摄影师
霍华德·夏茨(Howard Schatz)



图3-1-4 人体结
拍摄: 美国摄影师
霍华德·夏茨(Howard Schatz)

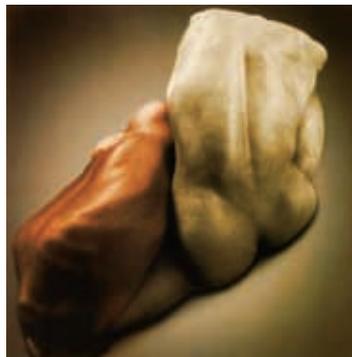


图3-1-5 人体结
拍摄: 美国摄影师
霍华德·夏茨(Howard Schatz)

（二）欧文·佩恩与三宅一生

图/欧文·佩恩 文/陆驷

在时尚界，说起大师间的合作，人们总是会津津乐道于摄影师欧文·佩恩和设计师三宅一生的故事。

三宅一生 (Issey Miyake) 1935年出生在日本。1959年开始在东京读大学，学的是绘画，但是他真正的梦想是成为一个时装设计师。1965年，他到了时装之都巴黎，继续求学。1970年他成立了自己的工作室，并于1971年发布了他的第一次时装展示，从此步入了时装大师的设计生涯。三宅一生的服装被称之为“东方遭遇西方”的结果，他创立了充满东方特质的易于活动的服装，尤其是经他发扬光大的褶皱系列，受到很多消费者的推崇。

欧文·佩恩 (Irving Penn) 1917年生于美国新泽西州，17岁时就读于费城博物馆开办的工艺美术学校。1938年从美术学校毕业后，佩恩到纽约从事了一段时间的商业摄影工作。1939年他拍摄的一幅静物照片被一本杂志作为封面，成为他日后光彩四溢的摄影事业的开端。1943年佩恩被《Vogue》杂志聘用为专职摄影师后，才华得到了进一步的发挥。他一扫当时时装摄影中的陈规俗套，开辟了一片风格清新、个性鲜明的新天地。在美国摄影界，佩恩自始至终贯彻着他在摄影上精雕细刻、一丝不苟的“完美主义”。

还在求学的时候，三宅一生就非常乐于从西方的时尚和流行文化中汲取营养与灵感。当时欧文·佩恩已在《Vogue》担任首席摄影师，他的作品以有别于流俗文化的独特优雅和美感，触动着远在东方的三宅一生的时尚神经。此后十数年，三宅一生作为时装界的新星出现在西方的视野，他设计的服装充满了异域的神秘和对传统剪裁的大胆突破。欧文·佩恩对这位新秀设计师称赞不已，并零星地为时尚杂志拍摄了三宅一生的设计作品。然而，这两位天才直到1988年，当三宅一生在巴黎展示他的设计时，才正式展开了长达十多年的紧密合作。这样的开始在后来被三宅一生评价为两人之间一种“无声的理解”。欧文·佩恩拍摄的三宅一生的时装作品成为那个年代创造的一个经典。

作为两人合作的一次总结，欧文·佩恩出版了一本名为《Irving Penn Regards the Work of Miyake》的画册，收录了从1975年到1998年间两位天才共同创作的“产物”，体现着两位大师之间难能可贵的理解和再创新。

在众多的设计作品中，三宅一生坚持一个“条件”，那就是不出现在欧文·佩恩的拍摄现场。他认为应该给予佩恩完整的创作自由，而不要有意无意地渗入设计师的影响。三宅一生的助手北村绿



图3-1-6 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-7 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-8 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-9 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩

从东京飞到纽约帮助欧文·佩恩选衣服。她从不解释一件时装的设计初衷，反而非常热衷于鼓励摄影师自己去探索这些服装的结构，例如按摄影师喜欢的那样把衣服反过来看。这些随意性最后为三宅一生带来了他期望的惊喜。

这些时装的曲线、角度、褶皱等等几何元素，通过模特伸展、弯曲的姿势，异于平常角度的侧面和轮廓，表现得更为清晰和直率——这就是由一位天才设计师创造的，折射在一位天才摄影师眼中的时尚。

这一合作就像给两位大师提供了一面镜子，让他们从对方的角度看自己。这些精彩的设计，也让欧文·佩恩有机会将他的摄影语言运用到材质、平面、形态和布料的褶皱中，还大量地加入了外来文化中的面纱和面具等元素；相对地，这些照片也让三宅一生像欣赏新作一样重新审视自己的作品，仿佛它们被第一次拿出来展示。



图3-1-10 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-11 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-12 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-13 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-14 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩



图3-1-15 拍摄：美国摄影师欧文·佩恩

（三）舞动的色彩

——纽约时尚摄影师Sarah Silver 作品

塞拉（Sarah）对摄影的热爱源自于孩提时代，当时她已经时常在他祖父的暗房里帮忙，从此相机便再也没有离开过她的手。同样在她年轻的时候，她亦热衷于学习古典及现代舞，这使她对于人体动作有了更深的领悟。当她在Vassar Colledge完成第一个有关中东研究的学位后，她更迫切地要将对“摄影”和“动态”的热情合二为一，于是她申请了纽约的视觉艺术进修课程。

完成了摄影硕士学位之后，塞拉即被《Surface》杂志选中，为其前卫版拍摄时装照片，从此，塞拉开始她时装摄影师的生涯。她别出心裁地起用舞蹈演员为摄影模特儿，在高级时装界独树一帜。接着，她更以拍摄两个时装故事来作为她的毕业论文，她起用了史蒂芬·帕托里欧现代舞蹈团来展现Prada和Imitation of Christ两大著名品牌的服装，这些作品相继在各大媒体上发表。

在开始的时候，塞拉就明白新技术的重要性，所以她早在2001年3月就完全采用数码摄影手段，现在她使用Sinar中片幅数码后背进行拍摄工作。

塞拉的作品经常刊载于各大刊物，如：法国和意大利的《Vogue》杂志，美国和英国的《Elle》杂志，西班牙的《Harper's Bazaar》和《Cosmopolitan》杂志，纽约的《Time》和《PDN》杂志。主要客户还包括：NIKE、Ralph Lauren、Radio City Music Hall、The American Movie Channel和Marshall Field's Company。塞拉曾在澳大利亚、印度尼西亚和美国以纽约视觉艺术学院的名义举办摄影讲座，2003年塞拉被推荐为“哈苏形象大使”，享有很高的荣誉。

塞拉的照片，画面充满张力，强调形式感，流露着毫无掩饰的美国式活力和奔放，代表着时尚之都纽约风行的杂志图片风格。

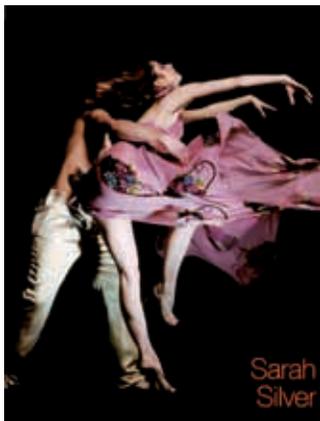


图3-1-18 拍摄：美国摄影师塞拉（Sarah）



图3-1-19 拍摄：美国摄影师塞拉（Sarah）



图3-1-16 拍摄：美国摄影师塞拉（Sarah）



图3-1-17 拍摄：美国摄影师塞拉（Sarah）

写在后面

对于《商业摄影与实训》的完成，我感到编写的艰辛与选择的不易。摄影教程可谓汗牛充栋，要有新意谈何容易，但是针对高职教学特点，适用性强的教材并不多。因此本着实事求是的态度，从学生实际能接受并拥有自备摄影器材的能力与现状出发编写了这本教材。本教材特点是针对性强，易操作。摄影技术发明了一个多世纪，理论与技术方面的原创几乎是不可能，而随便拿起相机按下快门得到一张照片，把它说成原创，这样的原创也许价值不大。因此我认为摄影真正意义上的原创，应该是按下快门之前的深入思考，对所拍摄对象的精心表现。尤其在商业摄影领域，行业特色更为明显。有时为拍摄一个主题还需要团队的合作才能完成。教材第二章的实训项目素材基本上全是来自课堂教学的积累。大部分是学生的习作，教师的示范。从这一特点来看，可以说教材有较高的原创性。

在第二章中，以拍摄具体的实训项目为主，我强调的是从高职学生的实际水平出发，实事求是。绝大部分学生从没有摸过相机，如果要想在三周时间内把他们培养成为时尚摄影的大师，拍出令人震撼的作品，这只能是良好的愿望，不太可能成为现实。摄影的基础教学是一种技能教学，更是对于学生学习摄影态度的培养。尤其是商业摄影，正确认真的工作态度，拍摄前期的精心准备，精益求精的影像细节表现，这些都是具体鲜活的教学内容。在第三章内容中，我们能欣赏到世界一流商业摄影师的作品，天才的创意，精湛的拍摄技巧，令人叹为观止，是我们永远的学习目标。

希望本教材能得到大家的认可，同时也希望大家提出不同的意见，使教材质量得到不断的提升。十分感谢番禺职业技术学院的学生对本教材编写工作的支持与参与，感谢南京非凡广告有限公司张力先生的热情帮助，感谢所有为教材付出努力的人们！

徐 飞

2007年10月20日于广州