

婚纱·人像摄影创作

Sheyingjiewucongshu

Sheyingjiewucongshu

Sheyingjiewucongshu

摄影解密丛书

hunsha renxiang sheying chuanguo hunsha renxiang sheying chuanguo

Sheyingjiewu
Hunsha
Renxiang
Sheying
Chuangzuo
Sheyingjiewu
Hunsha
Renxiang
Sheying
Chuangzuo
Sheyingjiewu
Hunsha
Renxiang
Sheying
Chuangzuo

婚纱·人像摄影创作 杨尉著



辽宁美术出版社

L I A O N I N G

M E I S H U C H U B A N S H I

摄影解误丛书

婚纱·人像摄影创作

杨 尉 著



辽宁美术出版社

《摄影解误丛书》主编 杨晓光
光 辉

图书在版编目(CIP)数据

婚纱·人像摄影创作/杨尉著. —沈阳: 辽宁美术出版社, 2002.1

(摄影解误丛书)

ISBN 7-5314-2954-3

I.婚… II.杨… III.人像摄影—摄影艺术
IV.J413

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 000648 号

辽宁美术出版社出版发行

(沈阳市和平区民族北街29号 邮政编码 110001)

辽宁美术印刷厂印刷

开本: 889毫米×1194毫米 1/16 字数: 40千字 印张: 5

印数: 1—3000册

2002年5月第1版

2002年5月第1次印刷

责任编辑: 光 辉 技术编辑: 鲁 浪 版式设计: 光 辉

封面设计: 高 亮 责任校对: 王 岩 张亚迪 孙 红

定 价: 39.00元



作者简介

杨尉，1974年生于辽宁锦县，1996年毕业于中日合作大连医科大学摄影系。在校期间，蒙受国内外著名专家、教授面授和严格的训练，受益匪浅，成绩斐然，曾在35届香港大学生国际摄影沙龙比赛中获国际摄影艺术联盟的“FIAP”铜牌，并在国内影赛和专业杂志上获奖、发表作品。毕业后一直从事商业摄影工作，同时，注重商业人像摄影方面的理论研究，现受聘于大连医科大学摄影专业，讲授婚纱摄影等课程，且监管影楼策划、艺术总监及摄影师与摄影助理培训工作。

目 录

总论	6
前言	7

第一部分 婚纱摄影	8
一、婚纱摄影的发展历程	9
二、如何解读商业婚纱摄影的艺术性	10
三、如何开发样本	12
四、如何解决客人存在的肢体问题	15



五、如何解决操作器材的问题	20
六、如何解决用光不当的问题	24
七、如何解决构图的问题	29
八、如何解决背景、道具、服饰的问题	32
九、如何解决化妆与整体造型的问题	35
十、如何解决摆美姿的问题	36



十一、关于与客人沟通的问题	42
十二、如何培养和运用摄影师的激情	43
十三、如何成为商业专职摄影师	43
十四、如何解决室外婚纱摄影的问题	45
十五、婚纱摄影的前景发展趋势	47

第二部分 个人写真

一、个人写真的发展史	49
二、个人写真的摄影语言	49
三、个人写真的顾客分类	54



第三部分 儿童摄影

一、儿童摄影的发展趋势	61
二、照相器材的选用	61
三、儿童摄影的灵魂及风格趋向	61
四、如何用正确方式引导儿童	63
五、对不同年龄儿童的拍摄方法	63

第四部分 作品选

作者语	80
-----	----



总 论

当代中国经济社会一日千里，科技在迅猛地发展，时代在飞速地前进。社会的变化虽然不能像日历那样一下子翻到21世纪，可是信息社会和图像时代已经真真切切地来到了我们的面前。

摄影，不仅在这样的社会环境中发挥着更重要的作用，而且摄影自身也在发生着深刻的变化。比如，摄影作品在网上的传播、欣赏、收购和出售，使得上百年建立起来的图片利用和消费体系受到强烈的冲击，网上的“图片”和数字技术也让摄影作品的创作和欣赏观念发生着巨大的变化。

既然是这样，为什么还要出这样一套基于传统摄影技术和创作思维方式的书呢？

摄影的本质并没有变化。比如，摄影的艺术属性没有改变。无论怎样将图片传输到电脑上，无论怎样运用电脑软件，哪怕你全部用数字处理，其最根本的素材还是用相机拍摄下来的图像。那么摄影最基本的理念，如用光，构图，色彩，层次，影调，对比，反差，角度，光圈，快门，曝光，景深……以及它们在各类题材摄影中的运用，如在市场经济中出任不凡角色的广告摄影；颇受摄影家和影友钟爱的风光摄影；人们生活中已经不可或缺的婚纱摄影和生活纪念摄影……都始终贯穿着人们对摄影美学的传统认识和表现方法。这套书就是从拍摄经验入手，在风光摄影、广告摄影、婚纱与人像摄影，以及摄影基础等方面融入表现手法和艺术观念，使初学者容易“上路”，让“发烧友”便于提高。作者在多年从事的摄影专业实践中，整理、总结出规律、教训和经验，解析摄影家或专业人员面对各类摄影题材的具体问题，使其学会应该怎样想，怎样做；针对各种摄影中出现的问题和毛病怎样去处理。这对刚刚进入这个领域的摄影者和从业人员是非常有益的，它会帮他们很快踏上“专业”之路，免除在混沌中辗转碰壁之苦，这就是编写这套“摄影解误”丛书的初衷吧。

愿这套丛书给你的摄影事业带来帮助，带来成功！

编 者

2001年10月

前 言

商业人像摄影是以摄影者主观意识的引导为基础,以顾客审美倾向为中心,运用一切摄影语言来综合完成的商业艺术行为。

商业人像摄影实质是在五官和肢体语言中发现、认知、改正“丑”,并升华“丑”的,是以照相器材、感光材料、用光、构图、服饰、道具、背景、化妆、造型、美姿、景别变化、摄影角度、色块构成、影调变化及语言引导等的摄影语言,通过摄影者拍摄综合完成的影像。其目的是达到顾客心目中的审美要求。因此如何解读、改正商业人像摄影中存在的问题就十分必要了。这里将用大量的图片、图解和事例揭示商业人像摄影的要诀和机密,以便给想从事或正在从事人像摄影的人员提供一个系统理论学习的机会。理论知识提升了,再加上平时丰富的实战经验,就能更好地适应千变万化的人物特征和商业人像摄影市场。

作 者

2001年5月



第一部分 婚纱摄影

婚纱摄影是商业人像摄影中的一大类，它是用来记录即将结婚新人的。而放大照片与影集便成为他们爱情永恒的信物之一。这里面最直接的矛盾就是婚纱照照片与客人的审美需求是否相符合。因此，面对千差万别的新人，就要有与之相适应的各种照片类型与风格，这是一个微妙的问题，需要一大堆系统的理论和实践知识，把它从头到脚剖析开来，而最直接的解决办法就是解读和改正在婚纱摄影中出现的各种问题。

一、婚纱摄影的发展历程

婚纱摄影行业源于欧洲，在美国兴盛起来，并在台湾、香港形成规模，1993年进入中国内陆，形成了稳定的婚纱文化。

据史料记载：15世纪至16世纪文艺复兴时期，法国的路易七世的妻子安妮，在结婚典礼上，穿着一身洁白缎子礼服，后来被臣民们效仿成为当时的结婚礼服。婚纱起源的说法多源于此。而随着摄影术的发明（160年前，达盖尔发明了银版摄影术），婚纱摄影的雏形也露出倪端，其内容也只是简单记录新人在教堂举行婚礼时的情况。

时代在变迁，美洲大陆的发现与开发，“婚纱”及“婚纱摄影”从欧洲传播到美洲大陆——美国。结婚的摄影记录在这里演变了，在婚礼庆典过程中要拍几张“标准结婚照”，特别是在婚前，新娘要到影室里拍一张穿礼服的纪念照，以告别自己的少女时代，因此，有人认为“婚纱摄影”起源于美国的婚礼摄影。



普通婚纱照照片。



婚纱创作照片。

随着台湾、香港经济的发展，从欧洲和美国引进了简装的婚纱照，并经过几年的探索与实践，再融入中国的古典传统特色而演变成当今港台婚纱摄影，进而逐步走向鼎盛时期，于是形成了具有中国特色的“婚纱文化”。

在中国大陆，清末年间，摄影术由一些外国商人传入，虽然只有皇室才能享受到，但也是简单纪念照。到近代的辛亥革命时期，由一些中国留洋学生开始学着国外结婚的方式，穿洁白的婚纱举行婚礼。随着祖国的改革开放和经济迅猛发展，外国的感光材料公司和相机制造公司看好中国大陆市场，“摄影”逐渐步入老百姓生活之中，结婚穿白纱观念也渐渐流行。过去，人们通常在结婚之前，到登记处办理结婚证书，于是要求新人到照相馆拍一二张两人合影照片，贴于结婚证书上。这些简单的两人合影，就成为中国大陆婚纱摄影的雏形。1993年起，港台婚纱及婚纱摄影放眼大陆市场，由于港台婚纱摄影特点具有一定的中国特色，很适合于中国人的口味，便一触即发，逐步形成了具有产业化的集团。如：台湾的龙摄影、金夫人、罗门、维纳斯、巴黎等等。这些婚纱摄影集团主观地促进了人们结婚观念的发展，红色喜庆和白色的礼服同时并存，甚至作为一种“婚纱文化”习俗，植根于中国大陆。换句话说，作为结婚进行曲的前奏——拍婚纱照，已被一种必须完成的程序固定下来，甚至一些偏远地区，嫁女儿向男方要的几大财礼中就包括婚纱照。

二、如何解读商业婚纱摄影的艺术性

“商业婚纱照”的艺术，是一种流行模式和审美规律相对稳定的艺术。它的艺术性与“婚纱摄影创作”的照片，有着许多截然不同的特点。

1、流行艺术的普遍性与前卫独立个性的特殊性

商业婚纱照，是记录各类型新人的，是通过摄影、化妆、造型、服饰、装裱等手段来构成的，并且有一定大众审美艺术价值规律的，带有“完美”气质性格的商业照片。它是当前人们追求婚纱潮流世俗文化“完美”的表现行为，不等同于“艺术风格个性美”。

婚纱摄影创作的照片，是一种主观激情的表现，是以婚纱为题材，发表内心对社会对某种现象的看法和思维方式，因而，它是摄影者独立个性的完美表现行为，照片拍出的效果往往不同于普通人的一般照片。

2、艺术形式相对稳定的模式化与作品无规律的变化性

商业婚纱摄影，本质上是一种商业行为，它是以赚钱为根基的。而商业行为的运行是轮回滚动向上发展的，因而就必然存在公式化的问题，这正是商业婚纱摄影模式化的根源。而婚纱摄影创作，是每个摄影者的个体活动，是无规律可寻的，因而它的艺术效果是千变万化的，各种风格同时交织并存。





普通婚纱照片。



婚纱创作照片。



普通婚纱照片。

3、艺术气息含量与艺术品位的优劣

商业婚纱摄影的艺术气息含量少，因为它的市场范围是面对社会上形形色色的准新人而设计的审美境界，而准新人们在造型艺术方面的修养各自不同，差异比较大。

婚纱摄影创作的作品，相对来说个性就十分鲜明。不论是摄影语言的修饰，意境的塑造，个性的延伸，还是作品存在的时间和空间的价值等等都是独树一帜，不是人人都能理解的，它的艺术气息与艺术品位是自成风格的。

在现实影楼中，样本则是一种两者兼顾的特殊产品，它是介于商业摄影与艺术摄影创作之间，其艺术性的行为表现是以反复游离于两者之间的方式存在着，具有柔韧的艺术完美性，因而，摄影者在商业操作过程中，对顾客的照片、对开发样本、对创作作品的艺术把握尺度极为艰难。



影楼样本。

三、如何开发样本

1、开发样本的原因

- (1) 婚纱摄影市场潮流变化很快，这样，相对应的样本使用时间段就很短，如不尽快更新样本会被市场抛弃掉。
- (2) 由于影楼与影楼之间的同质化问题很突出，这就需要有不断创新的样本照片来带领市场，带领准新人的审美观念。

2、样本开发的设计定位

- (1) 地域不同，样本风格的定位也不会相同，要根据当地年轻人的审美趋向而设定样本的风格与方向。
- (2) 样本的“艺术性”，在样本开发期到普遍应用时间段内，必须做到科学地市场预测。

3、婚纱样片的摄影风格趋向

由于婚纱样片是供所有准新人欣赏的，而准新人是千差万别的，相对应的风格趋向也应全面开发，这样准新人们可以在样片中找到自己喜欢的照片，最终达到“买卖行为”。这里可以推荐八种摄影风格：端庄大方、怀旧古典、个性时尚、幽默风趣、经典豪华、成熟性感、浪漫温馨、俏皮可爱。



端庄大方
怀旧古典



个性时尚
幽默风趣



经典豪华
成熟性感



浪漫温馨
俏皮可爱



4、婚纱照照片要有所突破

台湾婚纱摄影界创建这么多年,几乎把所有形式特点都挖掘了,这就需要摄影者有更丰富的想像力和创作才能。如:有新意、贴近生活情趣、展现自我个性;在丰富的故事情节下,显示文化底蕴,或者做一些反传统、逆向思维感觉的照片;照片在技术上、艺术上要求信息含量更高,更有品位。

5、拍样片时,需要天时、地利、人和

- (1) 熟练运用摄影器材,了解并挖掘影场和道具可利用的潜力。
- (2) 熟悉你的模特儿,了解你的化妆、造型师和摄影助理,让他们领会你要求的摄影风格。
- (3) 在外景拍摄时,要把握好你所处的环境,比如:地点选择、天气变化及相关的道具。



外景拍摄

6、拟定拍摄计划（这是一种科学的工作方式）

（1）拍摄前的准备

A. 资讯收集，预测当前流行方向，把握好照片风格、特色及艺术效果。

B. 寻找最佳“演员”，这些模特儿一定要适合你所要创作的各种风格形式，例如：想拍摄古典传统的形式，那么，就选择中国古代仕女形象的模特儿。模特儿形象的好坏，直接关系到你的企业形象，对未来接单也会有极大的影响，一定小心操作。

C. 寻找能够达到自己要求的化妆造型师及设备；设定照片风格所需的服饰、道具、地点、感光材料、相机等等，这一切的准备都要成为你在拍摄过程中的铺路石。

（2）拍摄实施

通常有以下几种误区要小心，如：拍摄思路不明确；设计的美姿造型模式不符；拍摄风格混乱，各种感觉交织在一起，不够深入；模特儿的感觉调动不起来，照片传神的地方很少等等。因此，要寻求一些创造的拍摄思维。

A. 明确拍摄思路

拍摄行为实质上就是在进行婚纱摄影作品的创作，而创作是不断否定自己的过程，因此，就需要摄影群体，反复讨论修订、否定、再拍的过程。预先设计多种风格，在第一次拍摄过程中全部展现，然后，冲洗好照片小样，逐个研究存在问题，分析原因并解决它。第二次再拍摄，再总结，再分析，摒弃缺点，保留好的。第三次拍摄时，一定会有许多满

意精彩的作品。但是如果条件不允许反复创作，那么，需要你拍摄前的准备就更要充分。

B. 在拍摄过程中，选择照片风格不易过多，这样有利于深入提升照片的品位。如，计划拍活泼俏丽型的风格，首先，在拍摄前，通过各种媒体收集过去、现在所有现实生活中关于活泼幽默的情节，做到全部过滤，组织成一些简单画面构想，再经过自身艺术修养的加工。在拍摄时，可大胆实践，积极创造。例如：现在人们的观念认为，大红大绿放在一起会很土气。那么，就是把两种颜色放在一起拍摄，让照片土得有文化底蕴。再加进一些俏皮的美姿，就一定会提升照片的蕴含和品味，并且打破旧观念，成为全新的独特风格。



(3) 相册的制作

A. 相册结构组合时，风格的把握。可以做几种风格照片放在一起的相册，一般三种就可以了，也可以每种风格各制作一本相册，这样会显得更专业。

B. 制作两类不同审美标准的相册，一类是人们按自身的审美观念能够在门市小姐的引导下接受的照片相册，一类是多数客人无法接受的照片风格的相册。虽然客人不会按这本相册的样片去拍自己的婚纱照，但这种前卫、另类的东西却会使他们耳目一新，并会认为摄影师的艺术水准和品味较高，为拍好他们的照片做足铺垫。

(4) 相册的应用

相册在实际应用过程中，会出现三种情况。第一，相册中照片的品位低于客人审美要求，应该马上放弃。第二，照片中的艺术效果客人很容易接受，那么，马上形成一种普遍运用的模式，摄影者应按样片的感觉方向发展，初学婚纱摄影的人，可以先按样片的模式完全模仿下来，等自己成熟了再慢慢揉进自己的东西。第三，照片的感觉太前卫，客人接受不了，需要放一段时间或由门市小姐解释作品的艺术效果，引导其消费。

7. 其他

样本的开发，就像专卖店的衣服一样，一年四季都在设计和创新，领导市场，带动年轻人，他们实际工作方式是一边销售一边开发。而婚纱摄影师必须利用淡季创作作品，然后应用在旺季的经营上。但由于创作受影楼内部经费或摄影者水平影响，不能正常进行，于是社会上出现了专门卖样片的公司或到全国各地拍样片的公司。买这样公司的样片，成本低，见效快，但会有许多弊端，比如：礼服、背景、道具等等在影楼中找不到，在以后的销售中也会受影响。后者的成本很高，但是收效也很大，一方面可使公司摄影师、化妆造型师有个学习提升的机会，另一方面，全部用公司的服装、背景，很真实，客人认同率高。

四、如何解决客人存在的肢体问题

1. 要解决一个关于“大众审美”的观念问题

在一定时期，一定历史年代都有其独特的审美观。且不论古时的审美观念，在上世纪80年代之前，人们对美的认识也只是单纯的漂亮。在改革开放以后，外界的新思潮不断冲刷着每个青年人，于是乎有些求新、求变、求异的年轻人，只因原来美得太单调，太乏味，没有刺激，没有新鲜，再加上年轻人叛逆的心理，喜新厌旧的天性，把现实中的“丑”的行为与现象当做“美”来装饰与欣赏，审美与审丑似乎变得模糊。“酷”这个字就是一个典型审美观念的叛逆。

现在大众审美观的特点：继承了古人的一部分审美观念，接受和吸收了国外和港台的一部分审美观念，发展和开创



千人一面



特殊风格的图片

了有中国特色的审美——自我个性审美观念。而婚纱摄影就是其中一小股关于审美思潮的旋风。在1993年，经营者带着台湾准新人审美观念，开拓并改变了大陆青年人关于结婚过程最敏感的审美需求，形成了具有一定审美特点的婚纱文化，其产物就是新兴的婚纱摄影产业公司。

我们不难看出，在商业婚纱摄影中“大众审美”的内容，实质上就是台湾、香港人开创的婚纱文化，其表现形式是：苗条而丰满的身材，纤细动人的手，精致个性的美甲，洁白有光泽的肌肤，红润亮丽的瓜子脸，弯而有性格的线眉，不大不小的嘴唇，高而挺直的鼻梁，大而有神的眼睛，长而多色的睫毛，各种前卫的造型头发等等。这一切都是当前普遍流行的大众审美，因而有人称之为千人一面的照片。有这样一件事：新郎错拿别人照片当自己新娘的照片，挂在新房好久，但后来被朋友发现了。像是一场恶作剧，听起来可笑至极。

随着经济的发展，人们审美意识的提高，影楼的审美风格也在不断变化。最近几年，已形成带有一定个性的个人形象设计风格。首先打破了千人一面，取而代之的是追求真我自然，既是本人，又很漂亮的整体造型。这也是当今化妆师要解决的问题。

2、要调整把握客人的肢体语言

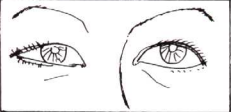
在拍摄过程中，观察、认知和把握并运用一切摄影语言来调整把握客人的肢体语言。其形式内容是性格展现个性美。

有这样一个小故事：一位残暴的君主，生下来就是一条腿瘸，一只眼睛瞎。有这么一天，大臣建议他画一张肖像留给后人。

于是，找来了三位天下最好的画师为他作画。第一位画师把国王画得很完美，腿不瘸、眼不瞎，国王看后立即把他杀了。第二位画师见此情景，把国王画得很真实，与本人一般无二，国王看后，又把此人杀了。第三位画师深思熟虑，画出了第三幅肖像，国王看后大悦，以重金奖赏了此人。这画的内容是国王跪着一条腿，闭着一只眼睛打猎。我们在这则小故事中，不难看出“完美”的真正含义。我们要做的就是像这第三位画师那样：发现认知了“丑”的方面，巧妙地运用肢体语言和道具解决问题，并又以高超的画艺升华了“美”，达到了国王的审美要求。

3、对不同肢体及五官的处理

可按普通正常人和有缺陷的客人二部分，分析在拍摄过程中，所遇到的肢体语言和五官问题。下面将用图表和文字说明如何发现、认知改正并升华客人五官和肢体，达到大众的审美需求。但要注意，当用摄影语言来运作这种行为时，一定不要喧宾夺主，抢掉画面主题，破坏照片的艺术效果。

	客观现实的发现与认知	主观改正	升华到艺术完美
眼	大小眼 	用摄影角度改正： 小眼处在镜头前， 大眼稍靠后。 	在拍摄过程中，一般有三种眼神变化。 一、不正视镜头，看上去有内涵。 二、正视镜头，更具有视觉冲击力。 三、闭着眼睛，多为浪漫温馨。 眼为心灵之窗口，眼睛能传神，传情，眼睛会说话，具体的眼神有：
	斜视眼 	用手手指点要看的部位纠正眼神的方向。 	
	眼袋大 	用包围光或U形布光法或用化妆品在眼袋的部位化浅一些。 