

中国高等美术院校
课程教学经典案例

杨野 主编 / 高生升 著

创意摄影基础

ZHONGGUOGAODENGMEISHUYU ANXIAO

KECHENGJIAOXUEJINGDIANANLI

CHUANGYI SHEYING JICHU



图书在版编目 (CIP) 数据

创意摄影基础 / 高生升著. —北京:北京工艺美术出版社, 2013.12

(高等美术院校课程教学经典案例 / 杨野主编)

ISBN 978-7-5140-0416-8

I. ①创… II. ①高… III. ①摄影艺术—高等学校—教学参考资料 IV. ①J41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 257951 号

出版人: 陈高潮

责任编辑: 陈朝华 高萌萌

责任印刷: 宋朝晖

中国高等美术院校课程教学经典案例

创意摄影基础

高生升 著 杨野 主编

出版发行 北京工艺美术出版社

地址 北京市东城区和平里七区 16 号

邮 编 100013

电话 (010) 84255105 (总编室)

(010) 64280399 (编辑部)

(010) 64283671 (发行部)

传真 (010) 64280045/84255105

网址 www.gmcbs.cn

经销 全国新华书店

制作 北京汉唐艺林文化发展有限公司

印刷 北京恒嘉印刷有限责任公司

开本 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印张 1.75

版次 2013 年 12 月第 1 版

印次 2013 年 12 月第 1 次印刷

印数 1~3000

书号 ISBN 978-7-5140-0416-8

总定价 (11 册) 176.00 元 (16 元系列丛书)



作者简介

高生升 中国工艺美术协会会员，
沈阳市青年美术家协会会员。

2001年毕业于鲁迅美术学院，获学士学位；2001年至2004年于辽宁电视台任摄像师；2007年于鲁迅美术学院获硕士学位；2007年至2010年于西安美术学院任专业教师。2012年在英国谢菲尔德哈勒姆大学访学，2010年至今于沈阳师范大学美术与设计学院任教，兼任数码影像工作室主任。

前言

设计作为人类生物性与社会性的一种生存方式，是人类历史不可分割的一部分，就像是生命体的新陈代谢一样，改变着人们的生活方式。优秀的设计教育作为现当代的新兴教育模式推动了人们生存方式的价值提升，同时也给人们的精神生活提供了广阔思维想象。

1919年德国包豪斯学校确立了现代设计教育体系，是西方设计教育历史的里程碑。现代设计教育在我国起步较晚，但从20世纪80年代开始，随着我国经济的快速发展，人们越来越多地意识到现代设计教育与创新俨然成为世界经济发展的一部分，而受到格外的重视。设计人才潜在的市场需求，也带动了我国设计教育的快速发展，设计专业如雨后春笋在全国高等院校快速成长，设计专业学生数目急剧增加。目前我国设计类院校正在调整设计专业结构，调整更新设计课程内容，推行学分制改革，在创新设计教学模式上有了长足的发展，使学生在有效的学习时间里，对于所学设计知识能够系统地理解和把握。

沈阳师范大学美术与设计学院自建系、建院以来，设计学科的建设逐渐成熟完善，成功地实施与国外联合办学，建立了多所教学实习基地，并在2007年推出《十一五教育规划教材设计教学系列》10本教材，在教学实践中得到学生们的广泛认可，教材使用与发行遍布全国，一版再版。结合这10本教材的编著及教学经验，学院又开始策划编著这套《中国高等美术院校课程教学经典案例》。编著此系列教材的目标是通过本书系的编写出版和推广，将设计专业发展理念贯彻到课程教学知识体系和教学方式中，使这一系列课程搭配结构更合理、更具有系统性和开放性。这套系列丛书由不同的作者撰写，这些作者在设计领域都有一定的学术建树和良好的教学经验，虽然治学风格不同，但都有对设计专业的炽爱。

这套丛书的突出特点之一是鲜明的设计观，充分体现了艺术设计发展的特点和国际化的趋势；其二是强烈的时代感，充分完整的设计理念、详实的内容、最新的资料和实例；其三是突出的实用性，充分体现了专业实用性特点，注重学生创新能力和素质的培养，注重历史与现实的结合和延续。每一本教材都是作者根据该课程的教学大纲及多年的设计学科教学经验和学生教学的实际情况编写，符合学科的专业特点与大纲要求，教学体系科学、系统、严谨、先进，无论从史料文字的确凿性及图例的代表性，都为学生的研究性学习和自主学习的开展，提供了有效的文献资料和资料清单。

我们诚挚地希望这套丛书的出版发行，既能满足本学院设计专业学生的教学需要，又能够满足促进其他院校设计专业课程建设及学生设计的需要。它们将给未来的设计专业学生提供知识，进行设计研究，真实地表现现代生活，在未来设计创造的图像世界中去恣意享受视觉文明，诗意地栖居在地球上。

《创意摄影基础》课程教学案例

一、课程简介

创意摄影课程为数码媒体设计专业本科学生必修的专业骨干课程。本课程以美术基础、摄影基础、计算机基础等先修课程为基础,让学生学会如何进行构思,怎样构图,如何布光,采取何种表现形式进行创意摄影创作,掌握如何向观众表达一定的商业宣传信息和主题思想,侧重广告摄影理论与广告摄影表现的有机结合,同时兼顾与广告设计、美学理论、影视广告、广告策划、广告文案等课程的横向联系。本课程力图从培养创意表现能力,提高综合素质的教学目标出发,建立一个科学、合理的实验教学课程体系。

本课程的教学过程注重以实际案例操作为基础,开放性的思维创意引导练习为主线;实验性的拍摄技巧为手段,力求做到内容翔实,结构合理,达到应有的理论性、实用性和开拓性的和谐统一。

二、课程性质

本课程在理论指导的基础上,具有很强的操作性与实践性,具有完备的实验教学体系。整个教学过程需要大量的实验来增强学生的感性认识,提高教学效果。本课程属于教学实验性课程。

通过本课程的理论指导和实验训练,做到熟练掌握摄影技术的基本操作与技巧,并结合与之相关的各学科综合知识,融合创意与设计理念,拍摄制作出具有专业设计思想与表现手法的创意摄影作品。

三、教学目的和任务

通过该课程的学习,熟练使用创意摄影所需的各种器材,正确控制曝光,学会创意摄影的思维方法、拍摄技巧、造型手段、表现形式,并能在表现形式上有所创新。

力求培养出具备广博的知识、较高的艺术修养、高超的技术、精湛的技巧和时尚的品位、超前的创意思想的复合型摄影人才。

四、课程内容

理论讲授:相机的操作技巧、影调表现、色彩、空间、比例、情绪表达、超现实主义表现及视觉联想。

第一章 摄影基础

1. 设计语言

2. 摄影语言

第二章 创造性思维

1. 创造性思维

2. 创意思维的形成过程

第三章 创意摄影的拍摄技巧

1. 创意摄影的造型手法

2. 创意摄影的技术手段

第四章 创意摄影的应用表现

1. 创意摄影应用分类

2. 作品欣赏



图片来自 flickr 网站

五、课程创新点

1. 本课程以具体商业案例为依据,着重对广告摄影的创意思维进行深入的剖析解读,使学生熟练掌握广告摄影的创意方法及制作表现方法。

2. 教学模式将以教师讲授与学生共同讨论为主,针对具体项目,将广告摄影的整个创意过程集体分析讨论。

3. 本课程中学生的素材收集笔记和创意产生过程的笔记将作为评分标准中的项目。

实验环节:影棚拍摄。

六、课程作业以及课堂辅导

作业:

1. 按不同章节的要求共完成 20 张符合要求的创意摄影作品。

2. 收集素材资料的整理笔记。

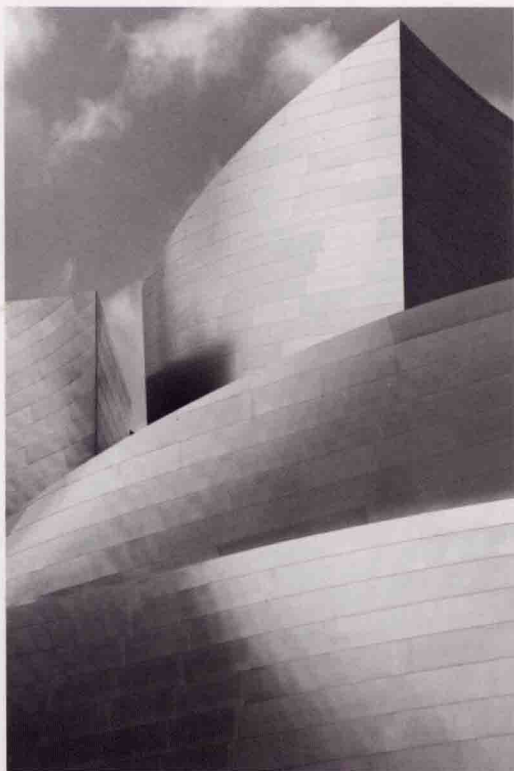
3. 创意产生过程的草稿素材笔记。

教学总结:理论讲授、课堂作业和课堂辅导完毕后,就本课程的整体情况、讲授中存在的主要难点等进行系统总结。

第一章 摄影基础

一、设计语言

设计是精心计划、筹措之后的产物。在创作一张摄影作品之前,要在头脑中考虑要以什么对象为拍摄主体,并要用什么方法去创造这个图像,以及创作者对于所选择的题材想说些什么。只有当照片通过恰当的设计语言传达了创作者的意图,设计才算是成功。



形状《灰色系》高生升 2013



线条《栏》高生升 2013



影调 图片来自 123RF 网站

1. 设计语言的构图

《美国纽约摄影学院摄影教材》中阐述一幅好的摄影作品必须具备三个原则：一是画面要有明确的主题，二是画面中要有一个吸引人的主体，三是画面必须简洁。在摄影创作的前期阶段以此为原则去设计构图将会得到不错的效果。

当创作者根据具体项目确定了创作主题后，作品的呈现在很大程度上就要取决于构图。构图是作品外在的呈现形式，简单地讲就是图像构成的样子。

构图是一个区分形式元素并将它们组织起来产生一个最终图像的过程。构图中的形式元素可以概括为线条、形状、影调、质感、空间和颜色。

线条：线条在设计中有很强的情绪表达作用，比如直线给人坚硬、冷静的视觉感受，曲线则让人产生柔软、活跃的视觉感受，波浪线则给人松弛、躁动的感觉等等，根据每种线条的表现手法不同，感觉也会随之变化。

线条本身具有牵引视线、分割画面等不同的作用，线条本身可以是具象的形，也可以是光影的边界，线在作品中以实和虚两种不同的状态存在。

形状：形状在摄影构图中的概念也是相对的，通常是可能存在的，也可能是不存在的边界线。形状也可以是一个由光、质感和颜色组成的一个区域。线的勾勒就会形成形状。



质感《老车们》 高生升 2013



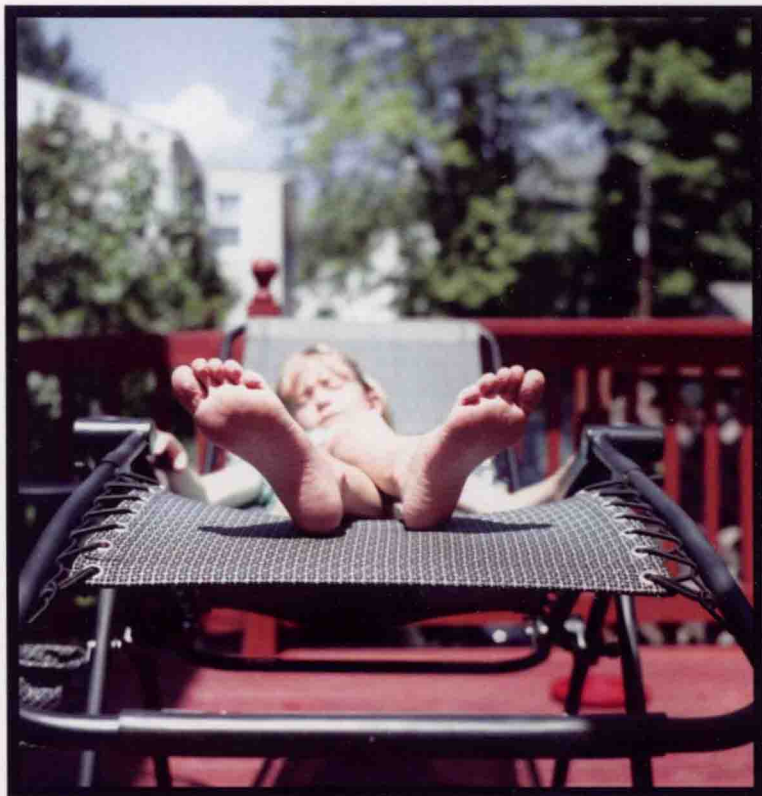
颜色《红配黄》 高生升 2013

影调：简单理解就是片子的基调。影指光影即黑白关系、调指色调即色彩关系。影调可能是微妙的灰色对比关系，也可能是强烈的黑白反差的关系。

质感：质感是光和物体表面互相作用产生的特性，是物象表面的特征。在摄影创作中根据设计的需要，可以利用光线，突显或削弱质感。

空间：空间既可以是二维的，也可以是三维的。它通常是指在二维媒介上表现三维。正像物体有阴阳之分，形状和空间也有正负之分。在阳的形体之间分别是阴的体积和空间。

颜色：维基百科解释“颜色是通过眼、脑和我们的生活经验所产生的一种对光的视觉效应。人对颜色的感觉不仅仅由光的物理性质所决定，比如人类对颜色的感觉往往受到周围颜色的影响。有时人们也将物质产生不同颜色的物理特性直接称为颜色。”颜色对我们的作品的基调和情感有很大的影响。



空间 图片来自 flickr 网站

重复变化《看车人》高生升 2012



2. 设计原则

设计原则已经被之前优秀的设计师们总结了出来,创作者可以将这些原则直接借鉴使用,在重复工作的过程中,根据摄影本身的工艺特性以及创作者自身的美学修养,自然会总结出一些独到的见解,就创意摄影来说,对设计原则的考虑应该包括:重复变化、对称与均衡、对比与统一、视觉重心等。

对比统一《橄榄枝》
高生升 2012



重复《公共交通》高生升 2012



对称《窗》高生升 2012

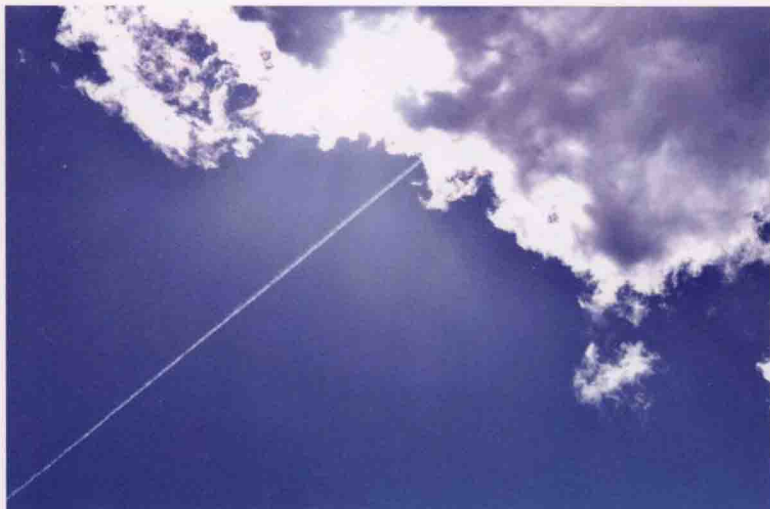


均衡1《致远方》高生升 2012

重复变化: 重复变化很容易就能被认识到,但也可能很难在简单的重复和视觉混乱中找到很好的平衡。这意味着要使用同样或类似的物体,或引入一个新的具有反差的元素——同样的形状,但不同的质感;同样的颜色,但不同的形状。

对称与均衡: 对称的形态在视觉上有自然、安定、均匀、协调、整齐、典雅、庄重、完美的朴素美感,符合人们的视觉习惯。均衡是根据形象的大小、轻重、色彩及其他视觉要素的分布作用于视觉判断的平衡。平面构图上通常以视觉中心(视觉冲击最强的地方的中点)为支点,各构成要素以此支点保持视觉意义上的力度平衡。一个经典的试验是将画布用一个中央垂直线分开,然后根据形状的大小和明暗的运用等手法来判断两边的平衡。平衡可以从一边到另一边或者从上到下,但一幅图像中前景与背景元素的平衡也一样重要。

对比与统一: 对比又称对照,把反差很大的两个视觉要素成功地配列于一起,在使人感受到鲜明强烈的感触时仍具有统一感的现象称为对比。它能使主题更加鲜明,视觉效果更加活跃。在摄影中强调运用光或颜色来吸引观众并引起观看者的注意,同时也可以通过控制景深来达到此种效果。



均衡2 《一线天》 高生升 2012



视觉重心 《红卡车》 高生升 2013

视觉重心: 在平面构图中,任何形体的重心位置都和视觉的安定有紧密的关系。人的视觉安定与造型的形式美的关系比较复杂,人的视线接触画面,视线常常迅速由左上角到左下角,再通过中心部分至右上角经右下角,然后回到以画面最吸引视线的中心视圈位置上停留下来,这个中心点就是视觉的重心。但画面轮廓的变化、图形的聚散、色彩或明暗的分布等都可对视觉重心产生影响。在摄影构图中可通过调节焦点的虚实来产生视觉重心。

二、摄影语言

光圈: 光圈是控制曝光和景深的重要因素,如运用大光圈拍摄可产生浅景深效果,运用小光圈拍摄,可产生大景深的效果。

快门速度: 快门速度是控制曝光时间及被摄物成像效果的基本手段,如运用较高的快门速度能够抓拍到精彩瞬间,用较低的快门速度拍摄就会减弱速度感,如1秒的速度拍飞泻的水流,则水流会丧失其原有的奔腾动势而变得缠绵轻柔、梦幻缥缈。

曝光量: 光圈和快门的组合决定曝光量,恰当运用曝光会获得一定的艺术效果。比如,拍摄逆光下的人物,如以明亮背景的亮度为曝光依据,则产生剪影效果;如以人物面部亮度决定曝光量,则人物曝光准确而背景曝光过度失去层次,产生不同的效果。曝光准确并非就是最好的,改变曝光量往往会产生特殊的效果。如曝光过度会削弱色彩的强



光圈 《花季》 高生升 2012



快门速度 《寻找远方》 高生升 2012

烈程度而使其显得柔和，有利于创造梦幻朦胧或气氛宁静的效果，而曝光不足则色彩显得浓重，用来表现苍凉寂寞的题材很适合。

焦点：对焦也是拍摄活动不可避免的技术环节。镜头的焦点控制被摄主体成像的清晰程度，焦点与光圈的适当搭配往往会产生出奇的效果。比如，春回大地，万物复苏，若以柳枝的嫩叶作为焦点，用大光圈使人群尤其是打着雨伞的人群虚化为五颜六色的模糊色块，清晰的嫩叶和色彩缤纷的背景构成春天的景象。

焦距：焦距是摄影镜头的重要特性之一，它直接影响被摄体成像的大小、景深的大小以及镜头视角的大小。从鱼眼镜头、广角镜头、标准镜头、中焦镜头到长焦镜头各有不同的性能。如广角镜头形成的透视效果十分强烈，常常用来拍摄大场面，并且前景、中景、后景均十分清晰。



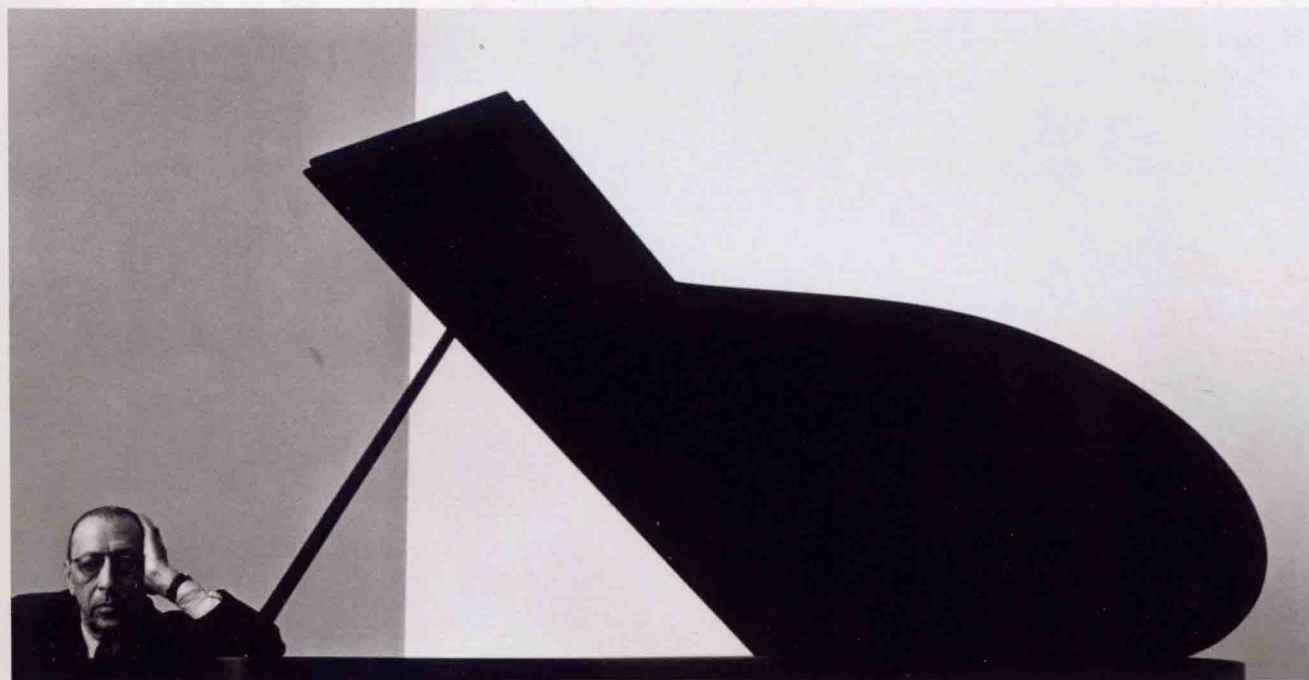
曝光量《傍晚情话》 高生升 2012



焦距《绿灯》 高生升 2012



焦点《谁叫我》 高生升 2012



阿诺德·纽曼《斯特拉文斯基》 1946

第二章 创意摄影与创造性思维

“没有创意，就没有摄影”，美国著名摄影家阿诺德·纽曼曾这样说过。

创造性思维活动是人的创造性得以发挥和创造成果得以形成的决定因素，可以说，创造性思维是创造性的核心。

一、创造性思维

在摄影领域，凡是突破传统思维习惯，以新颖独创的方法解决问题的思维过程，都可以称为创造性思维，这种思维常使人产生独特的见解和大胆的决策，获得意想不到的效果。

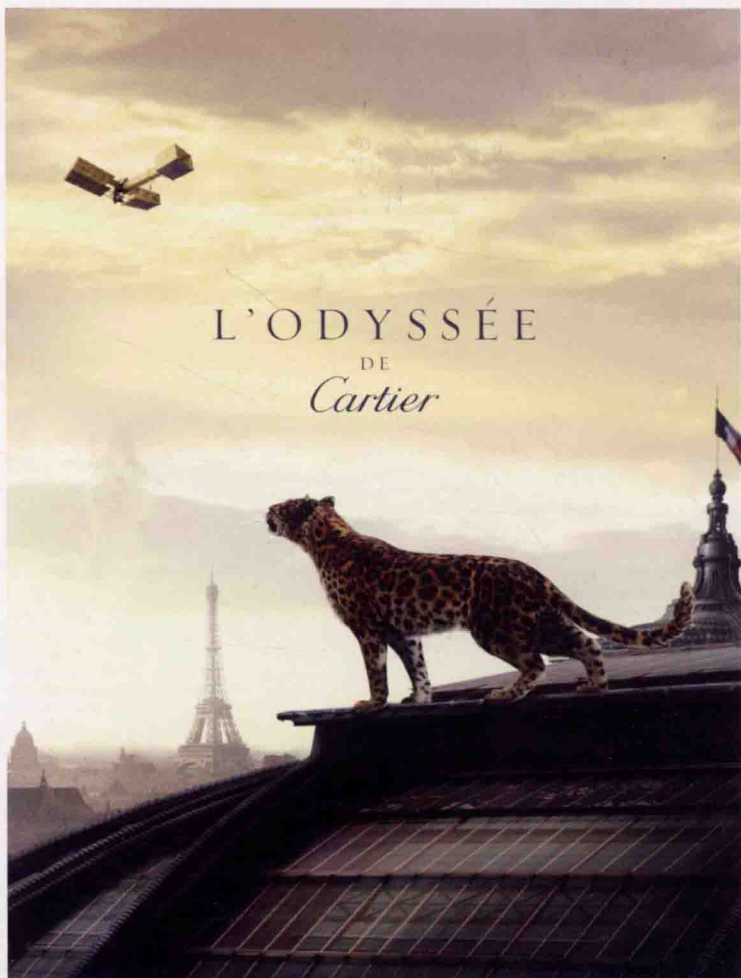
爱因斯坦说：“想象力比知识更重要，因为知识是有限的，而想象力概括着世界上的一切，推动着进步，并且是知识进化的源泉。”与科学一样，没有想象力的创意，是不可能创作出有感染力的作品的。

在摄影视觉创意中，用摄影独特的视觉语言和叙述方式，按照审美规律，能够把介于现实和虚幻之间的情感付诸于画面，同时把受众的情感从记忆中唤醒，使作品呈现出最佳状态。

卓别林说过：“和拉提琴或弹钢琴相似，思考也是需要每天练习的。”创造性思维是在一般思维的基础上发展起来的，它是后天培养与训练的结果。

二、创意思维的形成过程

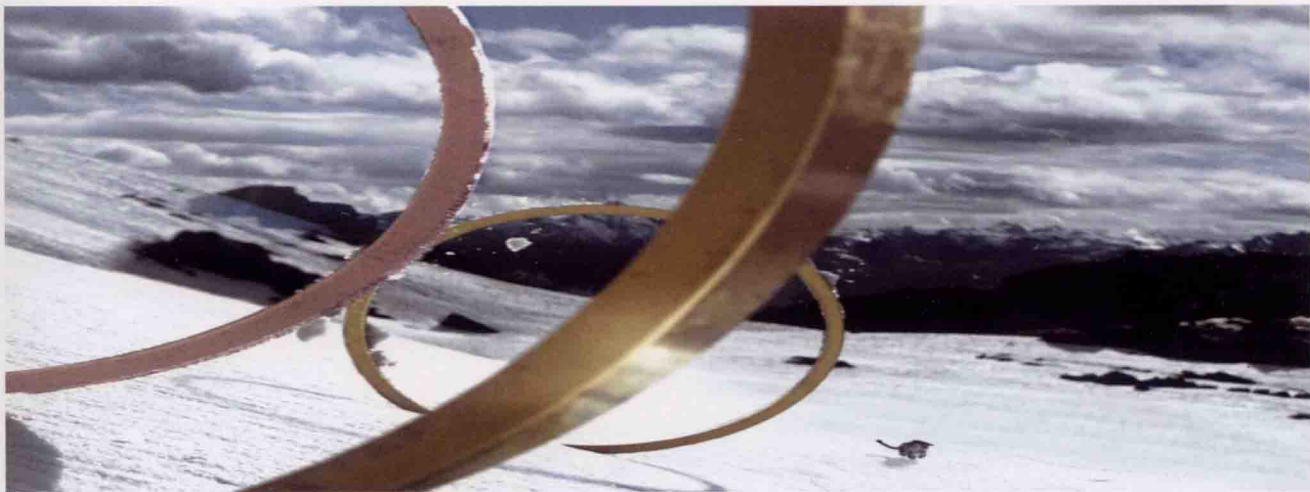
“古今之成大事业、大学问者，罔不经过三种之境界：‘昨夜西风凋碧树。独上高楼，望尽天涯路。’（晏殊）此第一境界也。‘衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴。’（欧阳永叔）此第二境界也。‘众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处。’（辛弃疾）此第三境



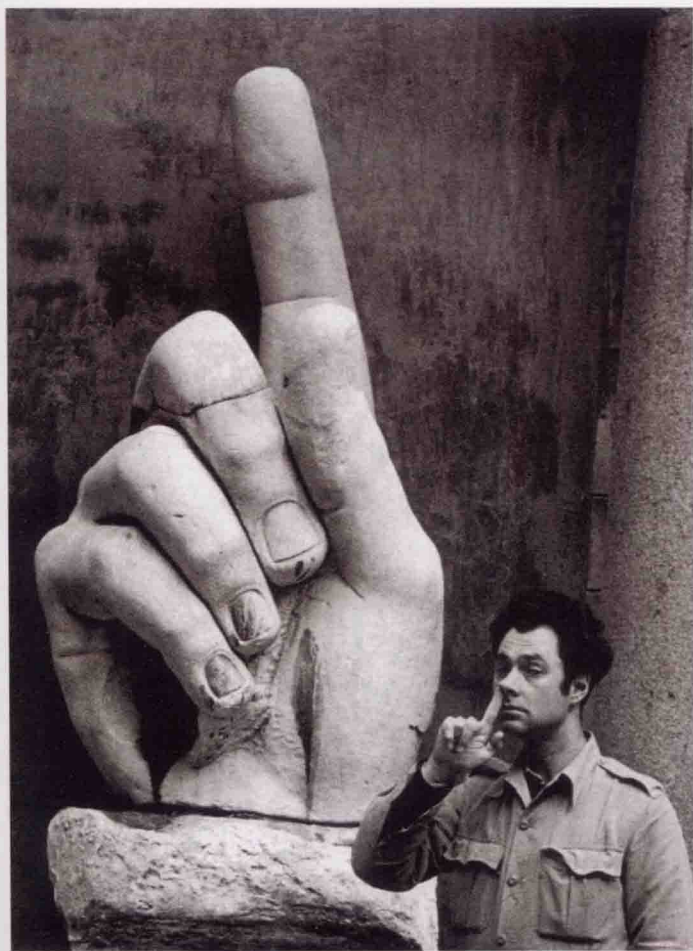
卡地亚创意广告2 2012



《饯》 高生升 2012



卡地亚创意广告2 2012



艾略特·厄韦特作品1



让鲁普·西夫作品

界也。此等语非大词人不能道。然遽以此意解释诸词，恐为晏、欧诸公所不诈也。”

上述是王国维的“三重境界”论，其简单解释为：一阶段是寻找目标的发现问题阶段，二是寻找问题解决的阶段，三是顿悟的阶段。此说是王国维对古今成大事者思维过程转变的总结，正与创意思维产生的过程相同。



比尔·布兰德作品1



比尔·布兰德作品2

1. 第一阶段

顶尖设计师是那些能够获得最多信息的人。

——斯蒂芬·贝利 (Stephen Bailey,
前伦敦设计博物馆馆长)

当创作者明确主题,着力开始创作时,头脑中将会显现之前收集整理出的各种素材资料,正如斯蒂芬·贝利所说,“资料信息”对设计师、摄影师来讲太重要了,从没有设计师或摄影师回避自己在素材资料中获取灵感。

所以在明确主题之后,要根据这一主线全面地收集与之相关的素材,可以通过图书馆、网络、问卷调查等方式将资料抄写、拍照、扫描、复印、整理出一个自己的资料系统,在此期间要注意资料的分类及在电脑中的存储和备份。

此阶段对于创意摄影是至关重要的一步,寻找、收集、整理资料、素材的过程本身就是创造性的工作,资料信息浩如烟海,如何选择适合的资料则是由创作者本身的审美情趣和主观意愿所决定,所以收集到适合主题的资料信息并将其分类整理,包括信息的不断更新是任何创意发生发展的前提。

爱迪生为了发明电灯,据说,光收集整理成的笔记就200多本,总计达四万多页。可见,任何发明创造都不是凭空杜撰,都是在日积月累,大量观察研究的基础上

进行的。

2. 第二阶段

比尔·布兰德在1948年说:“摄影师的工作就是比常人更加认真地看。他必须保持这样一种品质——像一个孩子第一次看到世界,像一个旅行者第一次进入陌生的国度。”

此阶段在创意产生过程中尤为重要,创作者要将自己头脑中组织出的图像资料根据不同的方式抽离、组合、拆减、提炼,在一次次决定与否定的结果中进行比较,任何付诸实践的创意思维方法都会为最后的创意实现做出贡献。

(1) 唯一性思维

创意不是在寻找普遍性,而是在寻找唯一性。

创作者的创作思维一定要超越常规,向外扩展,找出与众不同的看法和思路,赋予主体最新的创意和内涵,使创作出来的作品从外在形式到内在意境都具有独特的艺术气质。

(2) 广度与深度思维

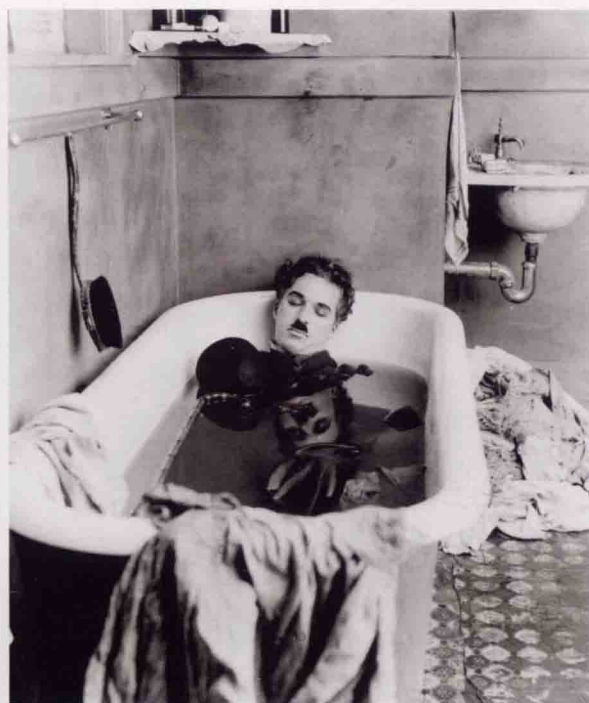
摄影师要学会全面、立体地看问题,观察问题的各个层面,分析问题的各个环节,大胆设想,综合思考,有时还要作突破常规、超越时空的大胆构想,从而抓住重点,形成新的创意思路。思维的深度是指在考虑问题时,要深入到客观事物的内部,抓住问题的关键、核心,即事物的本质部分,来进行由远到近、由表及里、层层递进、步步深



唯一性 图片来自 flickr 网站



逆向思维 图片来自 flickr 网站



广度与深度 查理·卓别林《城市之光》 1931

入的思考。

(3) 逆向思维

它是对司空见惯的似乎已成定论的事物或观点反过来思考的一种思维方式。

在创意摄影思维中,如果只是顺着某一思路思考,往往找不到最佳的感觉而始终不能进入最好的创作状态。这时可以让思维向左右发散,或作逆向推理,有时能得到意外的收获,从而促使视觉艺术思维的完善和创作的成功。

(4) 灵感思维

是指凭借直觉而进行的快速、顿悟性的思维。它不是一种简单逻辑或非逻辑的单向思维运动,而是逻辑性与非逻辑



灵感思维《追》 高生升 2012



灵感思维《天使》 高生升 2012

性相统一的理性思维整体过程。

灵感思维是创意摄影思维中经常出现的一种思维形式。在摄影创作中,摄影师潜藏于心灵深处的想法经过反复思考而突然闪现出来,或因某种偶然因素激发后突然有所领悟,达到创意的飞跃,各种新形象、新思路、新发现突然而至,这就是灵感。灵感的出现是思维过程必然性与偶然性的统一,是智力达到一个新层次的标志。灵感能够使摄影师创意无限,获得成功。

(5) 发散思维

创意摄影创作中,摄影师的创意思维要在综合拍摄主题、内容、环境、审美等各方面因素的基础之上向外发散,吸



错觉视觉1 艾略特·厄韦特 纽约



错觉视觉2 艾略特·厄韦特 纽约



发散思维《平等的街》 高生升 2012



跳跃思维《脚步》 高生升 2012

收其他各种因素，如：民族风俗、艺术形式、文化传统等。摄影师接触的事物越多，知识面越广，想象力就越丰富。

(6) 错视思维

错视就是在人们已经习惯了视觉形象中有意识地将物象局部进行错视的视知觉。如利用线条方向和线条穿插、物象的大小对比；视觉反转图形来改变视觉形象，形成一种奇特、创新的视觉意境，吸引人们的注意，加强视觉记忆。



发散思维 图片来自 flickr 网站

(7) 跳跃思维

创意摄影的构思思维的形式是灵活多变的，在拍摄中，思维可以不顺从既定的思路，而从一个思维基点跳跃到另一个基点。如拍摄时还要考虑物象的色彩、质感、光影、角度、焦距、风格特征等，每个基点又能够运用发散思维发散出更多的可利用的视觉因素。拍摄思路在这些基点之间反复跳跃，最终优化选择最佳视觉因素，使拍摄思路逐渐清晰，视

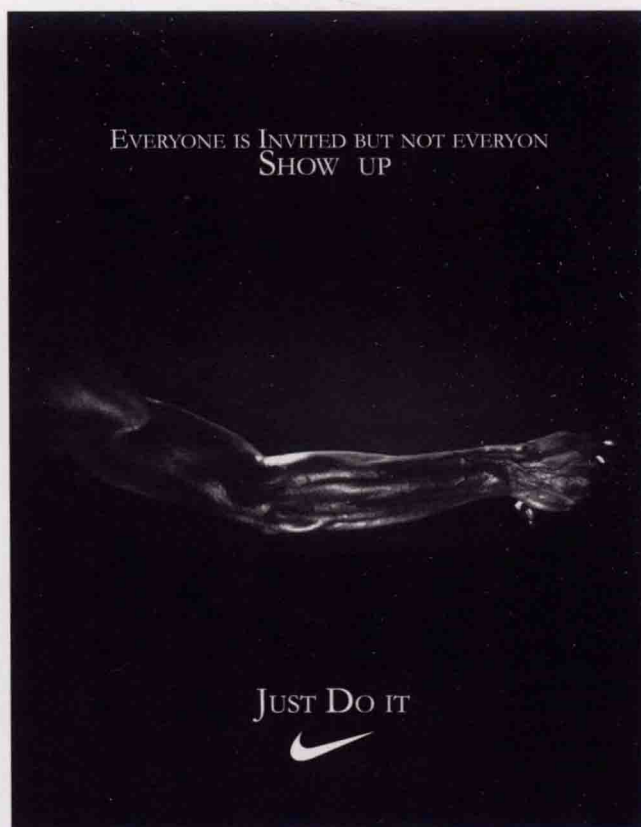
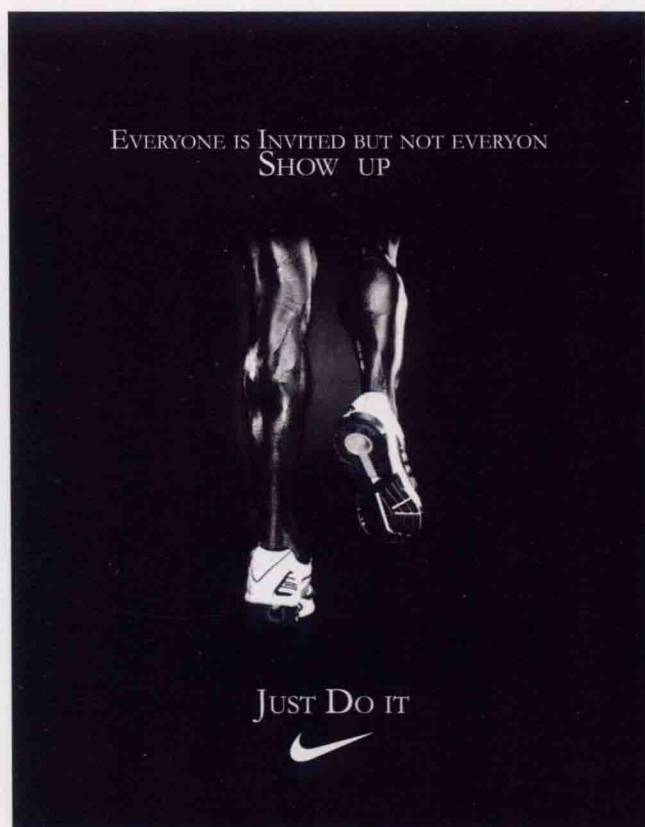
觉形象明确。

3. 第三阶段

一个日常勤于思维的人，就易于进入创造思维的状态，就易激活潜意识，从而产生灵感。创新者在平时就要善于从小事做起，进行思维训练，不断提出新的构想，使思维具有连贯性，保持活跃的态势。

“耐克公司的创始人比尔·鲍尔曼，一天正在吃妻子做的威化饼，感觉特别舒服。于是，他被触动了，如果把跑鞋制成威化饼的样式，会有怎样的效果呢？于是，他就拿着妻子做威化饼的特制铁锅到办公室研究起来，之后，制成了第一双鞋样。这就是有名的耐克鞋的发明。”

经过前两个阶段的准备和酝酿，思维已达到一个相当成熟的阶段，在解决问题的过程中，常常会进入一种豁然开朗的状态，这就是前面所讲的灵感。



耐克广告