



电视广告创作

Television Commercial Production

淮阴师范学院
传媒学院 康力平

2019-2020学年第2学期第6讲

电视广告文案



- 常用镜头取景角度
- 倾斜镜头(canted)：【不安】
- 亦称荷兰镜头(Dutch)、斜角镜头(oblique)。
- 镜头里地平线是倾斜的。
- 通常用来表现不稳定、不平静，不安、迷失，或某个转折的时刻。



电视广告文案



■ 常用镜头取景角度

■ 鸟瞰镜头(bird's-eye view)：【**监视**】

■ 亦称上帝视角(God's-eye view)或
大俯拍镜头(extreme down shot)。

■ 从极高处往下俯拍，有**监视**之意。

■ 虫视镜头(worm's-eye view)：【**强大**】

■ 亦称大仰拍镜头(extreme up shot)。

■ 从极低处往上仰拍，有**强大**之意。



电视广告文案



- 常用镜头取景角度
- 过肩镜头(over-the-shoulder shot)：【关注】
- 从后方拍摄越过某角色肩膀的镜头。
- 传达对话、注视、凝视之意。
- 观点镜头(point-of-view shot)：【融入】
- 镜头模拟某一角色的视野，画面即为此角色所看见之事物。
- 让观众融入角色的视野。



电视广告文案

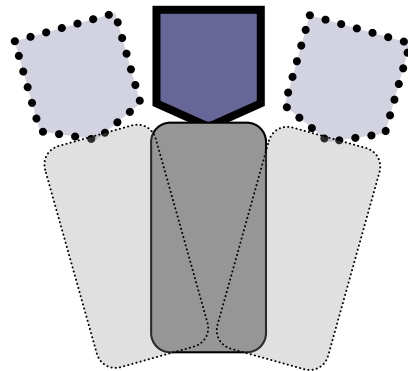


- 常用镜头取景角度
- 摄影机脚架不动
- 变焦镜头 (zoom)：【凸显】
- 摄影机透过变焦镜头来扩大 (zoom-in) 或缩小 (zoom-out) 景框内影像。
- 横摇镜头 (pan)：【引导】
- 摄影机在定点，以水平移动方式横扫整个场景。

变焦 (zoom)



横摇 (pan)

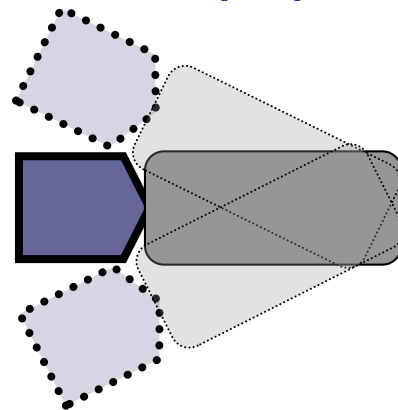


电视广告文案

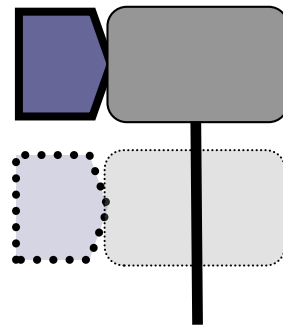


- 常用镜头取景角度
- 摄影机脚架不动
- 直摇镜头 (tilt)：【俯仰】、【打量】
- 摄影机在定点，以垂直移动方式直扫整个场景。
- 升降镜头 (pedestal)：【显现或消失】
- 摄影机在定点，机身保持水平以垂直升降方式拍摄场景。
(镜头可同时zoom-in或zoom-out)。

直摇(tilt)



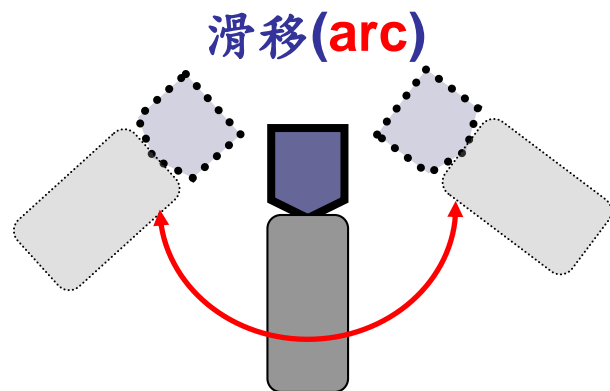
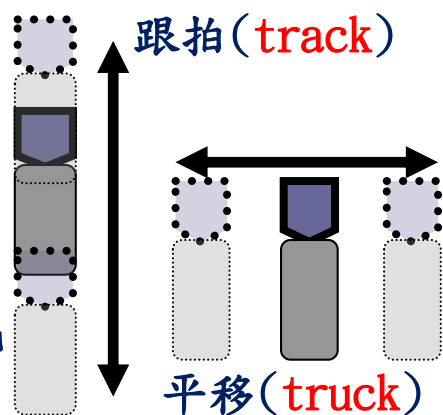
升降(pedestal)



电视广告文案



- 常用镜头取景角度
- 摄影机脚架移动
- 推拉镜头 (dolly)：【揭露】、【刺激】
- 摄影机移动，以跟拍(track)或平移(truck)方式
- 镜头拉近(pull-in)拉远(pull-back)揭露画面
(配合镜头变焦则称为zooly)。
- 滑移镜头(arc)：【流动】
- 摄影机移动，沿弧形方向环绕主体
- 搭配镜头变焦方式拍摄。

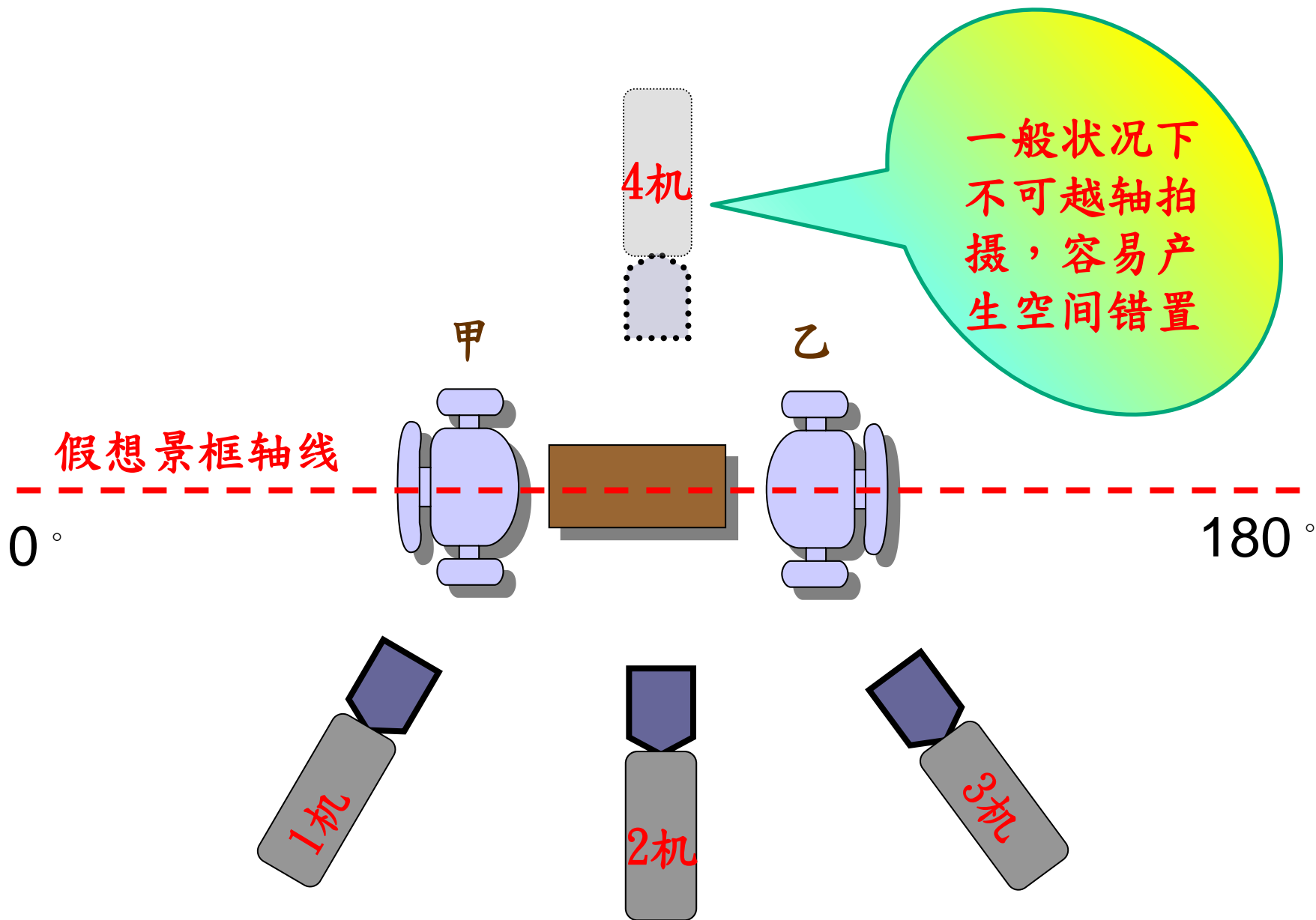


电视广告文案



- **镜头的连戏(continuity)**
- **180°法则**
- 亦称为【**右边法则**】。同一场景中，无论摄影机在哪里人物的左右关系都要维持一致，一般状况下摄影机不可越过景框轴拍摄，否则即为【**越轴**】或【**打断动作**】。
- 景框轴线并非绝对不可跨越，可采取加入**旁跳镜头**(cutaway shot)、**正面镜头**(head-on shot)、**中性镜头**(neutralizing shot)来带过，藉以区分拍摄角度的不同，让镜头连戏，让观众看得懂，减少剪辑人员的麻烦。

180° 法则 (180-degree rule)

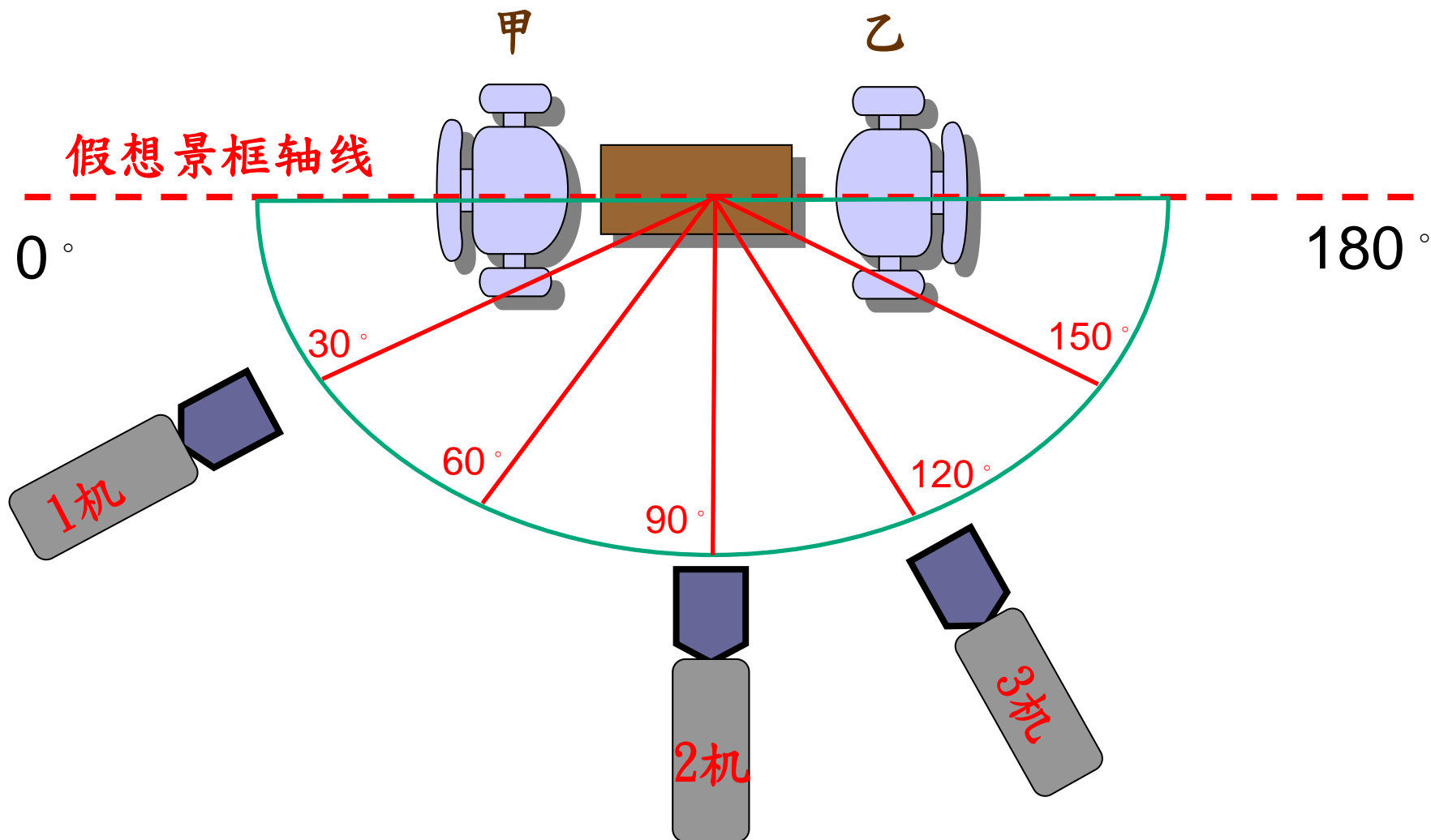


电视广告文案



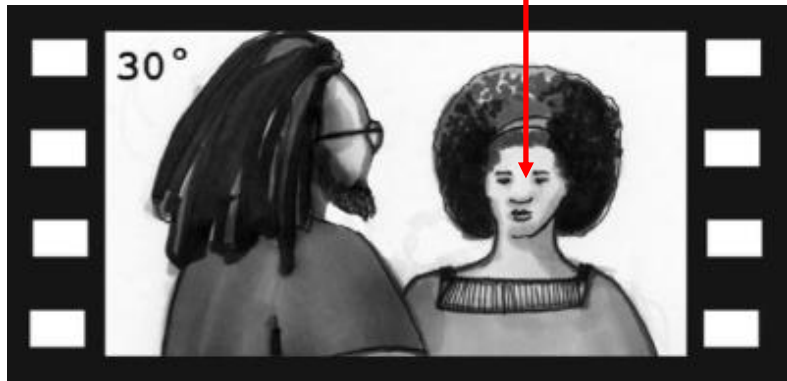
- **镜头的连戏(continuity)**
- **30°法则**
- 同一场景中，前后两个镜头的取景观点，必须沿着景框轴弧线旋转**至少30度**，同时也要遵守**180°法则**，避免不小心出现【**跳剪(跳接)**】镜头。
- **跳剪(接)镜头**意味【**突兀画面**】，除非故意制造恐怖惊悚。**30°法则**主要是让观众适应镜头带动所造成的视觉转换，修正方式同**180°法则**，以加入旁跳镜头(cutaway shot)、正面镜头(head-on shot)、中性镜头(neutralizing shot)来带过。

30° 法则 (30-degree rule)



30° 法则 (30-degree rule)

以右边演员视线为准



电视广告文案



- **镜头的连戏(continuity)**
- **屏幕方向与视觉逻辑**
- 事物从画面左边进来，观众会**期待**延续若干时间，再从右边出去。即【**动作预期性延续**】(anticipated continuation movement)，是画面与观众建立的【**视觉逻辑**】。
- 为避免混淆观众的视觉逻辑，分镜师与摄影师必须注意事物的屏幕方向，若需要打破逻辑(例如出现反拍镜头 reverse angle)，必须插入旁跳镜头、中性镜头等画面来帮助转场。

模拟汽车广告场景1

1



3



2



4



模拟汽车广告场景2

1



3



2



4



随堂作业



- **1.请接续你上周选择的30"影音广告**，依据广告内容，试着找出**2-4个关键影格(画面)**，并个别说明这些镜头所传达的意义，形式与字数不拘。
- **2.影音来源请附网页连结即可**，**千万不要寄影片到信箱!**
- **3.请以word、ppt或pdf建立档案**，字数不拘。
- **4.档案存盘名称：班级+学号+姓名+第06次作业。**
- **5.完成后请寄至：2731043909@qq.com**，信件主旨请注明：**电视广告创作第06次作业。**
- **6.请于4/3前缴交，谢谢大家!**