

# 商业摄影的艺术性与艺术摄影的商业价值

谢 济

(沈阳广播电视大学 辽宁 沈阳 110001)

**[摘要]**随着图片传播媒介的逐步拓展及数码化的全球普及,越来越多的艺术摄影图片在人群中传阅,这也意味着读图时代的来临。整体审美水平的提高让人们商业摄影的艺术性有了更高的要求,商业摄影与艺术摄影逐渐产生了交集。从创作目的和审美价值等角度进行分析论述,探讨商业摄影与艺术摄影在追求“物质”与“精神”道路上的共性与分歧。

**[关键词]**商业摄影;艺术摄影

## 1 创作目的不同

商业摄影与艺术摄影的创作目的截然不同。虽然同属于摄影学科,但是二者的种种分歧使得从事这两类摄影的摄影师似乎永远无法跨越彼此的门槛:商业摄影有系统的制作流程、规范的操作顺序并可规模化生产,其作品或者发表在各种商业媒体上作为广告宣传、或者用来个人收藏作为纪念。而艺术摄影则由艺术家本人或团队亲自制作,艺术创作并无制作规律可循,不仅不能规模化生产,而且往往要独版才有更高收藏价值。存在这些分歧的根源,是源于商业摄影与艺术摄影创作目的的差异。

### 1.1 商业摄影的创作目的

商业摄影是由出资人购买而产生的摄影行为,属于商业行业。广告摄影照片是平面广告中的元素之一,广告摄影只是广告创作流程中的一个制作环节,通常由广告公司承接、雇佣摄影师拍摄制作,这种服务是为了辅助广告宣传而生。还有其他形式的商业摄影,如婚纱摄影,是雇主(或消费者)出资购买摄影服务,以得到具有一定艺术效果的照片进行欣赏或纪念。无论何种商业摄影,其创作目的都是为出资者提供服务并为自己创造收益,没有经济回报就不存在商业摄影。

### 1.2 艺术摄影的创作目的

艺术摄影作为艺术创作的一种形式,是艺术家表达自我艺术观点的结果,是由艺术家个人或团队根据希望表达的艺术思想创作出来的作品。摄影只是艺术家为呈现其艺术观点、塑造艺术形象而选择的手段之一。因此,艺术摄影与其他艺术形式一样,这种创作不存在雇主,艺术思想的表达才是创作的根本动因和最终目的。由此可见,违背了创作目的的商业摄影,若过于注重创作中的艺术表达而忽略广告宣传或珍藏纪念的意义、不能达到雇主购买摄影服务的目的,即使其艺术性再强也无法成为合格的商业摄影作品。反之,违背了创作目的的艺术摄影,一旦以经济回报为原始动机,为了实现商业价值的意念充斥在艺术家的思想中,这样的艺术创作,不可能长久的存在于社会主流中,更不可能成为历史长河中那颗璀璨的艺术之星。

### 2 商业摄影作品价值

评价商业摄影作品的价值取向同雇主的需求密切相关。通常根据实际要求和现实意义来衡量商业摄影作品的评价标准,雇主往往是在拍摄目的实现程度的基础上,再要求作品的艺术性审美。

市场性审美追求评价标准在某种程度上也是商业摄影作品评价的标准之一,该标准主要体现在作品美感表现的创新性和受众心理艺术性两方面。对摄影作品整体画面美观性进行评价时,可以适当结合艺术摄影的相关评价标准。而商业摄影与艺术摄影的差别在于其不能太过朦胧、个性化太鲜明、构思怪异感过于强烈,否则将不被大众所接受,进而失去商业摄影传播信息的作用。因此,商业摄影作品应当明确其表达意图,利用各种表达方式让受众能够在耳目一新的同时,产生更加清晰的商业印象。

自从有数字化摄影技术以来,摄影画面较之前更加清晰,也使更多的摄影家增

进了对摄影作品的了解,在摄影态度上有了很大的转变。传统摄影作品的完成需要长时间的找寻和等待,只有通过反复的拍摄才能够取得真正令人满意的画面。而数码摄影技术应用以来,摄影者可以利用各种题材零件,通过电脑集锦完成画面的制作,摄影条件有了极大的提升、摄影者能够借助的工具也更多。在此基础上,摄影家还应不断提升自身审美修养,一幅优秀的摄影作品需要充分发挥摄影技术优势并配以创造性的头脑,这样才能真正提升商业摄影的艺术性和商业价值。

### 3 商业摄影的艺术审美

商业摄影不是简单的商业广告宣传,它不但涵盖了广告设计的基本原理,还包括了摄影艺术的形式语言,是技术与艺术的结合。地域不同,人们的审美道德规范也略有差异,这也决定了商业摄影作品潜在内涵和直接内容不能违反当地的道德行为、信仰。此外,所有的拍摄特技、电脑特技、暗房特技都有进行艺术性再加工的必要。应该从市场需求出发,树立正确的艺术摄影形象,满足大众商业摄影审美需求,不断提升商品的附加值。

根据商业作品购买的需求包括可确定内容和不可确定内容。可确定内容包括:商业摄影中存在的背景、色调、服装、道具等。还要明确摄影作品拍摄的相关规定、画质要求、画面内容,并将其内容进一步展示给出资者。这在某种程度上是对摄影师艺术审美水平的考量,例如:拍摄男士香水摄影广告。首先可以确定香水瓶的摆放位置,其次拍摄主体是商品的主要衬托者和修饰物、根据商品特点挑选不同季节的服装、确定整个画面的主色调等。而不可确定内容是相对于可确定内容而言的,往往是客户临时提出的摄影拍摄要求等。

### 4 结语

综上所述,商业摄影与艺术摄影之间逐渐呈现相互融合的现象。商业摄影在不断的追求利益最大化的同时,还要满足人们的精神需求;反之,艺术摄影在艺术家的主观创作之外,也在追求经济回报的最大化。我们要从科学发展的角度看待商业摄影的艺术性与艺术摄影的商业价值问题,不断提升自身的艺术素养和作品的感召力。如果能将博物馆中的艺术作品形式融入人们的生活中,无疑是物质和精神上的完美融合,是商业摄影价值的巨大提升,是艺术社会功能的升华,是社会经济未来发展的理想方向。

### 参考文献

[1]孙莉娜.西方摄影艺术的后现代主义转向及其后现代性精神[D].武汉:华中师范大学,2011.

[2]黄鸿仪.论中国画的“内美”[C]//新世纪美学与艺术——江苏省美学学会第七届会员大会暨学术研讨会论文集,2011.77.

### 作者简介:

谢济(1982-),男,汉族,籍贯:辽宁沈阳人,沈阳广播电视大学文法学院,讲师,硕士学位,专业:美术师范,研究方向:美术学。

# 中学美术教育中存在的问题与对策

冯 璐

(内蒙古呼和浩特市武川县第三中学 内蒙古 呼和浩特 011700)

**[摘要]**经济要发展,教育需先行。随着我国经济的发展,产业结构的升级,各行各业都对自己的职员提出了更高的要求,因此,为培养高素质的人才,我国积极开展新课程建设,提出要培养“全方面多领域共同发展”的人才。因此,原本经常被忽视的一些艺术审美教育又重新走到了大众眼前,例如,中学的美术课堂。在新课程背景下,中学美术课堂面临新的机遇与挑战,因此必须开展大范围有效的教学探索。

**[关键词]**中学美术;问题;教学措施

## 1 引言

随着科技不断完善与全新教学模式的创建,现代教育技术已经完全改变传统教育方式,教育方法更加多样与丰富。而中学美术教育的重点也从培育学生美术知识与技能,转变为提高学生综合素质,这也是新课改提出的主要目的。

### 2 中学美术课堂在新课程背景中教学探索的必要性

新课程的有效实施关系到国家的未来,是国家科技经济发展的基石,只有打好基础,才能培养出优秀的祖国接班人。就目前而言,我国的中学美术课堂教学水平参差不齐,很多学校没有意识到美术课堂对学生全面发展的重要性。美术课堂教育存在许多问题:首先,课堂教学质量不能保证。美术课堂需要大量的材料工具,而多数学校受资金限制,很难为学生准备全面的材料工具;其二,授课方式过于死板老套,美术是一门锻炼动手能力的学科,学生是课堂的主体。但就目前而言,美术课多是学生一味地跟随老师。这种模式会使学生的思维能力受到局限,禁锢了学生的艺术创造力;其三,美术课堂缺乏效率,在多数升学考试中,并没有美术学科的分值,因此,美术课堂往往是松散懈怠的节奏,课堂效率得不到保障。但是,新

课程背景下,社会要求学校输送的是全面发展的人才,其中也包括艺术审美素养。因此,中学的美术课堂出现了新的发展机遇。一方面,在教育部门整体宏观调控下,学校会为美术教学提供更多的资源。另一方面,社会对中学美术教学提出了更高的要求,会促使中学美术教学开展教学探索,推动我国中学美术教学水平迅速提高。

### 3 中学美术教学的有效措施

#### 3.1 增加课堂互动

任何学科教学都应将学生当作核心,为学生提供更多空间。传统教学基本都是教师反复讲解,要求学生记住所有知识与内容;而现代教育技术能够让教学方式与形式十分多样,特别是在互动上,更可以为学提供大量灵感与素材,促使学生充分发挥创新能力与思维。这就需要教师按照教学内容,在网络中收集图片、文字或视频做成课件,让所有学生对课件展开认真观察,共同鉴赏,深入感悟作品的创作过程与特征,之后教师提出针对性要求,让学生根据特征分辨或绘画作品,从而在增加课堂互动性的同时,有效提高学生综合能力。例如在进行水果写生时,美术教师可以根据“重复画蛋”思维作为引导,培养学生洞察力,让一个学生画出几个颜