

# 营销视域下摄影作品的文化价值挖掘与传播实践

马冰苗<sup>1</sup> 王钦<sup>2</sup>

1.韩国东国大学 韩国 首尔 255049

2.白俄罗斯国立经济大学 白俄罗斯 明斯克 220000

**【摘要】**随着摄影艺术的不断发展，摄影作品在文化传播中的作用逐渐凸显。从文化的角度来看，摄影不仅能够展现独特的艺术魅力，还能促进传统文化的广泛传播和传承。文章首先从摄影作品的文化内涵出发，探讨其在当代社会中的重要意义。接着，结合当前传媒技术，分析了如何通过高效的手段传递摄影作品中的文化信息，达到更好的文化传播效果。最后，我们讨论了如何通过合理的销售渠道，使摄影作品的文化价值能够在市场中得到应有的体现，为文化创意产业的发展提供了新的思路。

**【关键词】**摄影作品；文化价值；营销视域；传播实践；文化产业

**DOI:10.12417/3041-0630.25.24.064**

伴随着文化的发展进步，摄影作品越来越成为重要艺术表现形式并进入了商业发展轨道。摄影作品的文化价值不仅仅体现在其独特的艺术美感中，还蕴藏了关于人类、历史、社会文化的丰富的信息。站在营销角度，如何有效发掘与推销照片的文化内涵以提升其市场吸引力是当今急需解决的问题。借助横纵交流与跨域合作，借助数字化宣传方式，多渠道的融合整合使得摄影作品的文化价值能超越传统的展出模式达到广域铺开、深度渗透的效应。该研究尝试讨论利用各种营销方法、尝试实际操作来驱动摄影作品的文化价值的传导和渗透。

## 1 摄影作品的社会价值

摄影不仅仅是视觉艺术，同时附有了文化性，尤其在社会性和历史性的维度里具有了较大的文化传播价值。作为一种记录工具，拍照记录下了特定的现实场面，刻画出时代面貌，因此变成了文化和理念的记录者和传播者。一幅照片，包含着相应的文化意指和社会背景，画面通过视觉影像呈现文化理念、生活和社会关系传达给后辈。因此从社会的角度考量，照片的意义是巨大的，因为它不仅仅帮助我们回顾和思考曾经的过往，也能让后来的受众透过这些影像看懂不同历史阶段和生活变迁下的生活方式和人文情怀。

## 2 营销视域下的摄影作品传播

### 2.1 营销中的摄影作品传播模式

在当前的社会环境中，伴随着传媒输送方式的多样化，照片展示的路径也一直处于变与进的状态。早期最主要的输送方式是美术馆、博物馆、艺术展会、出版书籍等，在艺术领域有着极强的作用力，但现在因为输送路径单一、受众范围小而出现困境。但随着数字化时代的到来，新型输送方式已渐渐取代

传统输送，尤其是网络平台、社交软件、移动终端设备的运用，促使了照片输送的路径越加宽广、便捷化。现如今，在Instagram、微博、Pinterest等社交平台的帮助下，照片可以极速被全世界的受众知晓，大大的提升了照片的知名度。此外，产生由消费者信息(UGC)的发展趋势使大众成为了照片输送的主力军，他们利用自己私人的网站发布照片，既提升了图片的可视度，又为照片营造了更多交互性和体验感。此外，将视频及互动内容等更多传播媒质加入现代传播，实现将照片与受众互动效果融合的方式，以此扩大照片的传播范围并提升传播效果。

#### 2.1.1 传统传播方式与新兴传播方式的结合

当前，结合传统或新兴传媒渠道是摄影作品进行推广的主要手段。然而，很多传统媒体仍然在高端阶层与艺术领域得到延续，如画展、美术杂志与摄影书籍等。该手段能够拥有一定的艺术文化内涵与较高的艺术与专业水平，向大众展示一定品质高、艺术性强的照片，让他们获得较为深刻的艺术美感与文化的体验。然而，随着新兴技术的进步，网络传媒已经以指数倍速吸收大量的青少年，如社交网站、视频分享、实时播放等各种形式已经成为最主要的信息载体，进一步拓宽摄影作品的影响力。尤其是基于社交媒体背景下的摄影图片能实现实时反馈与利用用户转述、评价与转发来取得传播效果的多元化，进而产生更多的话题关注度与互动讨论。因此，综合传统、新兴传媒手段可以弥补两个渠道的不足，实现艺术品位与商业利益的目的，使摄影在每个年龄段中都能取得最大化的宣传效果。

#### 2.1.2 社交媒体对摄影作品传播的影响

社交网络之于照片传播的影响深远。比如像Instagram这

第一作者：马冰苗（2000.04.29），女，汉，河南省焦作市，硕士研究生，韩国东国大学，研究方向：内容商务。

第二作者：王钦（2000.01.03），女，土家族，湖北恩施，硕士，白俄罗斯国立经济大学，研究方向：市场营销。

种主要的社会媒介平台,已经成为了世界上摄影师们进行创作展示的第一大平台。这类社交网络不仅提供了低门槛的展览空间,还能让图片以更快捷的方式行至世界每个角落。使用者不仅仅是单纯的信息接受者,能够通过点赞、评论、转发等方式更主动地参与到信息传播中,提高图像的曝光率和影响力。而且由于社交网络的信息推送系统会对优质图片进行快速识别然后向大量用户推荐,又促进了摄影作品在这个空间的广范围传播。同时,社交网络的强交互性和实时性更能促使摄影作品形成“流行病效应”,快速成为热点,获得众多人的关注和热议。因此,社交网络在拓展照片传播的空间上让照片能够接触到原本只属于传统艺术家的圈层,也能推动下一代人群和普罗大众的情感投入到作品中去,从而加快作品的广泛传播并实现自身更高的价值转化。

### 2.1.3 记录生活,见证历史

摄影不仅能够记录瞬间的美好,也可以见证历史的变迁。历史照片具有独特的力量,它们通过图像直接呈现过去的社会面貌,帮助现在的人们更直观地了解曾经的时代风貌。无论是历史事件的纪实摄影,还是日常生活的静谧瞬间,摄影作品都能成为历史的镜像,给人们提供对过去的记忆与思考。在营销中,历史照片往往被用来唤起情感共鸣和品牌的深度认同感。例如,一些品牌通过展示老照片或复古风格的摄影作品,传达品牌悠久的历史背景和文化传承,营造出“经典”和“传世”的氛围。这种历史性和情感的融合,能够加强品牌与消费者之间的情感纽带,使消费者不仅购买产品,更是在参与品牌的历史与文化传承。

### 2.1.4 强大的艺术表现形式

摄影作为一门艺术形式,能够通过独特的视角与创意,表达复杂的情感、观点和故事。它的表现力不仅仅局限于静态的视觉呈现,还能通过光影、色彩、构图等元素,传递出创作者的内心世界。摄影作品通过艺术的表现方式,不仅让观众看到画面中的景象,更引发他们对其中所隐含情感和思想的深刻思考。在营销领域,摄影作品的艺术性不仅仅为品牌增添了美感,也为品牌赋予了独特的文化和情感内涵。品牌通过创意摄影,能够更好地传递品牌价值观、表达品牌个性,并与消费者建立情感连接。例如,某些品牌的广告摄影,通过充满表现力的影像传递出品牌对生活的态度、对美学的追求,甚至对社会价值的探索。这种艺术性的传播方式,不仅吸引了消费者的注意,也使品牌的影响力得以深远扩展,也让文化产业发展提供了无限想象力的引擎。

## 3 摄影作品文化价值的挖掘与实践路径

### 3.1 挖掘摄影作品的文化深度

#### 3.1.1 深化艺术创作与文化背景的结合

摄影作品的内涵不但要从作品的视觉艺术手法中表现出来,而且更需要从其内涵中的文化价值、艺术家的创造理念等角度体现出来。对摄影作品的内涵理解更需要将摄影的艺术创作与艺术创作的文化氛围紧密结合,注重在创作过程中所运用的作品的艺术内涵。摄影者创作时需要从作品能够传达的并展现文化气息的角度进行艺术创造与设计,而不是简单的外观形态与技巧的运用。如摄影作品可以将当地的人文风光、文物古迹、民族风俗等融为一体进行艺术创作,为摄影作品增添文化的韵味,还可以提升欣赏者的某种民族文化意识。其次,也不能忽视照片拍摄者自身的文化记忆和摄影理念,经过对拍摄者成长背景、接受教育以及所处的社会环境等多方面的考察,能够发现拍摄作品中所隐含的历史信息。例如,一些文化积淀较深的摄影者会将自身在传统文化中的理念体现在作品中,体现自身对传统艺术形式的尊重和重视;一些受到现代社会文化意识影响的摄影者会在其中体现出更多的社会改革关注和重视,这些多样的文化渗透让摄影作品具有丰富的解读方式,不仅仅是单纯地展现视觉刺激的效果,也能带给人深层次的思考。

#### 3.1.2 拓展摄影作品的文化维度与市场化潜力

现代社会中,照片的文化价值已经突破了它的艺术价值,延伸到了经济价值上面。随着文化的不断进步,照片已成为了文化产品,随之带有的商业性的宣传作用。因此,在保持图片深层次的传统文化特征的前提下,提升其适用性的市场空间是照片拍摄过程中不容忽略的问题。一方面,照片可以通过各种展示的手段接触到更多观众,例如画廊展出、网上画廊、社交网络等多种途径宣传,有效增加照片的可视空间,扩展其影响范围。而另一方面,照片的市场化不完全指代艺术品的买卖,照片也可以通过与时尚、旅行、广告行业中的相互合作进一步开发其商业价值。例如许多知名企业通过照片的艺术性来增加自身产品的附加艺术文化,这样就能增强其在市场上的购买力。

### 3.2 摄影作品文化价值的传播实践

#### 3.2.1 跨界合作与多元平台传播

在信息高速发展的今天,单一的传播渠道难以满足文化传播的需求。因此,跨学科合作和多媒介传播成为了传播摄影文化的重要方式。摄影作品不仅能在艺术领域内传播,还能跨越到生活中的其他领域。例如,摄影师与服装设计师、电影制作人、音乐制作人等领域的合作,可以创造新的艺术表现形式,使其能够在各种文化背景下获得认同与传播。此外,通过多媒介传播,摄影作品的受众能够更为广泛。虽然传统的艺术展览

和画展在艺术圈中依然占据着重要地位，但借助互联网传播，照片能够迅速触及全球的每个角落。社交媒体平台、在线艺术空间和虚拟展览等新兴传播方式，不仅扩展了作品的影响范围，还让更多的人能够亲身感受作品，理解其中蕴含的文化信息。通过这种方式，照片的文化价值突破了时空的限制，能够引起更广泛的共鸣。

### 3.2.2 文化活动与现场体验的结合

除了通过摄影作品的可视化形式进行传播外，将摄影与文化实践结合，并通过现场互动增强作品的传播效果，也是提升文化价值的一种有效手段。例如，举办专题讲座、艺术家沙龙或文化节日活动，有助于观众深入了解作品的创作过程、摄影师的灵感来源及其所传达的文化信息。通过这种互动式的活动，观众能够与作品进行更深层次的交流和理解，促进文化的

传播。与此同时，可以通过在活动现场设置图片展览、提供现场讲解或体验式活动，让观众在参与过程中更好地理解作品的内涵和摄影师的创作理念，从而在潜移默化中感受到摄影作品所蕴含的文化价值。

## 4 结语

总的来说，照片的文化与艺术价值只是其文化的一个折射面，它是同社会、文化与历史交织在一起的结果。照片宣传除了依靠传统的宣传方式外，还需运用新的宣传工具及不同的合作机制，打破物理时间与空间的阻碍，通过跨界合作、数字科技与多渠道的发布，才能获得更多的受众与更高的经济价值。未来，照片文化交往或许会滋生出更多的可能性，也让文化产业发展提供了无限想象力的引擎。

## 参考文献：

- [1] 张强;李华.营销视域下摄影作品的文化价值挖掘与传播路径[J].文化产业与传播,2023(5):40-43.
- [2] 王杰;刘明.摄影作品的文化价值在营销中的运用研究[J].媒体与文化传播,2022(8):34-37.
- [3] 李娜;张鹏.营销策略下摄影作品的文化传播实践分析[J].文化营销与创意产业,2023(7):42-45.
- [4] 刘婷;王宇.摄影作品的文化价值挖掘与市场营销的结合探索[J].视觉文化与传播研究,2022(9):39-42.
- [5] 张丽;李杰.营销视角下摄影作品的文化价值传播模式与实践[J].新媒体与文化传播,2023(6):50-53.
- [6] 王丽;刘鹏.摄影作品在营销中的文化传播功能与影响[J].文化产业研究与发展,2022(10):29-32.