

新媒体技术驱动下美术与视传融合创新路径

高博

西安明德理工学院，陕西省西安市，710100；

摘要：当前基于新媒体技术环境之下，美术与视觉传达领域已经有了更多的变革与发展，本篇文章主要是探索在新媒体技术的驱动之下怎样实现美术与视传的完美融合，了解新媒体技术对于视传与美术融合所产生的具体影响，如拓展创作表现形式、改变信息传播模式、更新受众审美需求，然后明确美术与师传融合的现状，并给出基于新媒体技术驱动之下美术与视传融合创新的有效路径，体现在跨学科人才培养、技术创新应用、创意与内容创新、传播与推广创新这些层面，希望能助力美术与视觉传达在新媒体环境之下的有序发展，让社会的多元文化需求得到真正的满足。

关键词：新媒体技术驱动；美术与视传；融合创新路径

DOI:10.69979/3041-0673.25.05.085

引言

在当前信息技术时代背景之下，新媒体技术在各个领域广泛的渗透，促进了人们生活方式的变革以及审美观念的革新，从文化艺术领域而言，美术与视觉传达是非常重要的表达形式，正面临着新媒体技术发展所带来的冲击和影响，两者的融合创新成为了必经的道路。其中美术更加侧重于多元艺术手法的应用表达出创作者的思想情感，而视觉传达则更加关注于信息的有效传达和视觉体现。新媒体的融入让美术与视觉传达的融合有了新的桥梁，推动了两者的创作理念、表现形式以及传播途径这些层面的变革。针对新媒体技术驱动之下的美术与视传融合创新路径进行的探索，有助于文化艺术产业的繁荣和进步。

1 新媒体技术对视传与美术融合的影响

1.1 拓展创作表现形式

新媒体技术让美术与视觉传达的融合有了更多的创作工具以及表现方法，传统美术创作更多依赖于画笔和颜料这些实体的工具，视觉传达设计则更多局限于平面设计软件的使用，而在新媒体技术之下，包括虚拟现实技术与增强现实技术、3D建模软件和动态图形设计软件等的灵活应用，使创作空间得到了大幅度的拓展和延伸，艺术家以及设计师可以突破二维平面的局限性，创造出更有动态性、立体性以及交互性特点的作品。比如说依托于3D建模软件可以构建逼真的虚拟场景，实现美术作品元素在其中的完美融合，通过动态效果的展示，原本的静态美术作品得以火起来，而依托于AR技术就能通过手机等这些设备在现实场景中感受虚拟的

美术与视觉传达融合作品，让作品更具趣味性，和观众之间也有互动性。

1.2 改变信息传播模式

在新媒体时代背景之下，信息的传播速度相对更快，范围也变得更加广泛，传播模式逐渐从传统的单向传播转变为了双向传播，甚至多向互动传播。美术和视觉传达作品不仅仅只通过展览和印刷品这些传统的渠道传播，网络平台以及社交媒体这些新媒体渠道成为了作品传播的重要阵地，创作者依托于这些平台迅速发布了产品和观众进行实时互动，获取反馈信息，观众不会再是被动的接收者，他们可以依托于点赞和评论等途径参与到作品的传播过程。比如说一幅美术与视觉传达融合的创意海报，在社交媒体上发布之后，短时间内就可能会获得大量的转发、点赞和分享，引起广泛的讨论，具有极大的热度，这种传播模式使作品的影响力和传播效果获得大幅度提升^[1]。

1.3 更新受众审美需求

新媒体技术的发展让受众可以接触到海量的文化艺术作品，使受众的审美体验更加丰富，也让受众的审美需求实现了更新和变化，当前受众不会再满足于传统的静态单一化的美术与视觉传达作品，而是更加倾向于具有创新性、互动性以及个性化的优秀作品。基于新媒体技术驱动之下的美术与视觉传达融合作品，让受众的这些需求得到了满足，比如说有一些数字艺术展览就可以通过触摸屏幕以及身体动作等途径和作品进行互动，结合受众的喜好选择不同的展示内容，这种个性化的体验让受众对于独特审美感受的追求得到了相应的满足。

2 艺术与视传融合现状分析

2.1 跨学科人才培养不足

现如今高校和相关的教育机构在视觉传达与美术专业课程设置层面虽然已经认识到了新媒体技术的重要性,但是其整合程度却存在不足,美术专业的学生虽然能接触到新媒体创作工具课程包括数字绘画以及 3D 建模等,但是课程的深度和广度却比较有限,学生可能只能掌握一些基础的操作,却无法灵活用于复杂的融合创作。在视觉传达专业中包括美艺术史以及美术鉴赏课程的教学,无法充分引导学生将艺术素养以及新媒体视觉传达设计深度结合,而跨学科的综合性课程包括新媒体艺术设计以及数字媒体创意等,在教学工作中却体现出形式化的特点,缺乏系统的实践项目以及教学方法作为支撑,导致学生对于艺术与视觉传达的知识难以紧密融合,社会发展对于跨学科人才的需求难以满足^[2]。

2.2 技术创新应用不足

当前新兴技术用于艺术与视觉传达融合领域的情况仍然有待于发展,很多的创作者对于人工智能技术以及全息投影技术的了解可能比较局限,要挖掘其用于提升作品表现力方面的潜力有很大的困难。美术创作人员使用绘画软件时可能只是简单的用了一些基础性的功能,针对于 AI 算法所实现的风格转换以及自动上色这些创新功能的应用偏少,如何应用也不够了解,限制了他们的创作效率。在展览展示层面,虽然一定程度上用到了全息投影技术,但是并没有和视觉传达设计创意深度融合,视觉效果还有很大的提高空间,在创作者使用技术的过程中,可能更加侧重于技术本身的灵活性使用,却忽视了技术以及艺术的平衡,最终创造出的作品就会缺乏艺术内涵。

2.3 创意与内容创新不足

艺术与视觉传达融合作品在创意以及内容层面常常表现出同质化的现象,具体来说,涉及到挖掘多元文化内涵时,作品可能只是表面的拼接不同的文化元素,而没有进行深层次的研究和借鉴,特别是对于传统文化、民族文化等的理解和创新表达较为浅显,像是中国传统文化主题作品中很多可能只是简单用到了传统图案,却没有展现其背后的深厚文化底蕴。在个性化与情感化表达层面,创作者并没有关注到个体的情感体验,作品中缺乏独特的视角与情感共鸣点,有很多作品只是为了迎合市场,采用了流行风格与叙事的方式,对于用户体验的考量不足,难以结合受众的反馈对内容进行优化,要

满足现代受众对于创新性以及个性化作品的需求有很大困难^[3]。

2.4 传播与推广创新不足

艺术与视觉传达融合作品在传播以及推广层面可能过度依赖于传统的社交媒体平台与视频网站,对于艺术电商平台以及数字艺术展览平台这些新兴传播渠道的开拓并不充分,在社交媒体上作品的发布内容比较单一,更多情况下是做成品展示,而缺乏创作过程以及背后故事的多元共享,也很难吸引到用户的长期关注和互动。在艺术电商平台中,作品的销售模式偏向于传统缺乏和艺术特色相结合的营销手段,难以展现出作品的商业价值,虽然也有开展线上展览活动,但是整个过程观众的体验度和参与度可能较低,互动性偏弱,无法打破时空限制,也不能让更多的观众深入欣赏作品,互动式传播推广活动的形式比较单一,缺乏创新性以及吸引力,要提高作品的知名度以及观众对于作品的理解认同有一定难度。

3 新媒体技术驱动下艺术与视传融合创新路径

3.1 跨学科人才培养路径

高校以及相关的教育机构需要对艺术与视觉传达专业的课程体系进行优化,可以在其中适当增加新媒体技术类的一些课程,在美术专业可以开设 3D 建模、动画制作以及数字绘画这些课程,方便学生掌握新媒体创作工具,而在视觉传达专业则可以加强艺术史以及美术鉴赏这些课程教学,使学生的艺术素养得到提升。同时,可以设置跨学科的综合课程,包括新媒体艺术设计以及数字媒体创意等,让学生能更好地将艺术与视觉传达知识进行融合应用,比如在新媒体艺术设计课程中,需要学生应用美术技法创作有视觉传达传播效果的新媒体作品,依托于实际项目的训练,培养学生的跨学科创作能力。同时,教学工作中可以增加一些实践教学环节,通过学校和企业与新媒体平台等的合作,建设实践教学基地,组织学生参与到实际项目过程中,比如说安排学生为企业设计新媒体广告,或参与新媒体艺术展览的策划实施环节,实践活动使学生积累更多的经验,了解了市场的需求,让学生更好地解决问题,增强了就业竞争力^[4]。

3.2 技术创新应用路径

对于信息技术在艺术与视传融合中的应用需要积极探索,特别是人工智能技术以及全息投影技术的人工智能技术,辅助创作者完成图像识别以及智能绘图等任

务,提高创作的效率,为美术创作带来新的思路。而全息投影技术则将美术作品以立体化的形式进行呈现在其中,结合视觉传达设计的创意,能打造出更加震撼的视觉效果,全息投影技术可以用于一些大型演出和展览活动中,给观众带来新的视觉体验。同时,需要注重技术以及艺术之间的深度融合,防止单纯追求技术却忽视了艺术内涵,创作者需要在掌握新媒体技术的前提之上挖掘美术与视觉传达的艺术价值,将技术作为一种表达艺术的手段和方式^[5]。比如在设计艺术作品时,不仅要用到先进的技术来展现酷炫的视觉效果,更要注重作品背后所传达出的内核和思想,让技术以及艺术成为一个整体,相得益彰,也要鼓励创作者开展大量的技术创新实验,探索出更加适合于美术与视传融合的新技术模式,助力整个行业的进步。

3.3 创意与内容创新路径

美术与市场融合作品的设计打造需要挖掘多元文化的内涵,实现不同地域以及历史时期的文化元素在创作中的融合,可以通过对传统文化以及民族文化还有世界文化的借鉴,创作出有着丰富文化底蕴的优秀作品。比如在设计以中国传统文化作为主题的新媒体艺术作品时,可以用到中国传统绘画技法以及民间工艺等,结合新媒体技术完成创新表达,展现出中国传统文化的魅力所在,也可以适当吸收一些国外的优秀文化元素,促进文化的交流融合,让作品有更加广泛的受众基础。在当前新媒体时代背景下,受众对于作品有着更高的要求,体现在个性化以及情感化层面,这就需要创作者关注个体情感体验,通过作品表达出独特的情感和观点,在美术与视传融合作品的创作中,依托于独特的艺术风格和叙事方式打造个性化的产品和品牌,比如一些艺术家基于个人视角创作出的数字绘画作品,融入了生活经历与情感感悟,就可以引发观众的情感共鸣,使作品有情感层面的吸引力^[6]。

3.4 传播与推广创新路径

新媒体技术驱动之下,实现美术与视传融合创新需要构建多元化的传播渠道,可以开拓艺术电商平台、数字艺术展览平台这些新兴的平台渠道,在平台上发布作品的创作过程的内容,吸引用户的关注,或将美术与视传融合作品进行销售,展现其商业和经济价值。在数字艺术展览平台上举办线上展览活动,让更多观众欣赏到美术与视传的融合创新作品,让作品有更高的影响力。与此同时也可以开展互动式的传播推广活动,比如说可

以举办线上作品创作比赛活动,邀请观众参与到作品的创作过程中,不管是观众提供的创作理念还是创作技巧,都可以作为有效的形式,将优秀的作品进行展示推广,同时开展作品的投票活动,让观众参与到作品的评选过程中,使观众获得更强的归属感和参与感,吸引来更多观众的参与,这种互动式传播推广活动让作品的知名度更高,也使观众对作品的理解更深刻^[7]。

4 结语

新媒体技术的进步让美术与视觉传达的融合创新成为了必经途径,实践中通过拓展创作表现形式,改变信息传播模式、更新受众的审美需求,影响了两者的融合,当前在融合实践中存在着诸多困难与不足,为实现深度融合创新,就需要从跨学科人才培养、技术创新应用、创意与内容创新与传播与推广创新这些层面着手,寻找有效的路径和方法。在新媒体技术的持续驱动之下,美术与视觉传达的融合创新仍然会深入,让文化艺术领域有更加优秀、丰富、多元的作品,使社会日益增长的文化需求得到满足。

参考文献

- [1] 汪雯. 中国传统美术色彩在现代视觉传达设计中的影响分析[J]. 天工, 2025, (05): 75-77.
- [2] 陈秋好. 民间美术对视觉传达设计的影响及融合策略[J]. 上海包装, 2024, (06): 68-70.
- [3] 张晓彤. 中国传统美术色彩对现代平面设计视觉传达效果的影响分析[J]. 中国民族博览, 2024, (10): 178-180.
- [4] 唐国峻, 王颖惠. 山东工艺美术学院视觉传达设计学院设计作品精选[J]. 中国造纸, 2024, 43(05): 192.
- [5] 杜佳梅. 浅谈媒体转型过程中视觉传达的探索与创新——以《中国医学论坛报》为例[J]. 新闻世界, 2024, (04): 82-84.
- [6] 付新新. 现代视觉传达设计中的传统美术色彩运用探讨[J]. 色彩, 2023, (12): 96-98.
- [7] 戴砚芳, 余航. 传统美术色彩对现代平面设计视觉传达效果的影响分析[J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3(23): 18-20.

作者简介: 高博、男、(出生年月日 2004.3.4)、汉、籍贯的省市: 河北省邯郸市永年区、本科、22 级视觉传达设计专业