

新媒体艺术设计视阈下的视觉传达设计探索

孙丹青*

江西工业贸易职业技术学院, 江西 南昌 330038

摘要：随着新媒体技术的快速发展, 新媒体艺术设计作为一种融合传统艺术设计与现代科技的创新形式, 正逐渐改变着视觉传达设计的传统模式。本文从价值观念、内容以及功能这三个方面阐述新媒体艺术与视觉传达设计之间的关系, 分析新媒体艺术设计视阈下视觉传达设计所具备的特征, 探究其创新路径, 以期深化对新媒体艺术设计视阈下视觉传达设计的认识, 同时也为相关领域的实践者和研究者提供有益的参考和启示。

关键词：新媒体; 艺术设计; 视觉传达设计

中图分类号： TB491

文献标识码： A

文章编码： 2023110102

Exploration of Visual Communication Design under the Threshold of New Media Art and Design

Sun Danqing*

Jiangxi Vocational Technical College of Industry & Trade, Jiangxi, Nanchang 330038

Abstract： With the rapid development of new media technology, new media art design, as an innovative form integrating traditional art design and modern science and technology, is gradually changing the traditional mode of visual communication design. This paper elaborates the relationship between new media art and visual communication design in terms of values, contents and functions, analyzes the characteristics of visual communication design in the perspective of new media art design, and explores its innovation path, with a view to deepening the understanding of visual communication design in the perspective of new media art design, and also providing useful references and inspirations for the practitioners and researchers in related fields.

Key words： new media; art design; visual communication design

引言

在新媒体时代, 现代信息技术迅猛发展, 极大程度上丰富视觉传达设计的手段和形式。新媒体艺术设计作为这一时代背景下的产物, 不仅拓宽视觉传达设计的表现空间, 同时也为其注入新的活力。视觉传达设计作为艺术与科技结合的典型代表, 在新媒体艺术设计的视阈下, 正经历着前所未有的变革。从静态的平面图形到动态的三维影像, 从单向的信息传递到双向的互动交流, 新媒体艺术设计为视觉传达设计提供无限的可能性。因此, 研究新媒体艺术设计视阈下的视觉传达设计, 不仅有助于我们更好地理解 and 把握这一时代的设计潮流, 也有助于我们探索视觉传达设计在未来的发展方向和趋势。

一、新媒体艺术与视觉传达设计的关系

(一) 价值观念上的共通性

新媒体艺术与视觉传达设计在价值观念上具有十分显著的共通性, 二者皆强调创新、个性化和时代感, 追求在视觉表达上的独特性和新颖性。新媒体艺术通过技术手段创造出前所未有的艺术体验, 而视觉传达设计则致力于通过视觉元素的有效组合, 传达出信息的核心价值和情感内涵, 两者都致力于打破传统束缚, 探索更加符合当代审美和文化语境的表达方式。

在新媒体艺术的创作中, 设计师可以运用虚拟现实、增强现实

实等先进的科技手段, 创造出沉浸式的艺术体验, 这种体验不仅让观众感受到艺术的魅力, 也促使视觉传达设计师们思考如何将这些前沿技术应用于设计实践中, 提升设计的互动性和吸引力。此外, 视觉传达设计在追求创新的同时, 也注重信息的有效传达。设计师们需要深入研究受众的心理和行为习惯, 以更加精准的方式传递信息, 这也在一定程度上影响了新媒体艺术创作的方向和方法^[1]。

(二) 内容上的相互促进

新媒体艺术与视觉传达设计在内容表现上相互促成, 共同推动艺术与设计领域的发展。新媒体艺术通过其独特的艺术形式和

* 作者简介: 孙丹青 (1989年5月), 女, 汉族, 江西余干人, 学历: 硕士研究生, 职称: 助教, 单位: 江西工业贸易职业技术学院, 研究方向: 视觉传达艺术设计。

表现手法，为视觉传达设计提供丰富的灵感来源和创意素材的同时，也为新媒体艺术提供更加广阔的展示平台和传播渠道。

在新媒体艺术作品中，我们常常可以看到对视觉传达设计元素的巧妙运用。设计师可以将文字、图形、色彩等视觉元素进行重组和再创造，形成独特的艺术形象和视觉效果。这些元素不仅能够丰富新媒体艺术的表现力，也能够为视觉传达设计师们提供宝贵的灵感。另外，视觉传达设计在不断地探索和创新中，借鉴并吸收新媒体艺术的创作理念和表现手法。设计师们开始尝试将动态图像、交互技术等元素融入设计中，使设计作品更加生动、有趣和富有创意。这种跨界的融合不仅拓宽视觉传达设计的设计思路，也为新媒体艺术提供更多的表现可能性。

（三）功能上的相辅相成

新媒体艺术与视觉传达设计在功能上相辅相成，共同满足当代社会对于多元化、个性化的审美需求和文化表达。新媒体艺术以其独特的艺术形式和互动体验，为人们提供更加丰富的文化娱乐生活，视觉传达设计则通过其精准的信息传达和视觉引导，帮助人们更好地理解并接受信息，提高信息传递的效率和质量。

在新媒体艺术作品中，观众可以通过与作品的互动，获得更加沉浸式的艺术体验，这种体验不仅让观众感受到艺术的魅力，也促使他们更加深入地思考和感受作品所传达的信息和情感。除此之外，视觉传达设计在信息传递中的作用也不容忽视。设计师们需要深入研究受众的心理和行为习惯，以更加精准的方式传递信息，引导受众产生相应的行为反应。这种功能上的相辅相成，使得新媒体艺术和视觉传达设计在各自领域发挥着重要作用，共同推动当代艺术和设计领域的发展^[2]。

二、新媒体艺术设计视域下视觉传达设计所具备的特征

（一）艺术效果的平衡性

在新媒体艺术设计的影响下，视觉传达设计的艺术效果追求平衡与和谐，这种平衡性主要体现在设计元素之间的协调与统一以及设计作品与受众之间的情感共鸣。设计师通过巧妙的构图、色彩搭配和动态效果的处理，营造出一种视觉上的平衡感，使设计作品既具有吸引力又不失稳重。

这种平衡性还体现在设计作品所传达的信息与受众接受信息的能力之间的平衡。设计师需要深入研究受众的认知特点和心理需求，确保设计作品能够准确地传达信息的同时，又不给受众带来过多的认知负担。这种平衡性的追求，能够使得视觉传达设计在新媒体艺术设计的视域下更加符合当代人的审美需求，也能够更有效地实现信息的传递^[3]。

（二）艺术审美的连接性

新媒体艺术设计视域下的视觉传达设计具有强烈的艺术审美连接性，这种连接性不仅体现在设计作品与受众之间的情感共鸣，还表现在设计作品与其他艺术形式之间的内在联系。

在视觉传达设计中，设计师们常常运用文字、图形、色彩等各种视觉元素，以此营造出一种独特的艺术氛围和情感体验。这

种氛围和体验需要与受众产生情感上的连接，让受众能够产生共鸣和认同感。此外，视觉传达设计也需要与其他艺术形式保持联系，借鉴和融合其他艺术形式的优点和特色，以丰富自身的艺术表现力和审美内涵。这种艺术审美的连接性使得视觉传达设计在新媒体艺术设计的视域下更加具有包容性和创新性。设计师们可以通过对多种艺术形式的探索和实践，来创造出更加独特和富有创意的设计作品，满足受众对于多元化和个性化审美的需求。

（三）艺术传播的分散性

新媒体艺术设计视域下的视觉传达设计还具有艺术传播的分散性特征。在传统的视觉传达设计中，信息的传播往往依赖于单一的媒介和渠道。然而，在新媒体艺术设计的影响下，视觉传达设计的信息传播方式发生了巨大的变化。

设计师们可以利用互联网、移动设备等新媒体平台，将设计作品以多种形式进行呈现和传播。这种分散性的传播方式不仅拓宽设计作品的展示空间，也使得受众可以更加便捷的接收到设计作品所传达的信息。除此之外，分散性的传播方式还促进设计作品之间的互动和交流，使得设计师可以更加及时地获取受众的反馈和意见，从而不断完善和优化设计作品。

三、新媒体艺术设计视域下的视觉传达设计的创新路径

（一）依靠新媒体技术丰富艺术设计素材

随着科技的日新月异，新媒体技术已经成为艺术设计领域的重要推动力。在新媒体艺术设计的视域下，视觉传达设计迎来前所未有的创新机遇。本文将聚焦于如何依靠新媒体技术丰富艺术设计素材，从以下三个方面阐述视觉传达设计的创新路径。

首先，拓展设计素材的来源。新媒体技术的广泛应用，极大地拓展了设计素材的来源。设计师们可以通过网络、移动设备、社交媒体等渠道，轻松获取海量的图像、视频、音频等多媒体素材。这些丰富的素材为设计师提供更广阔的选择空间，使得设计作品更加多样化和个性化。

其次，实现设计素材的动态化。新媒体技术为设计素材注入动态化的元素。传统的视觉传达设计多以静态图像为主，而新媒体技术则可以实现设计素材的动态化呈现。设计师通过动画、交互技术等手段，可以将静态的图像转化为动态的效果，使得设计作品更加生动和吸引人。例如，Light House团队将京剧脸谱艺术和新媒体交互艺术进行结合，将传统脸谱为元素，用mapping投影的方式，在白色面具上，呈现脸谱上的元素，并进行丰富多彩的变化，为脸谱这种独特的戏曲符号做新的表达^[4]。

最后，提升设计素材的互动性。新媒体技术不仅丰富设计素材的形式，还提升设计素材的互动性。设计师可以利用新媒体技术，创造出与受众互动的设计作品。设计师通过增强现实、虚拟现实等技术，可以让受众在设计作品中获得沉浸式的体验，从而增强设计作品的影响力和传播力。E-GO团队观众通过团扇入画进入幻境，大骷髅控制着悬丝，小骷髅随着乐律跳动。为了能够使《骷髅幻戏图》更进一步增进趣味性，观赏者可以通过交互技术对

交互艺术作品《骷髅幻戏图》中的大小骷髅进行实时操控，在即时的交互体验中让观众感受操控与被操控的关系，这样可以促进观众理解和感受作品背后所塑造的生死之幻和诙谐之趣，让观众对画作本身以及画作蕴含的生死思考有全新的体会^[5]。

（二）借助新媒体平台准确把控群体喜好与需求

借助新媒体平台准确把控群体喜好与需求，是新媒体艺术设计视阈下视觉传达设计的创新路径之一。如何借助新媒体平台准确把控群体喜好与需求，成为视觉传达设计创新的关键。

一是数据驱动的精确定位。新媒体平台拥有庞大的用户数据，通过对这些数据的挖掘和分析，设计师可以深入了解目标群体的喜好、需求和行为模式。这种数据驱动的精确定位能够帮助设计师在创作过程中更加准确地把握受众心理，从而创作出更符合群体喜好的视觉传达作品。

二是实时反馈的迭代优化。新媒体平台通常具备实时反馈机制，设计师可以通过用户的互动、评论、分享等行为，获取作品的实际表现情况。这种实时的反馈为设计师提供更多宝贵的调整依据，他们可以根据用户反馈及时迭代优化作品，从而使其更加贴近群体的实际需求。

三是个性化表达的增强。在新媒体艺术设计的视阈下，视觉传达设计不再局限于传统的单一形式，而是更加注重个性化的表达。设计师可以充分利用新媒体平台的特性，创作出具有独特风格和创意的视觉传达作品，从而满足群体对于个性化和差异化审美的需求。

（三）把握新媒体特征提升设计作品视觉冲击力

在新媒体艺术设计的视阈下，把握新媒体特征并提升设计作品的视觉冲击力是创新的关键。通过利用新媒体的动态特性、融合新媒体的交互性以及运用新媒体的多感官刺激，设计师可以创造出更加吸引人、更加具有影响力的视觉传达作品。如何把握新媒体特征，提升设计作品的视觉冲击力，成为众多设计师所探索的重点。

第一，利用新媒体的动态特性。新媒体艺术设计的核心在于其动态性，这为视觉传达设计提供前所未有的创新空间。设计师可以通过动画、视频、交互元素等手段，打破传统静态设计的局限，赋予设计作品更多的生命力和动态感。这种动态化的设计不仅能够吸引受众的注意力，更能够传达更加丰富的信息和情感。

第二，融合新媒体的交互性。新媒体艺术设计的另一重要特征是交互性，这为视觉传达设计带来全新的互动体验。设计师可以通过触摸、声音、手势识别等方式，让受众参与到设计作品之中，与之产生直接的互动。这种交互性的设计不仅能够增强受众的参与感和沉浸感，更能够让设计作品在受众心中留下深刻的印象。

第三，运用新媒体的多感官刺激。新媒体艺术设计还可以通过多感官刺激，为受众带来更加全面的视觉体验。设计师可以利用新媒体技术，将视觉、听觉、触觉等多种感官元素融合在一起，创造出更加立体和多元的设计作品。这种多感官刺激的设计不仅能够提升设计作品的视觉冲击力，更能够激发受众的情感共鸣和认同感。

结语

在新媒体艺术设计的广阔视阈下，视觉传达设计师正经历着一场前所未有的探索之旅。借助新媒体技术的力量，设计师们不断拓展设计素材的来源，创新呈现方式，深化与受众的互动体验。他们运用新媒体的交互性、动态性和多元化特征，创作出既具冲击力又富有感染力的视觉作品，让信息传达更加高效、有趣。通过这场探索，不仅丰富设计师视觉传达设计的表现手段，也为其注入了新的活力。未来，随着新媒体技术的不断发展和普及，视觉传达设计必将迎来更为广阔的发展空间，从而为更多观众带来惊喜和感动。

参考文献

- [1] 柴浩原. 视觉传达在室内设计中的应用 [J]. 山西建筑, 2019, (21).
- [2] 柏静. 新媒体艺术设计冲击下的视觉传达设计研究 [J]. 化纤与纺织技术, 2023, 52 (03): 176-178.
- [3] 胡毅, 翟君建. 基于新媒体艺术视阈下视觉传达设计创作的多元化探究 [J]. 山东工艺美术学院学报, 2022, (05): 51-54.
- [4] 孙修文. 新媒体艺术视角下当代视觉传达设计的发展趋势研究 [J]. 文化产业, 2022, (14): 159-161.
- [5] 谢梅玲. 新媒体时代下视觉传达设计发展趋势研究 [J]. 大众文艺, 2022, (08): 54-56.