

新媒体时代视觉传达艺术设计的应用与创新

闫笑东, 李洁

林州建筑职业技术学院, 河南 安阳 456550

DOI: 10.61369/SSSD.2025150016

摘要 : 作为与人们生活相关性较高的艺术形式, 视觉传达艺术设计赋予日常生活更高美学价值, 为人们带来全新的视觉体验与审美感受。尤其进入新媒体时代以来, 视觉传达艺术打破传统传播方式的时空限制, 出现了更多更具创意与互动性的作品。基于此, 笔者从新媒体时代对视觉传达艺术设计的新要求入手, 探讨视觉传达艺术设计在社交媒体广告、网络平台宣传、信息图表与数据可视化、短视频等领域的应用, 而后提出可行性创新应用路径, 旨在为相关设计与研究工作的开展提供借鉴。

关键词 : 新媒体时代; 视觉传达艺术设计; 应用; 创新

Application and Innovation of Visual Communication Design in the New Media Era

Yan Xiaodong, Li Jie

Linzhou College of Architectural Technology, Anyang, Henan 456550

Abstract : As an art form highly relevant to people's lives, visual communication design endows daily life with higher aesthetic value and brings people brand-new visual experiences and aesthetic feelings. Especially since entering the new media era, visual communication art has broken the temporal and spatial limitations of traditional communication methods, and more creative and interactive works have emerged. Based on this, the authors start from the new requirements of the new media era for visual communication design, discuss the application of visual communication design in fields such as social media advertising, online platform promotion, information graphics and data visualization, and short videos, and then propose feasible innovative application paths. The purpose is to provide reference for the development of relevant design and research work.

Keywords : new media era; visual communication design; application; innovation

近年来, 视觉传达艺术设计通过社交媒体广告、网络平台宣传、信息图表与数据可视化以及短视频等多种形式, 更广泛、更深入地融入人们生活, 丰富人们生活的美学价值。结合新媒体时代在技术更新、跨媒体平台设计、内容差异化等方面, 对视觉传达艺术设计提出的新要求, 进行设计理念与方法创新, 丰富视觉传达艺术设计的设计手法、表现形式、信息传递功能, 是设计人员需要深入研究的课题。新时代下, 设计人员要紧跟技术更新的步伐, 加强 AR、VR 等前沿技术的应用, 设计出更加富有互动性和沉浸感的新颖作品。

一、新媒体时代对视觉传达艺术设计的新要求

(一) 技术更新迅速

当前, 新媒体技术飞速发展, 大数据、人工智能、5G 等技术成果为新媒体视觉传达艺术设计提供了更为广阔的创作空间。在此背景下, 设计人员需要不断学习新技术。掌握新工具, 才能紧跟市场变化节奏, 设计出令客户满意的作品。

(二) 跨媒体平台设计

随着新媒体快速兴起, 并与各个领域进行广泛结合, 艺术设计作品的展示、传播平台也在趋于多元化。艺术设计作品需要适应社交媒体、移动应用、网页等不同平台的信息传播需求, 能够实现良好的视觉传达效果。

(三) 打破内容同质化

与传统信息传播模式相比, 新媒体传播降低了信息制作门槛, 极大提升了信息丰富性, 但也加剧了内容同质化问题。在新媒体平台中, 视觉传达艺术设计作品前所未有的丰富, 不少作品在色彩、风格、主题等方面都呈现出惊人的相似性, 这让作品脱颖而出的难度进一步提升。

二、视觉传达艺术设计在新媒体中的应用

(一) 社交媒体广告

社交媒体广告作为视觉传达艺术设计在新媒体中的重要应用领域, 凭借其广泛的受众覆盖和精准的定向投放, 成为品牌推

广、产品营销的重要手段。设计人员需要在具体了解社交媒体平台特点的基础上，将富有创意的视觉元素和互动设计应用到作品当中，使其更快速地吸引受众注意力，从而促进广告点击率、转化率提升，比如采用简洁的视觉语言、生动的视觉叙事、极具代表性的元素凸显品牌魅力。

（二）网络平台宣传

网络平台宣传作为视觉传达艺术设计的另一重要应用场景，具有信息传播速度快、覆盖范围广，且互动性强的特性。设计人员深刻认识不同网络平台的特性，而后结合平台特性进行视觉传达艺术设计，是实现网络平台宣传设计高质量呈现的关键所在。不同网络平台拥有不同的受众群体，而且不同受众群体在使用习惯、内容偏好等方面也表现出明显的差异性。例如，微博平台受众更倾向于能够实时获取的、简短且具有话题性的信息，设计人员在进行宣传设计时，就可以采用简洁明了的图文形式，搭配热门话题标签，以快速吸引受众关注；而小红书平台受众更注重生活分享和种草，设计人员则可运用精美的图片、生动的文案以及真实的受众评价，营造出具有吸引力的种草氛围。

（三）信息图表与数据可视化

在当前的视觉传达设计中，信息图表与数据可视化已然成为关键环节。它们可以把海量数据转化为直观、清晰的视觉形式，让受众更为便捷、深入地挖掘数据价值。信息图表与数据可视化融入图形、图像、动画等视觉元素，通过简洁明了的方式呈现复杂的数据信息，提升信息可读性、易理解性，增强信息的吸引力、传播效果，更加契合人们的信息获取需求。设计人员需要熟练掌握 Excel、Tableau、D3.js 等数据可视化工具与技术，从而能够在设计工作中根据不同数据类型、呈现需求选择合适的可视化方式。

（四）短视频

抖音、快手等短视频平台，已经成为流行的信息传播与娱乐载体。这些平台的短视频凭借高互动性、强感染力、短小精悍的优势大量占据受众的碎片时间，成为视觉传达艺术设计的新应用场景。设计人员要充分了解短视频平台的特性，从而创作出既符合平台调性又能吸引受众注意力的优质作品。对于短视频场景中的视觉传达艺术设计而言，影像特效、视觉节奏、新颖的视听手法，是吸引受众注意力的关键所在。短视频可以通过超现实、画中画、跳切等剪辑技巧，以及对话、音乐等声音元素，实现动感的视觉效果；利用对比度、饱和度适宜的配色方案，营造活跃氛围，提升受众观看体验。

三、新媒体环境下视觉传达艺术设计效果提升策略

（一）更新设计理念

为了适应新媒体时代发展趋势，视觉传达艺术设计需要实现新设计理念革新。这意味着，设计人员需要坚持“以受众为中心”的设计理念，主动迎接新挑战、新技术，不断演变的设计潮流，结合受众信息接收方式、审美偏好、行为模式，设计出更具美学价值的作品；打破传统设计思维的束缚，实现作品从单一静

态设计向动态交互设计的转变，通过增强作品的互动性和参与感，提升受众视觉体验，引发受众情感共鸣；积极探索将文化元素、情感表达融入视觉传达艺术设计的新路径，赋予作品更强的视觉冲击力，和更丰富的文化内涵、情感价值。为了将这些新颖的设计理念真正体现到作品中，设计人员可以加强学习，不断拓宽知识边界，比如通过参加行业研讨会、设计展览等活动，与同行进行深入交流，同时关注社会文化动态，探究不同文化背景下的视觉符号和情感表达方式，将其巧妙地融入设计中，使作品兼具现代感、文化底蕴、情感温度。

（二）学习新技术及工具

在新媒体时代，技术领域的发展日新月异，为视觉传达艺术设计创新带来了更多可能性。作为设计人员必须保持对新技术及工具的敏锐洞察，积极学习并掌握如 AR、VR、MR 等前沿技术，提升自己的设计能力。新技术在视觉传达艺术设计的应用，能够构建出沉浸式的场景，带给受众身临其境的体验，对增强作品互动性和吸引力有着十分重要的意义。此外，设计人员要熟练掌握各类设计软件与工具，如 AdobeCreativeSuite 系列软件中的 Photoshop、Illustrator、AfterEffects 等。它们在动态效果制作、矢量图形绘制、图像处理等方面表现出明显优势，熟练掌握它们，能够让设计人员更加高效地完成设计任务，更顺利地实现复杂视觉效果呈现。同时，人工智能技术发展迅猛，与设计领域的融合度也不断提升，设计人员还要关注 AI 技术发展，积极尝试通过 AI 进行智能排版、色彩搭配、图案生成等工作，并借助 AI 的强大计算能力、数据分析能力获取设计灵感。

（三）强化跨媒体设计能力

在新媒体时代，设计人员需要具备一定的跨媒体设计能力。掌握跨媒体设计能力，能够让设计人员更好地适应多元化的媒体形态，针对不同媒体平台和受众群体设计出个性化作品。所以，设计人员要熟悉传统媒体的设计规范，精通动画设计、平面设计等传统视觉传达技能，并了解新媒体平台的特性（如屏幕尺寸、分辨率、交互方式等），掌握视频、音频、图像、文字等元素在不同媒体环境中的创新应用。为了有效提升跨媒体设计能力，设计人员可以从以下几个方面入手实现自我提升：

1. 提升美学修养，深入理解不同艺术风格和设计流派的特点，以便在跨媒体设计中能够灵活运用各种视觉元素，创造出既符合媒体特性又具有独特美感的作品。

2. 提升沟通能力，因为跨媒体设计往往需要与不同领域的专业人士合作，如程序员、营销人员等，良好的沟通能够确保设计理念准确传达，各方协同工作，共同打造出高质量的跨媒体视觉传达艺术设计作品；

3. 积极参与跨媒体设计项目实践，在实践中积累经验，并不断进行总结与反思，逐步提高自己应对不同媒体平台和复杂设计需求的能力。

四、总结与展望

新媒体时代到来，使视觉传达艺术设计面临新的发展机遇，

同时也对相关设计工作提出了新的要求。面对新媒体时代在技术更新、跨媒体平台设计、内容差异化等方面，对视觉传达艺术设计提出的新要求，相关设计人员要通过更新设计理念、学习新技术及工具、强化跨媒体设计能力等多种途径，提升作品的互动性和沉浸感，赋予作品更多美学价值的挑战。

未来，随着新媒体技术的持续革新，视觉传达艺术设计将迎来更为广阔的发展空间，呈现出极具时代性的发展特点：

(1) 新兴技术如人工智能、虚拟现实、增强现实等的广泛

应用，将为视觉传达艺术设计带来前所未有的创意手段和表现形式；

(2) 媒体平台的深度融合，将进一步打破传统媒体之间的界限，所以视觉传达艺术设计需要更加注重在不同媒体形态之间的无缝衔接；

(3) 随着社会对可持续发展和文化多样性的关注度不断提高，视觉传达艺术设计也将更加注重环保、社会责任和文化内涵的表达。

参考文献

- [1] 刘茂琳. 陌生化理论在艺术设计领域中的应用研究 [J]. 包装与设计, 2025, (01): 171–173.
- [2] 任哲莹, 张爱爱. 艺术设计学部 – 视觉传达专业毕业作品展——非遗主题系列 [J]. 北京城市学院学报, 2024, (06): 2+113.
- [3] 艺术设计学部 – 视觉传达专业毕业作品展——非物质文化遗产系列 [J]. 北京城市学院学报, 2024, (05): 2+113.
- [4] 刘珍妍. 数字化时代下视觉传达艺术设计的创新理念 [J]. 明日风尚, 2024, (19): 109–111.
- [5] 曹佳琳, 秦旭萍, 任丽凤, 等. 艺术设计学部 – 视觉传达专业毕业作品展——北京文化主题系列 [J]. 北京城市学院学报, 2024, (04): 2+113.
- [6] 何叔芳. 新媒体时代下视觉传达艺术设计与传统文化融合研究 [J]. 参花, 2024, (24): 95–97.
- [7] 郑舒文. 日化品牌视觉传达中的高等艺术设计理念应用研究 [J]. 日用化学工业 (中英文), 2024, 54(06): 753–754.
- [8] 范晓琳. 新媒体艺术设计背景下的视觉传达设计方法研究 [J]. 大观, 2024, (06): 45–47.
- [9] 岳琳, 张文, 蔡秋实. 视觉传达要素在空间艺术设计中的应用 [J]. 明日风尚, 2024, (09): 121–123.
- [10] 朱冠臣. 新媒体时代视觉传达艺术设计与传统文化的融合研究 [J]. 玩具世界, 2024, (04): 163–165.
- [11] 刘鑫. 新媒体时代视觉传达艺术设计与传统文化融合研究 [J]. 西部广播电视, 2024, 45(06): 25–28.
- [12] 杨敏. 视觉传达在公共空间艺术设计中的应用 [J]. 建筑科学, 2024, 40(03): 179.
- [13] 王凝. 关于视觉传达艺术设计的品牌建设实施方略 [J]. 艺术教育, 2024, (03): 232–235.
- [14] 杨博. 视觉传达的艺术意境在艺术设计中的应用 [J]. 艺术家, 2023, (12): 14–16.
- [15] 杨勇. 数字传播背景下视觉传达在广告设计中的应用——评《新媒体广告艺术设计与传播》 [J]. 科技管理研究, 2023, 43(23): 280.