



浅析新时期视觉艺术的转型

内容编辑: 李忠 / 网上发布: 2007-7-12 / 已经查看: 10855次

一、新时期视觉艺术发展的现状

1、大众传媒的视觉化转型是对视觉艺术的推动。

21世纪是一个以计算机、网络技术和知识经济为标志的政治、经济、科技、文化“全球化”的时代,在现代科技、经济和文化的影响下,世界也进入了“视觉文化”时代。视觉文化是指文化脱离以语言为主导的理性主义形态,日益转向以形象、影像为中心的感性主义的形态。从我们生活中的报刊、书籍、电视节目、企业标志,计算机的多媒体操作和网络传播,甚至美容美发、形象设计、健美、瘦身以及整容术等等,都与视觉文化、生活的视觉化、美学化趋势有关。视觉图像成了从事摄影、电影、电视、广告、美术、艺术史、社会学及其它视觉研究者共同关注的中心。

视觉文化的兴起是以视觉艺术的产生为先导的,即以20世纪初电影技术的诞生作为标志。由于影视文化所具有的直观性与具象性,影视作品中的视听元素,必须先被观众感官感知、才能吸引观众注意。近十多年来日臻完善的电脑多媒体技术,以其对图像的生成、加工、复制的优势和凭借网络通讯传输对影视技术的综合运用,表征着现代文化工业凭借科学技术对传媒领域革新的全面完成。随着现代科学技术的发展,影视尤其是电影在视觉和听觉两方面都在尽其所能地将自身的功能推向极致。

从美学上看。电影作为视觉艺术,本身就有语言和视觉形象两个方面。视觉艺术转型是大众传媒由印刷文化向视觉文化的转型,并由此导致了整个文化领域的相应的变化。电视作为当今最大众化的传媒,比其它传媒有更多的优点和功能。如传播速度快捷、形式上音像并茂、制作技术多样化、传递内容广泛等,深刻地影响着全社会的价值观念和行为准则。

2、视觉文化的主要特征

视觉文化有以下几个显著的特征:

(1)组合性、综合性。它是现代科学技术主导下的工业文明的产物,是科学技术、工业生产与文化艺术的结晶;是美学、艺术等传统意识形态与现代科学文化、工业文化和商业文化多重价值体系的交汇融合。它以影视图像为主要载体,组织了声音、语言、文字等一切可以利用的符号形式与介质。

(2)传播运作的商业操作性。在讲究工作效率、贪图生活享受、追求轰动效应、崇尚新奇的现代社会里,视觉文化以其直观、浅白、快捷、刺激的特点,无疑最能迎合现代文化大众的消费心理。

(3)生产方式的批量复制性。以现代工业的大规模批量生产代替传统文化的手工创作,形成了视觉文化生产的新的景观。

(4)内容的直观性、浅白性。视觉文化艺术代之以生动、逼真、直观的影视画面,因此其内容的表达具有直观性、浅白性的特点。互联网的出现标志着一种新的视觉文化的到来。较



- [理论探讨] [中国高校教育技术学科综合竞 ...](#)
- [新闻快报] [中国教育技术协会2008年征文通知](#)
- [研究生教育] [教育技术学硕士研究生招生变 ...](#)
- [资源共享] [CSSCI来源期刊\(2008—2009年\)](#)
- [新闻快报] [第二届国际信息技术研讨会\(...](#)
- [专家学者] [汪琼 教授](#)
- [专家学者] [祝智庭 教授](#)
- [就业展望] [徐州师范大学2008年人才招聘](#)
- [课题奖项] [全国教育科学“十一五”规划 ...](#)
- [教育技术史] [思辨中演进的教育技术学\(上\)](#)

- [浅谈以建构主义学习理论为基础指导网络课程设计\(2\)](#)
- [浅谈以建构主义学习理论为基础指导网络课程设计\(1\)](#)
- [数字化生存与人性化思考](#)
- [基于计算机网络的“自适应式远程教育”模 ...](#)
- [自我解释策略在网络学习环境中的应用\(2\)](#)
- [自我解释策略在网络学习环境中的应用\(1\)](#)
- [情感——网络教育中不可缺少的组成部分\(3\)](#)
- [情感——网络教育中不可缺少的组成部分\(2\)](#)
- [情感——网络教育中不可缺少的组成部分\(1\)](#)
- [关注动画及网络文化艺术创作\(2\)](#)
- [高校网络非线性编辑系 ...](#)

之于传统的延时文字传播，视觉的电子媒介传播更接近实时传播，借助于现代信息技术，视觉文化逐步走进数字化“虚拟影像”时代。

3、多视角把握视觉艺术转型

视觉文化跨度广泛，涉及哲学、美学、社会学、心理学、符号学、传播学等多学科，视觉文化的研究本身就具有跨学科的性质。作为影像视听文化的电视文化，在深层次上更需要形象性、艺术性、审美性，需要借助各种艺术的长处来完善自身。在经济与科技的双重驱动下，当代电视文化已由以往的艺术文化向商业文化、大众文化，亦即电视大众文化转型。从80年代中期到90年代初，特别是大众传播学的引入，促使电视研究从传统的传播者重心向观众视角变迁。已超越单一的文化艺术领域而横跨政治学、经济学、传播学等诸多学科，成为一种跨学科的文化形态。对待这样一个复杂对象，任何单一的阐释角度或评价尺度都是有局限的。因此有必要从多个视角给予观照与描述，以期客观真实、准确地理解和把握当代中国电视文化的存在事实。

当代视觉艺术的社会学转型首先强调的是艺术对当代社会的介入程度，反映在当代艺术具有现实关怀，重要的是关注社会现实，关注人和人的生存状态。从很大的意义上说，是为了使我们能够从更广阔的视野和多种角度来反思当代艺术、重建当代艺术。从不同的研究视角，对其进行全面的把握、理性的认识，以期更有效地规范和引导这种新型的文化形态。

二、视觉艺术转型是时代发展的内在要求和外在表现

1、经济发展、技术革命对视觉艺术转型的影响

经过改革开放20多年的持续发展，特别是入世后中国传媒发展有了较大的提升。数码相机、DV摄像机和电脑技术正在以最快的步伐走向大众化。中国的现代都市正在由传统的话语方式转向图像文化，影像艺术已经成为都市文化和当代艺术习惯采用的方式，影像艺术正在成为今日世界获取信息、交流情感的主要载体。无论“信息”还是“传播”，今日之影像技术都呈现出、而且越来越呈现出拟真、逼真、乱真的高技术品质。

新媒体的来临确实改变了人类的生活与艺术之面貌，更是改变了今日人类的审美观念与视觉经验。随着20世纪末期数字化媒体出现，社会环境也发生了质的变化。网络技术、数码艺术设计、数字电影电视、多媒体广告短片等新兴科技不断地挑战并充实传统的视觉传播形式。与此同时，也使视觉传播由以往形态上的平面化、静态化，开始逐渐向动态化、综合化方向转变；从单一媒体跨越到多媒体；从二维平面延伸到三维立体和空间；从传统的印刷设计产品更多转化到虚拟信息形象的传播。视觉艺术和信息技术的发展是互相融合相辅相成的，信息技术在视觉上的突破带来了成功，视觉文化在新的信息技术环境中又孕生更多更有潜力的新价值。

入世来一系列同传媒业相关产业的腾飞，有力地推动着中国传媒业的快速发展。卫星信号传输技术的进步使电视节目有了更为优质的载体，网络技术的不断更新使各种介质的传统媒体借助网络实现了信息传递的现代化。彩电业日新月异的发展，尤其是数字电视传输技术的进步，使电视传媒在传播手段上呈现新的面貌，中国传媒业获得了实现腾飞的经济力的巨大支持和科学技术基础的有力保障。电视是科技的产物，在中国电视产业化改革的进程中，技术革命对电视传播产生了积极的影响，改变了新技术背景下的传播行为意识。

2、图像时代等文化背景对视觉艺术转型的影响

电子影像媒体的出现使整个社会的文化开始向视觉文化转型，大众传媒的发展变化给整个社会的文化变迁带来了深远的影响。如今的人们再也不像20年前那样痴迷于文学作品，名著几乎成了陈列于书房中的摆设。数码影碟早已取代小说成为受众需求量最大的艺术品，进入所谓“读图时代”。我国电视事业在现实社会生活和国家历史进程中，与经济政治体制改革，与国际环境的发展变化都存在替密切的、多方位的互相促进与制约关系。社会转型不仅是社会经济生活的转型，更是内含了思想和文化的转型。文化与传媒产业发展具有互动关

系，既冲突又和谐。

以影视为主体的图像文化的生产方式，与社会、经济和科技关系的密不可分，其意义突出地表现在，它创造了一个当代大众消费群体及其文化观念。从生产方式看，图像文化主要是一种“集体创作”，与社会、经济和科技密不可分。其突出意义在于它创造了一个大众消费群体及其文化观念，这对推进文化的民主化进程有重要作用。随着视觉文化转型的出现，社会进入了一个空前的大众文化时代，它通过电子影像来传播信息，取代了印刷文化而成为一个时代的文化最为突出的现象，这在西方的一些著名学者如波德里亚、德波、詹姆逊、费瑟斯通等人那里都有了相当深刻的论述。美学界近来引起广泛关注和热烈争论的“日常生活审美化”的命题，其实也是视觉文化所带来的审美方式的嬗变，视觉文化作为一种时代的文化症候，其实有着深刻的商品经济的背景，大量的视像消费，正是后工业时代的逻辑发展。

三、新时期视觉艺术的发展路向研究

1、在全球化背景下借鉴当代视觉艺术的发展模式。

视觉艺术传播过程是一个开放的系统，不断地受到新的技术与意识观念的冲击而更新拓展。观念上要有所创新，西方媒体的现代化是伴随着社会的现代化进程而来的，中国至今仍然处在向现代化转型的过程之中，在深层的文化层面、治和经济层面发挥着巨大影响。

传播观念与一定的传媒体制直接决定着媒体的功能表现。中西方传媒在认知新闻和新闻价值以及操作方式上的区别决定了各自社会的传播生态。因此中国电视应在坚持自身特色的前提下，立足中国的历史与国情，在全球化背景下借鉴当代世界电视传播发展模式和成功经验，顺应世界电视发展的潮流。借鉴经营运作方式集团化，统筹管理电视栏目，将资本运营引入电视，为了增强竞争和抗风险能力，发挥综合效益。另外，加入WTO我国要认真研究“规则”，更新服务贸易观念。只有熟悉掌握“世贸”规则，根据WTO基本原则才能制定一些对本国有利的政策，尽快融入世界电视贸易市场，实现电视产业化的运作方式，培养一批具有国际竞争力的中国电视集团，使电视资源配置更加合理，抗风险的能力进一步增强。

2、以受众为中心是未来发展的着力点。

视觉是人类认知客观世界最主要的途径，视觉传播必须以接受者的注意为前提。高信息量的视觉符号会比低信息量的符号更容易引起接受者的注意。在视觉传播中，要获得目标受众的关注，需要以与外部认知环境相一致来实现意图。

视觉文化时代阅读主体的变化，首先在于视觉文化形态的直观形象性和视觉代码表意的直接浅白性。以人为本理念在电视传播观念中的广泛应用以及受众的反作用是制导电视传播观念转型重要因素。随着电视市场竞争日趋激烈，电视在实践中日益凸显其作为大众传媒的特殊性，观众研究也受到愈来愈广泛的重视。从认识观众反馈的意义到重视研究观众，再到自觉运用观众研究指导传播实践，观众研究的调节作用日趋明显，既反映出电视研究思维方式、行为方式的变化，也反映了传播观念的变化，时代的变迁，技术的发展，电视节目与多媒体技术互相借鉴、融合，形成了新的传播模式。可以说没有哪一种传播方式能象电视更吸引观众的参与感，大大缩短了传播者与受众的距离，从而增强了电视节目的亲切感和真实感。

以视觉思维为立足点，创造出更贴近观者的视觉心理。所谓视觉思维是以视觉形象解决问题的一种思维方式，涉及信息的接收、存储、恢复及处理等方方面面。利用视觉思维通过直观、选择、发现、探究等方法在信息中的感知，将民族文化的底蕴与视觉思维的功能相结合，创造出更好的视觉形象。我们在面对无所不在的视像时，当然不必采取一种抵制或排斥的心态，而应该将视觉审美纳入到新的艺术学格局之中。

四、结束语

市场经济下加强我国视觉艺术转型研究具有显著重要性，只有真正从中国的现实出发，

把西方的理论有机融入我们的思想和观念，在研究新情况新问题中，不断丰富完善，从而推动与国家经济增长和社会发展相适应的实践变革，使中华民族文化走向更高境界。

（徐州师范大学 杨友成）

搜索更多相关主题的文章：[视觉艺术时期浅析](#)

[【资料】](#) [【短消息】](#) [【订阅】](#) [【收藏】](#) [【我要发布】](#) [【评论】](#)



Copyright © 2007 本网站版权归：徐州师范大学|教育技术学科网, 未经同意严禁转载、镜像。

[清除 Cookies](#) | [联系我们](#) | [关于我们](#)

地址：徐州师范大学信息传播学院（221009）