

数字艺术的设计思维和审美价值的探索

刘 磊

(南京传媒学院, 江苏 南京 211172)

摘要: 随着数字技术的发展, 数字技术与文化意识相互融合, 并在文化艺术领域中有了广泛的应用。数字艺术成为当前的一种潮流文化, 推动了文化艺术领域的发展。随着人们对艺术认知形式的广泛接纳, 数字技术也被越来越多地应用到艺术创作中。本文以数字艺术为研究对象, 探究数字艺术的设计思维和其审美价值。论述了数字艺术中设计思维的分类, 同时阐述了数字艺术及其主要特点, 并结合数字艺术的发展, 探究藏品领域的发展情况及数字艺术的审美价值。

关键词: 数字艺术; 设计思维; 审美价值

随着信息技术的发展, 科技不断丰富人们的生活, 极大地提升了当代人的生活品质。其中数字技术与文化艺术的融合, 形成了新的数字艺术, 并在艺术领域中拓展了新的艺术分支。同时, 数字艺术在当代的发展中也取得了较大的成就, 如在影视领域, 掀起了一场数字艺术的狂潮, 给人们带来了全新的观影感受。此外, 数字艺术在我国传统文化领域的并序融合, 也促进了传统文化的发展, 使其在原有的基础上实现了创新和发展, 并且借助其独特性, 给人们带来了不一样的审美体验, 逐渐成为艺术领域的宠儿。

一、数字艺术与艺术藏品

人们对未知事物的探索从未停止过。在我国的古书中就有对未知事物的探索记录, 比如在《陆九渊全集·杂说》中记载“四方上下曰宇, 往古来今曰宙。宇宙便是吾心, 吾心即是宇宙”, 在老子的《道德经》中记载: “天地万物生于有, 有生于无”, 诸如此类的描述还有很多。同时, 在 1990 年, 钱学森院士在致汪成为的手稿中, 就已提到“Virtual Reality”(虚拟现实), 并欲将它翻译为具有中国味儿的“灵境”, 使之应用于人机结合和人脑开发的层面上, 并强调这一技术将引发一些震撼世界的变革, 成为人类历史上的大事。

现阶段, 在需求的推动下, 数字艺术已经逐渐发展为一种艺术藏品。首先, 在价值储藏方面, 基于稀缺属性而进行价值储藏基于算法生成的数字藏品, 具有唯一的产权。产权是构成稀缺性的基础, 而不可复制的稀缺性是用户购买或储藏数字藏品的主要驱动因素。其次, 人文认同也是促使其成为艺术藏品的驱动元素之一, 基于艺术属性产生人文认同以艺术类的数字藏品为主, 人们购买它就像购买传统艺术品一样, 是基于对这个数字资产的艺术价值的认可。再次, 生产要素配置, 基于功能属性的生产要素配置, 比如区块链游戏内的数字资产: 用户需要购买数字藏品才可以参与到游戏生态, 因此这类数字藏品更多的价值在于生产要素配置。最后, 社交货币需求, 基于社交属性而产生身份认同的需求大部分需求是基于对某 IP 或个人的身份认同, 这类数字藏品更多地体现出社交货币属性。

二、设计思维的分类

数字艺术的诞生亦是由人类天马行空的思维从无中带出有来, 因此数字艺术里充分体现着设计者的设计思维。

数字艺术创作本身就需要设计者在作品中标新立异, 以此使

其区别于其他的艺术作品。这就需要创作者有独创性思维。数字艺术的设计不仅需要设计者有缜密的思维, 还需要他们有丰富却灵敏的想象力。由于数字艺术的特殊性, 使得数字艺术的设计思维区别于其他, 其表现出来的特征是所有数字艺术研究者进行创造的原动力, 并且在此基础上才能创造出艺术作品。

总体来说数字艺术的设计思维可以分为:

独创性思维, 数字艺术设计者通过打破常规, 借助已知的事物和丰富的想象力, 创造出未知的事物, 并将其转化为艺术的形式, 成为艺术作品, 使观赏者眼前一亮。在进行独创的过程中, 数字艺术设计者需要以开放性的思维为桥梁, 注重将不同的思维联系起来, 对其进行融合和设计, 以此将自己的想法变为现实。

联想性思维, 在数字艺术设计中, 设计者需要借助联想, 针对数字艺术的主题、形式以及色彩等, 进行充分的联想和想象, 以此在数字世界进行自由的创作, 能够将不同的元素联系起来, 构建成为有灵感、有创意、有感染力的数字艺术作品。在联想性思维的基础上, 设计者才能数字技术与艺术创作联系在一起, 才有数字艺术这一类的作品。

批判性思维, 批判性思维是数字艺术创作者提升作品质量的关键思维, 其贯穿于整个数字艺术的创作过程。在批判性思维下, 设计者能够根据设计创意的要求, 不仅反思自己, 调整和修改自己的思维, 提高设计思维活动的效率。数字艺术创作者只有树立了批判性思维, 才能不断优化自己的设计。比如, 现阶段人们越来越多的应用数字艺术对传统文化进行创新, 在一定程度上弘扬了民族文化, 在原有的基础上融入了数字化的时代特征。在此过程中, 数字艺术设计者需要不断对其两者的融合进行改良, 使深层次的文化传统和理念与当今一日千里的科技手段在不断的碰撞中实现传承与创新。

发散性思维, 在发散性思维中, 数字艺术的创作者能够突破常规, 在有限的设计元素下求异和举一反三, 从而使作品具备深度和广度, 是设计者进行筛选和创作的关键。比如, 当前借助数字艺术展示我国悠久历史和文明的作品, 再现了我国传统建筑的魅力。这种数字技术与传统文化相互融合的形式, 充分体现了设计者的发散性思维, 为艺术创作领域注入了新的活力。

三、数字艺术的特点

数字艺术研究者将艺术创作与新技术融合。数字光年与知名

古建筑团队合作,一比一大搭建唐长安城的数字建筑沙盘。用户可共同参与该城的规划和建设,在虚实互动中感受更加全面立体的历史风貌。数字化技术让中国传统建筑在数字空间生动再现,联动虚拟世界与现实世界。未来,将孕育大量新的消费场景,对线下实体经济具有辐射效应。还会有更多文创作品依托数字化技术进行传播。推动数字藏品的创新形态与实体经济结合,有利于创新历史文化的传承方式,推动文创以更被年轻群体青睐的形态持续发展。

通过对经典复生传承创新通过数字孪生技术,向世界展示我国悠远的历史与文明。打造“中国形象”虚拟IP、促进中华文化对外传播。首先,将传统文化、时代精神、新兴技术三结合。其次,保护传承传统文化。最后,利用AR、VR、数字孪生等技术手段对文化进行再创新。

通过释放想象累进收益创作的灵感推升,AI技术能实现个性化价值奖赏,从而激发艺术家创作灵感。虚实流动的艺术特质拓展人类的审美疆域,并丰富艺术创作生态。权益的多维保障:数字藏品更易确权且收益为累进制,使作者获得更坚实的权益保障与高速的财富积累。易用性的显著提升:数字艺术作品更易获取和保藏。传统艺术收藏要经历复杂的流通环节,存在较高的流动风险和保养成本,而艺术藏品能即刻交易,永续存在,更有利于艺术藏品的传播和保值。从艺术品到数字藏品,稀缺性的地位不仅没有下降,反而提高了。

稀缺造梦炫耀标榜现实世界中文化品牌的塑造与推广受到数字世界的流量影响。奢侈品也可以突破创造力的界限,并提供现实生活中不可复制的体验。Gucci在Roblox平台开放了Gucci Garden空间,启动了艺术花园体验的虚拟活动。Roblox用户能仅以1.2美元至9.9美元的价格购买限量版iGucci配饰,装扮自己在平台上的虚拟形象。在这个艺术花园中,用户可以看到同空间的其他人并与之互动。

四、数字艺术和数字收藏品

数字艺术是引起大家对于数字藏品关注的主要源泉2021年3月,数字艺术家Beeple的作品《Everydays.The first 5000 days》以6900万美元在英国拍卖平台佳士得成交。同年5月20日,加密艺术家宋婷的作品《牡丹亭Rêve之标目蝶恋花——信息科技穿透了「我」》在中国嘉德拍卖行以66.7万元成交。在众多的艺术作品中,奢侈品是最快速进入到数字藏品的行业。奢侈品是最为符号化的商品,而数字藏品本质上就是一个消费符号,因此其本身的特点就与数字藏品有着较高的契合度。



《Everydays.The first 5000 days》

五、数字收藏与美学

随着社会的发展,艺术藏品融入了更多的金融元素,使艺术藏品不再纯粹,康德认为审美是一种无利害关系的活动,但现如今审美和利害关系越来越近了,甚至可以描述为“金融化审美”。而鲍德里亚则相反,他认为人们在消费中获得某种个特定的符号认同,使得审美具有利害关系。传统审美、高雅艺术以及普通艺术之间的界限模糊了,好想人人都可以享有,但又无法人人参与,艺术无所不在,但同时艺术死了。日常生活的审美化明显颠覆了传统的美学观念,它打破了审美的无功利原则,让审美活动进入了日常世俗生活,由精神层面进入物质层面,由精英化转变为大众化。这种审美观念的转变的革命性不言而喻,但是我们需要警惕的是审美的泛滥,美的艺术的过剩。

参考文献:

- [1] 王政南.从模仿到独树一帜——论数字雕刻材质的独立艺术语言与审美特质[J].艺术科技,2022,35(1):4.
- [2] 周百义.寻找汉字艺术审美和信息传播功能背后的思维逻辑——读《中国汉字设计史》[J].全国新书目,2022(1):8.
- [3] 谷晓丹.数字空间艺术具身交互美学与审美趋向——基于可供性具身认知视角[J].渤海大学学报:哲学社会科学版,2022,44(1):6.
- [4] 刘华年,董亚萍.基于数字媒介的艺术设计专业“双主教学模式”实践研究[J].美术教育研究,2022(4):2.
- [5] 刘会军.艺术设计思维与当代数字动漫作品消费机制分析[J].郑州航空工业管理学院学报:社会科学版,2016,35(1):4.
- [6] 黄翌皓.高职艺术院校课程思政与专业教学融合的实践性探索——以数字艺术学院为例[J].教师,2021(5):5-6.
- [7] 吴玲,刘春尧,杜军.数字媒体公共艺术对城市形象的塑造研究[J].美术教育研究,2022(3):2.
- [8] 本刊编辑部.重塑无限 创想未来 2021 欧特克年度设计峰会线上开启全方位探索数字技术创新价值[J].影视制作,2021,27(2):2.
- [9] 林舜美.基于“MOOC+SPOC”的数字媒体艺术专业设计美学课程思考与实践[J].装饰,2018(10):2.
- [10] 王语欣.数字媒体艺术设计教育中的创新思维及发展趋势探究[J].艺术研究:哈尔滨师范大学艺术学报,2019(1):2.
- [11] 王馨.数字分镜头创意思维与策划实践——数字媒体艺术专业专题设计教学探索[J].装饰,2016(8):2.
- [12] 严宝平.数字艺术设计中的计算思维与程序美学[J].现代信息科技,2017,001(005):110-111.
- [13] 高甫.基于CDIO艺术设计专业新媒体类课程群《设计思维》课程的研究与实践[J].戏剧之家,2018(10):2.
- [14] 王馨.数字分镜头创意思维与策划实践——数字媒体艺术专业专题设计教学探索[J].装饰,2016(8):2.