

# 当代绘画跨媒介创新传播研究

查卓

(上海视觉艺术学院, 上海 201620)

**摘要:** 全媒体时代的到来, 为当代绘画艺术提供了更具即时性的展示形式、更具互动性的展示内容、更具兼容性的展示载体、更具传播性的展示渠道。但是在其传播过程中, 也引发了艺术欣赏碎片化、艺术创作的娱乐化等一系列问题。基于此, 文章在具体分析当代绘画艺术跨媒介传播中存在问题的基础上, 对其创新传播路径展开积极探索, 以求抛砖引玉, 推动绘画艺术的良性发展。

**关键词:** 绘画艺术; 跨媒介传播; 全媒体; 数字思维

奈奎尔曾言: “传播是文化最普遍、最主要的特征。没有传播, 文化就不能生存、发展、延伸, 就不能成功。”绘画作为一种重要的艺术形式, 进入全媒体时代, 它的传播形式、传播渠道、传播效能都发生了深刻变化。当代绘画艺术如何在全媒体时代进行跨媒体创新传播对于它的发展是至关重要的。

## 一、全媒体时代绘画艺术传播的新变化

### (一) 展示形式更具即时性

随着媒体技术的发展, 虚拟现实技术的普及, 普通受众足不出户就可以欣赏来自世界各地的绘画作品、观看高质量的展览。VR 艺术展示、云画展、线上美术馆使得人们对艺术美形成了个性化认识, 促使人们自发追求、探寻生活中的艺术美感。为了满足大众越来越高的艺术欣赏需求, 各个艺术机构开始在线上布局, 将展馆搬到网络。英国国家美术馆增设了虚拟实地浏览功能, 观众只需佩戴 VR 眼镜, 就能够欣赏到塞恩斯伯里展厅内陈列的 270 余幅世界名画。我国故宫博物院也通过线上线下的互动与再创作, 实现了古老艺术做皮的商业化、视觉化, 趣味化。

### (二) 展示内容更具互动性

随着数字媒体的蓬勃发展, 绘画艺术自媒体迅速崛起。人们可以通过微博、微信或短视频平台建立个人主页。除了绘画艺术创作者, 越来越多的年轻人选择通过微博、微信、抖音等平台, 了解国内外绘画艺术发展动态, 接收或发布艺术资源, 为绘画艺术的广泛传播提供了重要驱动力。例如, 抖音平台联合多家美术馆、艺术院校推出了“DOU 艺计划”, 吸引了众多热爱艺术的普通受众, 通过短视频的形式突破了绘画艺术传统的时空界限, 极大地丰富了受众的艺术生活。

### (三) 展示载体更具兼容性

近年来, 绘画艺术乘着数字媒体技术发展的东风, 引发了全民对艺术的热切追求, 激发了个体对绘画艺术的欣赏热情。例如, “TeamLab Borderless”美术馆为了为人们带来全方位的艺术体验, 采用最新进的声光合成技术模拟自然之美, 并在其中加入了声效、触觉、气味等设计, 从而全方位调动受众感官, 使其产生沉浸式体验。

### (四) 展示渠道更具传播性

新媒体技术的快速发展与广泛应用, 使得绘画艺术展示形态发生了深刻变化, 也使得绘画艺术传播至更加广阔的范围, 从而极大地提升了绘画艺术的影响力。越来越多的艺术馆、美术馆、博物馆借助 VR、AR 等先进技术, 从陈列、保存艺术作品的“仓库”化身为具有社会功能的展示空间。此外, 借助新媒体技术, 越来

越多的艺术场馆更是独具匠心, 将场馆转变为能够也能够用肢体参与、用手触摸、用心感知的魔幻空间。艺术观赏者在此魔幻空间内, 不再只是被动的观看者, 而是真正的参与者、体验者。

## 二、绘画艺术跨媒介传播中存在的问题

### (一) 艺术欣赏的碎片化

进入全媒体时代, 绘画艺术的跨媒介传播虽然能够有效汇聚不同类型的信息, 但同时也进一步加剧了传播内容的碎片化、分散了受众注意力, 导致其碎片化的思考模式、艺术欣赏模式, 使得受众难以深入、整体地进行艺术欣赏。此外, 受众已经习惯了在线欣赏的碎片化信息接受方式, 这种短时记忆方式难以有效转变为长期记忆, 更无法从整体和全局上展开审美思考。而且与亲临现场的观赏方式相比, 受众在线欣赏绘画艺术的过程中, 难以产生完全沉浸的欣赏体验, 只是部分感觉要素参与其中, 难以形成系统、深入的欣赏感受。

### (二) 艺术创作的娱乐化

全媒体时代, 经过诙谐幽默的方式、通俗易懂的语言进行包装的艺术形式往往更容易引发受众的兴趣。但是这种传播方式必然会在一定程度上降低绘画艺术的准入屏障与传播门槛, 导致绘画艺术内容粗俗、低端。不可否认, 当前大众的艺术修养水平仍有待提升, 跨媒介传播“短平快”, 很容易导致大众对艺术作品的解读出现偏差。此外, 还有部分媒介或平台, 为了迎合大众, 会使用恶趣味、粗俗直接的方式对艺术作品进行解读, 而刻意忽略了艺术作品的思想与内涵。如果绘画艺术的跨媒体传播将娱乐化置于首位, 而不注重对绘画艺术审美价值的传递, 无疑会消解绘画艺术传播的意义。这种传播方式不仅不利于大众审美的提升, 还有可能降低传统审美标准, 甚至损害社会道德。

### (三) 艺术评判的技术化

全媒体时代的到来, 推动了绘画艺术传播从单点定位向多点到达的转变, 从而极大地丰富了人们的艺术活动, 但也使得人们更加自由、任意地去解读绘画作品的艺术美。以技术为基础与核心的新艺术, 由于难以实现科学精神、人文精神的统一, 导致其在发展过程中面临着重重压力。随着绘画艺术与新艺术的有机结合, 绘画艺术正在以前所未有的传播速度满足大众对艺术美的全部需求, 新媒体技术的应用程度也因为成为评判绘画艺术质量好坏的一个重要标准。从历史的角度来看, 艺术的社会价值始终在随着社会经价值体系的转移而改变, 但是优秀的作品与艺术却是历久弥新的。新媒体技术与绘画艺术的结合, 在于更好地推动优秀绘画艺术的传播, 但绝非唯技术至上。

### (四) 艺术版权的欠保护

进入全媒体时代, 绘画艺术作品的形式更加平民化、多样化, 虽然突破了传统绘画艺术表现形式的单一性问题, 但是也使得绘画艺术作品更加容易被复制或盗版, 从而加大了作品被侵权的风险。例如, 2019 年, 伟丰公司被创客公司起诉, 非法使用其美术作品一猪小屁。利用新媒体技术, 绘画艺术作品的复制、侵权或者盗版等非法行为, 无须通过纸质媒介便可实现快速传播, 而这一传播过程不仅会打击创作者的创作热情, 还会为其带来巨大损

失。信息传播的低门槛是数字时代的一个重要特征。这一特征虽然为绘画艺术作品的传播创造了有利条件,使得绘画艺术作品创造出更多的经济价值、社会价值。但是由于部分传播主体自身缺乏媒体素养与道德约束力,再加上数字化传播监管力度不足,导致在绘画艺术作品传播过程中充斥着大量假冒伪劣作品。

### 三、当代绘画跨媒介创新传播路径

#### (一) 强化数字化思维,搭建传播矩阵

进入全媒体时代,绘画艺术创作者也要与时俱进,增强数字化思维,不断扩大绘画艺术跨媒体传播的影响力。从传播行来看,传统的文字传播、图片推送等形式的确存在一定的单调性,当代绘画艺术的跨媒介传播需要突破传统传播形式,借助新媒体技术,搭建虚拟化、数字化、沉浸式空间场景,为受众带来沉浸式观赏体验,使得受众通过多感官参与,实现理性与感性的深度沉浸。此外,艺术场馆还可充分利用微信、微博、短视频平台或人工智能设备等多样化的传播手段,根据对绘画艺术的欣赏需求,建立多媒体传播矩阵,充分发挥矩阵效应,在丰富受众艺术欣赏体验的同时,充分彰显绘画艺术作品的内涵。绘画艺术的跨媒体传播,能够进一步增强绘画艺术的代入感、体验感,凸显绘画艺术的深厚底蕴。例如,艺术场馆可通过图片拼接、全景拍摄等手段,为绘画艺术作品搭建立体化展示场景,并对其进行播放、展示;还可利用三维立体扫描、高清摄影等手段,构建虚拟化的展示空间,重新作品场景,从而为受众带来更具真实性、整体性的观感,避免碎片化信息的沉淀。但是避免碎片化的绘画艺术欣赏,并不是盲目地让绘画艺术回归传统,而是利用新媒体技术手段,推动传统绘画艺术的高质量传播,实现二者的深度融合。例如,国家博物馆在2018年的改革开放四十年展览中,就借助VR技术,实现了《清明上河图》的全景动态呈现,使得观众产生深度沉浸体验,真切感知到传统绘画艺术的无穷魅力与当代价值。

#### (二) 以艺术内核为本,坚持适度娱乐

无论是艺术还是技术,其目的都是为实践服务,都是最终要走向生活、走进生产的。其实,随着人们对精神生活要求的不断提升,绘画艺术的娱乐性传播本是当代绘画艺术发展的必然走向。但是过度娱乐可能会导致绘画艺术的跨媒介传播的非理性泛滥,从而难以体现绘画艺术本身的审美价值。近年来,在新媒体技术的推动下,当代绘画艺术逐步经历了从古代到现代、从公共向个人、从现实到虚拟的一系列变迁,传播途径也得到了极大拓展,呈现出明显的大众化特征。因此,绘画艺术的跨媒介传播要在满足受众审美情趣的同时,体现其价值引领作用,引领艺术审美观念的不断内化,推动当代绘画艺术向纵深发展。而针对绘画艺术在跨媒介传播过程中出现的“娱乐至死”问题,则需要借助新媒体技术的互动性,带动大众艺术审美观念的不断内化。与此同时,鼓励绘画作品创作者、目标受众共同开展互动活动,使得受众真正感受到自身在整个绘画艺术审美活动的主体地位,从而实现审美体验的真实内化。此外,不仅广大受众要不断提升自身的审美素养,相关部门以及媒体平台也要进一步规范行业标准、加强对传播渠道的监管,提高绘画艺术作品的准入门槛,促进优质作品的进一步推广。

#### (三) 整合艺术数字资源,激发受众共振

当代绘画艺术跨媒介传播的关键在于互动。进入全媒体时代,绘画艺术的跨媒介传播应充分发挥新媒体技术的种种优势,鼓励受众进行参与互动,丰富受众的欣赏体验,增加受众黏性,以此

使得受众在欣赏过程中产生情感共振。针对绘画艺术在跨媒介传播过程中存在的“技术至上”主义蔓延问题,创作者在创作绘画作品的过程中,应从人本主义的视角出发,突出人在绘画艺术中的价值。绘画艺术是在创作、传播等行动中产生的,它的跨媒介传播需要建立一个以人为中心的、高质量的表达体系,从而使得参与绘画艺术传播的所有主体都能够从行动中获益。科学技术是人性化的科学技术,全媒体时代绘画艺术的创作主体、传播主体也都是科学技术化了人。因此,在绘画艺术的跨媒介传播过程中,只有回归人的本身,绘画艺术的跨媒介传播才能更好地满足广大受众对艺术的向往。以人为本的跨媒介传播为绘画艺术打开了更加广阔的发展前景,也为具有广泛大众基础的绘画艺术的发生提供了契机。在塑造社会文化氛围、应用新媒体技术的过程中,通过激发受众的互动参与,在不断认识、逐渐把握绘画艺术跨媒介传播规律的前提下,综合考量学术价值、思想建设以及现实应用。

#### (四) 加强产权保护,建立绘画传播规制

近年来,随着新媒体技术对绘画艺术的跨媒介传播,绘画艺术作品在传播过程中面临着更大的内容盗版、版权侵权的风险,特别是随着新媒体技术的深入应用,文字、图片、视频等无形资产的复制、传播可谓轻而易举。在此背景下,绘画艺术的跨媒介传播,不仅要注重传播优质原创内容,还要防止出现侵权行为,加强绘画艺术在跨媒介传播中的版权保护是非常有必要的。就现阶段绘画艺术的跨媒介传播现状来看,应该严格区分绘画艺术的商业性用途与非商业性用途,并严格限定绘画作品在跨媒介传播中的商业用途。这方面可以借鉴英国大英博物馆的做法,它对馆内所有的艺术作品的数字影像版权都进行了严格保护,并明确规定当艺术作品的数字影像版权被用作商业用途时,都必须得到博物馆的授权,并征收50%的版权使用费用。因此,在当代绘画艺术的跨媒介传播过程中,应通过区分授权的形式加强对作品版权的保护。这样不仅能够保障非商业性绘画艺术作品的数字化传播,同时还可进一步规范绘画艺术作品在跨媒介传播过程中的商业性使用,加强对绘画作品的版权保护,并从中获取相应的经济效益。

### 四、结语

在新媒体技术快速发展的当下,尽管新媒体技术极大地拓展了绘画艺术的传播渠道,但在传播过程中同样引发了诸多问题,当代绘画艺术的跨媒介传播路径还需要进一步探索与优化。但艺术美始终源于生活,绘画艺术的跨媒介传播促使艺术对象去权威化,使得审美权限更加开放,因此,我们应积极利用新媒体手段,让绘画艺术继续传播良善的真理,对人类作出积极的指引和实践。

#### 参考文献:

- [1] 万滢安. 谣知童趣:《孺子歌图》海外译介出版的文化图景与传播策略[J]. 中国出版, 2022(17): 66-70.
- [2] 蔡绍硕, 夏晋. 全媒体语境下绘画艺术的传播变革趋势研究[J]. 天津美术学院学报, 2022(03): 96-101.
- [3] 曾义. 新媒体时代中国绘画展示与传播方式的新路径[J]. 美术文献, 2021(07): 147-148.
- [4] 周感平. 跨媒体艺术视域下架上绘画传播新路径[J]. 黑河学院学报, 2020, 11(08): 160-162.
- [5] 林玮. “跨媒介阅读与交流”的本体意义:一种传播共同体的视角[J]. 中学语文教学, 2020(04): 16-19.