

现代版画与传播媒介关系研究

王 珊

(云南艺术学院 附属艺术学校云南省昆明市 650101)

【摘要】 身处在当下的社会环境下,大众传播媒介也实现了繁荣的发展,占据了人们日常生活的半壁江山,为人们带来了诸多的便捷服务。现代版画作为一种新兴的艺术形式,为广大的艺术工作者提供了全新的研究方向,以现代版画为代表性的艺术形式如果离开了传播媒介,就会失去了传播的意义。现代版画与传播媒介之间的融合,是现代艺术未来发展的必然趋势。本文针对现代版画与传播媒介之间的关系开展深入的探究。

【关键词】 现代版画;传播媒介;关系

随着我国社会步伐的不断加快,人们对于媒介的认识也不再局限于一种简单的工具,而是逐渐深入到性能及与其他艺术形式之间的内在联系。在当今社会发展的趋势下,媒介不仅仅只覆盖时尚领域,同样也涉足传统艺术,比如剪纸、版画、书法及戏曲等,媒介在人们的日常生活中发挥的作用举足轻重。

一、相关概念分析

(一) 现代版画

版画是中国美术中的重要门类。从中国古代伊始,经历了数千年的岁月变迁,我国的版画艺术也在不断的发展^[1]。古代的版画主要以木刻、套色漏印与少数铜板刻等形式为主,因为独特的刀味与木味,使得古代的版画艺术独具韵味。

而现代版画的发展经历了下述四个时期,在1931年至1937年,堪称为中国现代版画的萌芽时期,在当时,现代版画属于刚刚起步阶段,只有极少数的青年人从事该项工作,因为缺乏良好的艺术功底,同时版画的制作工艺也不是很精湛,所以当时的版画作品都显得格外的粗糙,其创作的内容大都以当时的社会环境、生产生活为主。直到1949年,现代版画则经历了成长时期,当时的中国正处于历史发展的特殊时期,在经历了抗日战争与解放战争后,我国俨然已经成长为一个战斗民族,此时的社会条件也为现代版画的发展提供了重要的前提条件。当时正值兵荒马乱的战争年代,因为物质条件的匮乏,以木刻作为刊印报纸、书籍的重要手段。当历史的车轮转动至1966年,现代版画处于发展的鼎盛时期,在全国得到解放后,全国性的版画团体自发解散,众多的版画家统一进入到美术家组织的行列,版画创作得到了各级党组织的大力推崇,并成为了我国工农阶级的全新发展方向,苏联和东欧各国的优秀版画作品成为了广大版画家借鉴的对象,并为中国现代版画的创作提供了全新的思维模式^[2]。

(二) 传播媒介

传播媒介,也被称为是传播渠道,为所传播的内容提供了全新的载体^[3]。传播媒介被赋予了两层含义,不仅仅是传递信息的手段,诸如电话、网络及计算机等,同时也是从事信息的采集、加工、选择、制作与传播的组织及机构,比如报社、电视台等。传统意义上,传播媒介是以报纸、电视、广播、杂志等四种类别。若按照媒体的性质进行划分,又可将其进一步划

分为传统纸媒、电子媒体与第五媒体,其中,纸媒是以报纸、信函、书籍、杂志等为代表的纸质媒体;电子媒体则是以电视、广播、网络等数字产品为载体的传播媒介;而由此衍生的第五媒体则为手机、无线网络等新兴传播媒介。

二、传播媒介对现代版画传播的影响

(一) 现代人审美意识的扭曲

随着媒介的发展,人们获取信息的方式不再局限于传统的纸媒,逐渐过渡到极具现代化的电子媒体、第五媒体等,互联网成为了人们日常生活中所应用的重要媒介^[4]。在新兴的传播媒介下,广大的媒体工作者过于注重高收视率、高点击率,从而提升自身的利润空间,在新兴媒体的带动下,人们将目光锁定在了影视综艺的身上,这也导致了现代版画这一的传统艺术形式逐渐淡出人们的视线,走入了“遗忘”的边缘。因为人们不愿花太多的时间在古典艺术的身上,不愿意去抽出一节课余、闲暇时间去欣赏一幅现代版画,去了解一些优秀的传统艺术作品,久而久之,人们的审美意识逐渐被模糊,不愿意再去欣赏一些传统艺术文化。

(二) 现代版画传播功能逐步减弱

而在新兴传播媒介不断壮大的同时,以现代版画为代表的艺术自身的传播功能正在一点点减弱,使之从一种接地气、亲民的艺术形式逐渐上升到人们高不可攀,成为了一种纯粹的艺术形式^[5]。这也足以说明了新兴的传播媒介对于现代版画的传播产生了一定的领域危机,甚至可以被视为现代版画艺术传播路上的替代者。而一些从事现代版画创作的艺术家的也逐渐被人们淡忘,甚至是心灰意冷,很多版画艺术家都选择放弃传统新的形式和方法进行创作,现代版画创作群体在不断分化减少,很多作品都模糊了版画的传统定义。

三、传播媒介对现代版画传播的积极意义

传统的纸质媒体以报纸、信函为代表,以往人们想要获取相关的信息,都只能静静的等待报纸的刊印,直至报纸送达至受众的手中,信息也会随之发展,甚至发生改变^[6]。比如当下的一些娱乐新闻,因为一些娱记每隔一段时间就会放出猛料,而现代的人们为了追踪当下热门的话题,会选择在手机软件上

阅读相关系列的新闻,现代第五媒体信息的更新速度已经发展到了实时更新,人们随时随地即可阅读到自己感兴趣的新闻。若仍然以纸媒作为当代人获取信息的重要媒介,以当下信息的更新速度来看,传统的纸媒显得有些“力不从心”。现代版画作为一种特殊的“图像”信息形式,相比于单纯性的文字信息,人们更加倾向于去欣赏这种图像的信息。而图像这种特殊性的信息在传统的纸媒传播平台上显得有些局限性,将其刊印在纸媒上,会导致图像的显示不清晰,影响受众的欣赏。而第五媒体在一改传统纸媒传播的局限性,为受众展示了一幅幅生动、形象、高帧的图画,为人们带来了视觉上的享受。

四、现代版画在传播媒介的传播策略

(一) 现代版画在影视媒介的传播

电影与电视都为广大的受众带来一种强烈的视觉冲击,因为独具形象感,成为了广大受众喜闻乐见的、获取信息的重要渠道^[7]。借助影视媒介,将图片、影音资料生动、形象的呈现在受众的眼前,并向人们生动、具体的展现了事件发生的始末。电影与电视作为新媒体,标志着传播媒介的发展已经上升到了全新的高度,并一跃成为了人们习惯和过度依赖的一种获取信息的重要手段。比如中央电视台的《新闻联播》、湖南电视台的《快乐大本营》等品牌栏目,都在伴随着电视台的成长,并一步步成为电视台的品牌栏目,而这些都是传统纸媒与网络所没有的。

因为电视、电影等蕴含了大量的资源,这也导致了以电视、电影为代表性的媒介传播存在无穷的潜力。广大的电视台及电视媒体可以开设现代版画专栏的节目或板块,增强观众对于现代版画的认知程度,并促使现代版画逐步走向大众的视线。但是,因为影视媒体稍纵即逝,无法重复观看,观众一旦错过了节目的播出时间,就无法重复收看,这也导致了现代版画在影视媒体的传播中具有一定的局限性。

(二) 现代版画在网络媒介中的传播

早在解放战争时期,人们要想获得最新的战况,要从报刊上阅读相关的文章,身处战乱纷纷的年代,信息的传播深受其害,当人们得知最新的战况时,战场上已经发生了更多的事情,所以,当时的信息传播速度可见一斑。直到后来,广播、电视的出现,彻底满足了人们的好奇心,通过在固定的时间段收听、收看新闻,从而得知“北京申奥成功”、“香港回归”、“澳门回归”等新鲜的资讯,人们获取信息的方式变得鲜活、多

样。直到后来,人们在公交车上、行走在大街上、在商场逛街,只要抬起头,随处可见新鲜的资讯,人们不再苦恼于每日准时守在电视机前、收音机前收看、收听新闻节目,而是随时随地,想看就看。在公交车上、地铁上,人们只要抬起头,就能看到LED显示屏上播放的相关新闻。如果有人想要发表意见,也无需写长长几页的信函,送到邮局邮寄到固定的地址,只需要在社交平台上发表相关评论即可。随着互联网科技的快速发展,传统的印刷艺术也发生了相应的变化^[8]。以微信、微博等社交平台逐步取代了信函、电话等传统的联络手段,一跃成为了现代人联络的重要手段,其在信息的传播中占据了重要的优势。而传统艺术手段在微信社交平台上也实现了有效的传播,通过开设相关的公众号,每日定时推送相关文章。而在这种看似简单的传播过程中,也不断滋生诸多的问题,首当其冲就是广大的公众号平台为了迎合当下受众群体的审美,不断的推送相关的作品,过于注重公众号的运营效益,而忽略了对作品质量的要求,这也导致了广大的传统艺术公众号运营效果的口碑“崩盘”。

不可否认,在科技的快速发展下,网络媒介对于现代版画为代表的传统艺术的传播具有一定的引导作用。但是,并不意味着以现代版画为代表性的传统艺术被原封不动的搬上现代化的传播媒介中,而是要充分符合现代传播媒介的特点,并对其加以创新和改良,比如开设相关的网络平台与网络专栏,并在其中添加一定的现代化元素,使其符合当下受众的审美观念,并在当下的社会环境下广为流传。

结论:综上所述,现代版画中承载着一定的历史内涵,是数百年来无数华夏儿女智慧的结晶,而在现代的传播媒介中,现代版画已经渐渐被人们所遗忘。现代的传播媒介在为现代版画的传播造成一定影响的同时,也有助于现代版画的传播,通过在网络上开设相关的网站,让人们在闲暇之余,懂得欣赏我国传统的艺术。本文首先详细概括了现代版画与传播媒介两个重要的概念,明确了现代版画在发展过程中经历的四个重要的时期。其次,从现代人审美意识的扭曲、现代版画传播功能逐步减弱两方面阐述了传播媒介对现代版画传播的影响,之后简要分析了传播媒介对现代版画传播的积极意义,明确了在现代的传播媒介环境下如何积极推进现代版画的有效传播,使其走进大众视线,并被大众所熟知的,最后从现代版画在影视媒介的传播、现代版画在网络媒介中的传播两方面深入分析了现代版画在传播媒介的传播策略。

参考文献

- [1] 段健. 版画,大版画了!——中国现代版画艺术语言的误区与当代转换 [J]. 山花, 2015, 569 (11): 138-143.
- [2] 吕梁册. 探析版画技术导致的版画思维与当代艺术的关系 [J]. 大观 (论坛), 2018, 023 (009): P. 171-172.
- [3] 陈琦. 走出边缘现代中国版画现状之断想 [J]. 艺术界, 2020, 028 (003): 71-73.
- [4] 张一. 论戏曲艺术发展与传播媒介的关系 [J]. 文艺生活·下旬刊, 2017, 26 (3): 954.
- [5] 张鹏. 解体与重建——论中国现代版画与受众之间的关系变迁 [J]. 天津美术学院学报. 2020, 69 (3期): 40-41.
- [6] 贾永占. 中国版画传播性功能转换研究 [D]. 2017.
- [7] 李娅娜. 现代版画形式与传统文化的契合及创新 [J]. 文艺研究, 2019, 85 (07): 165-166.
- [8] 段健. 论当代艺术语境下中国现代版画艺术语言的转换 [D]. 2020.