

新媒体时代下的视觉传达设计研究

周 静◎著

光明日报出版社

新媒体时代下的视觉传达设计研究

周 静◎著

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体时代下的视觉传达设计研究 / 周静著. — 北京: 光明日报出版社, 2016.9
ISBN 978-7-5194-2033-8

I. ①新… II. ①周… III. ①视觉设计—研究 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第232478号

新媒体时代下的视觉传达设计研究

著 者: 周 静

责任编辑: 李 娟

封面设计: 于 米

责任校对: 刘 欣

责任印制: 曹 诤

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062

电 话: 010-67022197 (咨询), 67078870 (发行), 67019571 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 北京市媛明印刷厂

装 订: 北京市媛明印刷厂

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 196千字

印 张: 12

版 次: 2016年9月第1版

印 次: 2016年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-2033-8

定 价: 36.00元

版权所有 翻印必究



绪 论	1
第一节 研究的缘起与现状	1
第二节 研究的目的与意义	7
第三节 研究的方法与内容	9
第一章 视觉转向的文化解读	12
第一节 新媒体影响视觉文化	13
第二节 艺术与生活相互渗透	26
第二章 新媒体与视觉传达设计	33
第一节 新媒体的概述	33
第二节 视觉传达设计的概述	37
第三节 新媒体与视觉传达设计的关系	41
第三章 新媒体时代下视觉传达设计的特性	49
第一节 视觉传达设计传播的新特性	49
第二节 视觉传达设计工具的新特性	58
第三节 视觉传达设计语言的新特性	64
第四章 新媒体技术对视觉传达设计的影响	78
第一节 新媒体技术的信息特征	79
第二节 新媒体技术与设计过程	83

第三节	新媒体技术的视觉效果	89
第五章	新媒体时代下视觉传达设计的表现方式	96
第一节	平面表现方式	97
第二节	空间展示方式	105
第三节	影视传达方式	111
第六章	新媒体时代下视觉传达设计的传播方式	118
第一节	新的传播路径	119
第二节	新的接受方式	123
第三节	新的传达效果	127
第四节	新的传播关系	131
第七章	新媒体时代下视觉传达设计的困境	142
第一节	淡化人文痕迹	143
第二节	抹杀个性特征	146
第三节	缺乏个性素材	152
第四节	固化视觉形式	156
第八章	新媒体时代下视觉传达设计的转型路径	163
第一节	创新技术：技术与艺术的“重逢”	164
第二节	创新形式：以视觉信息为标界的多维互动	170
第三节	创新观念：基于技术的设计	175
第四节	形态嬗变：生活化的设计	177
参考文献	181

第一节 研究的缘起与现状

（一）研究缘起

1. 新媒体时代的到来

20 世纪末，计算机技术和网络的迅速发展，使人类经历了历史上的第三次技术革命，从工业社会进入数字化信息社会，数字化的产品成为日常生活的必需品和追逐品，数字化的信息传播成为主要的传达方式，毫无疑问，人们已经进入“数字化生存”的时代。

数字信息传播不仅改变了人们的生活方式，而且深深影响了人们的思维观念。科技的进步导致新的艺术形式的产生，新媒体技术的发展改变了艺术设计的工作模式，产生了新的设计理念，不断扩充着设计的外延。视觉传达设计是当代艺术设计的重要组成部分，是集艺术与科技一体的综合学科，不可避免的受到数字时代的影响和冲击，技术的发展为其带来了新的发展机遇，促使设计理念到思维方式的转变。如今，视觉传达设计的表现方式已从二维平面延伸至三维、四维，传达方式由单向被动传递向着互动式信息交流发展，呈现载体也从印刷媒体向着数字媒体领域发展。数字时代为视觉传达设计提供了新的设计语言，同时也冲击着传统的设计模式和理念，因此必须在变革中不断完善与融合，寻求更加符合时代需求的表达方式。

视觉传达设计的目的在于运用审美性的方式、实现信息的有效传递，新时代随着信息传达方式的改变，新媒体技术和媒体平台为设计提供了全新的展示空间和设计手段，视觉传达设计的范畴扩展到几乎所有传媒领域，设计语言被重构，原先固有的思维观念需要不断裂变与衍生。数字媒体环境下，社会的整个面貌发生了很大变化，而作为信息传递前沿的视觉传达设计，需要创造出符合时代需求、适应新传达方式的作品。媒体技术的发展对传统视觉传达设计的教学模式和设计方式产生巨大冲击，这已经是个不争的事实。面对这种境况，我们应该思考如何把技术与艺术更好的结合，利用先进的技术为更准确有效的传递信息服务，同时在研究的过程中，可以使设计师从动态化的角度去审视设计形式的运用，从而实现信息的有效传递。

视觉传达设计的发展与整个社会的经济、政治、文化及意识形态密不可分，不同的时代背景下会呈现不同的设计面貌。面对数字化网络生存时代，文化全球化进程加速，那么如何在全球化背景下保持视觉传达设计的民族效应，这也是我们需要思考的问题。现今的视觉传达设计正朝着多学科交叉的方向迈进，单一学科的知识储备已经不足以支撑越来越复杂的项目，如何把传统平面设计思维同现代新生理念相结合，不断实现设计形式和理念的创新，是我们今后的研究方向之一，也是适应时代信息传播发展的需要。

2. 设计成为新媒体时代发展的需求

从20世纪90年代至今短短的20年间，是设计发生飞速变革的时期。当代设计的概念已不是单纯的科学、经济、艺术的简单相加之和，而是由单一、具体的设计范畴转向系统、整合的概念。中国经济快速的发展促进了设计的进步，国家转变体制推行市场经济模式，商业与社会整体迈入了新的台阶。企业家与设计师们有一个共识：中国经济的发展振兴，设计是极为重要的手段。我国的设计要学习世界先进设计思想、掌握新的设计方法与技术手段，改变设计的落后面貌。因此，在新媒体技术飞速发展的背景下，如何调整思路，在当代设计中更完美地诠释人类新的生存意义，是摆在设计师面前的一个新课题。

伴随技术日新月异地变化和发展，我们所面对的这个时代，已不容置疑的进入“新媒体时代”。美国麻省理工学院媒体实验室主任，《数字化生存》的作者尼古拉·尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte, 1943-）说：“我们已经进

入了一个艺术表现方式得以更生动和更具参与性的新时代，我们将有机会以截然不同的方式，来传播和体验丰富的感官信号。这种新方式不同于读一页书，也比到卢浮宫（Louvre）实地游览更容易做到。互联网络将成为全世界艺术家展示作品的全球最大的美术馆，同时也是直接把艺术作品传播给人们的最佳工具……数字化使我们得以传达艺术形成的过程，而不只是展现最后的成品这一过程可能是单一心灵的迷狂幻想、许多人的集体想像或是革命团体的共同梦想。”^① 新媒体时代，我国设计必将迎接来自国际大市场的更加激烈的竞争。21世纪是一个体现完美的设计时代，中国的设计如何在未来社会中寻求发展，应当成为引起我们深思的问题。对今天的人们来说，设计不再是仅仅局限于造物、造型和设色，或只是为了人类自身的行为。设计的根本是合理，我们必须面对现实、面向未来，对全人类和世界上所有生灵的和谐生存进行全方位的、立体的、综合的设计。中国在成为制造大国的同时，也必须同时成为设计大国。我们的设计应该发掘中国几千年来的优秀传统元素，学习西方发达国家的先进设计思想和手段，进行再创造和再利用，只有这样中国的设计才会走向世界。而且，在全球经济持续衰退的情况下，我国的经济却高速增长，这使中国成为一个潜力巨大的市场，吸引了众多国际企业的关注。我们关注现实展望未来，只有开放心态，顺应国际化的发展趋势，才能让视野更开阔，肩负起世界对中国的重任。

3. 视觉传达设计自身发展空间的需要

视觉传达设计是当代设计中不可或缺的重要组成部分。“视觉传达设计是人们为达到某种目的（如信息传递、影响、促销、表达）而进行的、有计划的、讲究效果的设计图像生成和交流活动，即对设计图像及其传递方式的设计。它是集艺术、科学技术为一体的边缘性学科。”^② 视觉传达设计广义上是指设计人类视觉接收的一切东西。张福昌教授指出：“视觉传达设计是世界设计领域中历史最大、影响最大、涉及面最大、变化最快，也是与人的接

① [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝. 数字化生存 [M]. 胡泳, 范海燕译. 海口: 海南出版社, 1996. 262

② 葛鸿雁. 视觉传达设计 [M]. 上海: 上海书画出版社. 2000. 9

触最密切、设计人员最多的一个领域。”^① 数字时代是数字信息储存、处理和交流的时代：数字时代对我们生活的改变是全方位的，从生活方式到传达理念，从思维方式到设计理念，数字时代创造出全新的艺术形态，数字时代不可避免地冲击和影响着视觉传达设计的发展。

随着新媒体技术的迅速发展，视觉传达设计也正在发生着深刻的变化，如传达媒体由印刷、影视向多媒体领域发展；视觉符号形式由平面为主扩大到三维和四维形式；传达方式从单向信息传达向交互式信息传达发展等。计算机技术、网络信息技术、多媒体技术使人们直接面临“数字化生存”，与此同时，它们也冲击着传统的传达方式，视觉传达设计正在经历着一场数字化的革命。

视觉传达设计的目的在于实现信息的最佳传播。新媒体技术为设计师全方位进行设计提供了新的平台，各种科技、传播媒介逐渐成熟，新媒体的主要形式极大的影响和改变着当代视觉传达设计。新媒体技术正在重新构造我们的现实，它已经成为一种强大的力量，在很大程度上控制和决定了社会、经济、文化及其未来的发展。我们可以利用数字科技与艺术相结合，创造出更多富有时代特色、效果独特的视觉传达设计作品；同时这些先进的技术、先进的探索设备、先进的研究方法和手段，也为设计师观察事物的角度和思维方式提供了不断延伸和扩展的机会。因此，在数字时代背景下对视觉传达设计进行思考和研究，是很有必要的。

面对 21 世纪，新媒体技术的发展与应用，全球文化差异逐步缩小，中国的视觉传达设计又当何去何从？新媒体时代下的视觉传达设计正逐渐向多学科交融，综合性开拓的方向发展。在这一发展过程中，一部分设计师依然坚守在图形、文字、风格等平面基础元素的设计研究中；而另一部分的设计师开始将平面设计元素向多媒体、大型宣传策划等方面拓展。面对越来越庞大、越来越复杂、越来越系统的视觉传达设计项目，如何更好地加强视觉元素之间的统一与联系，拓展设计的表现方式和传播途径等，更好地利用新媒体技术发挥应用的功效，实现信息的最佳传播，这些问题都值得我们去研究。

^① 张福昌. 王延羽. 视觉传达设计 [M]. 济南: 山东美术出版社, 1995. 12

(二) 研究现状

1. 国外研究现状

欧美国家的数字化进程起步较早,无论是技术还是理念方面,对视觉传达设计的创新形式都处在领先的行列,也为我国视觉传达设计学科的不断发展提供了可借鉴的原型。

随着媒体语汇的不断増加,国外的设计公司及先锋设计师开始尝试使用数字多媒体的形式来表达创意、传递信息。Tomato 是国际著名的设计公司,也是最先开始利用新媒体进行视觉传达设计实践的公司之一,在他们看来应该创造一些独具审美、人们未曾见过的设计作品,并且希望通过先进的科学技术改变传统品牌设计的静态展示,从而创造出符合时代发展的、动态的、可持续的设计形式。Qwer 工作室也是探索数字媒体与视觉传达设计相结合应用的先锋,并创作了许多优秀案例,如最早的 2000 年汉诺威世博会动态视觉识别、荷兰鹿特丹文化节动态视觉识别设计,这些都是利用数字媒体技术与传统视觉传达设计相结合的优秀典范。英国工作室 Why not associates 也致力于数字视觉传达设计的研究,为 BBC 及耐克设计了一系列优秀的数字多媒体宣传短片。如今,国外涌现许多优秀的互动媒体设计工作室,他们对数字媒体环境下的视觉设计进行了大胆的创新与应用,为本文的研究提供了可借鉴的实践依据。

2. 国内研究现状

2011 年 11 月 26 日,全国视觉传达设计教育论坛在广州美院举行,此次大会的主题为“信息时代的设计智慧”,与会者深刻探讨了数字媒体及技术的发展对视觉传达设计领域带来的挑战和机遇。面对数字新媒体传播的时代,视觉信息的传播与组织早已超越平面的、静态的方式扩展到综合媒介及多元表现的层面,而信息图形化的多媒体传达方式已经成为不可阻挡的趋势。虽然此次论坛的主题已经涉及视觉传达设计发展趋势的讨论,但是还仅是停留在表层,对于数字媒体应用设计领域及新兴影像传达方面的探究还鲜有介入,当综合媒体传播成为主流,视觉传达设计的理念与实践如何真正体现信息时代的设计智慧还需更加深入的研究。随着我国创意产业的发展,视觉传达设

计作为创意领域的一部分越来越受到社会各界的关注，对人们的生活发挥越来越重要的作用，也明确了信息传递的功能。国内各大院校及设计工作者也逐步意识到数字媒体形式给视觉传达设计带来的深刻变化，许多设计院校设置了数字媒体设计专业，中山大学还设置了数字媒体研究中心，开始探讨如何把媒体技术与视觉传达设计相结合，创造出符合时代特色的设计作品，从而实现信息的有效传播。

关于数字媒体应用设计的研究，从 20 世纪初已经发展开来，不断充实着视觉传达设计的发展繁荣，但是由于学科的交叉性导致其边界的模糊性，目前理论及实践界对该领域的研究主要分为两个方面：一种观点侧重于技术和媒体层面的研究，另一种观点则从艺术的角度来探讨数字媒体及技术的开发利用。现将已有的理论研究总结如下：

（1）技术和媒体层面的理论研究

当今国内学术界对数字媒体环境下的视觉传达设计还未有系统全面的研究，但是针对各个新兴的设计应用领域的研究已日渐成熟。张亚丽编著的《多媒体艺术设计》，系统地论述了数字媒体的实质特征与应用特点，从多媒体的基础理论开始，循序渐进的讲述了多媒体的艺术表现风格及应用特色，为我们提供了更多的数字媒体创作的思路与方法、技巧与模式；《现代数字媒介的视觉传达形式及其特征》一文从媒介的度探讨了数字媒介的存在形态、视觉传达形式以及未来的发展趋势；《新媒介平面设计视觉语言研究》一文也是从媒介的角度来探讨其表现形式和视觉语言；《多媒体设计艺术的再思考》、《多媒体设计中的多维设计思路》、《新媒体时代的视觉传达艺术设计》、《新媒体设计交互性研究》、《基于创意产业的新媒介艺术设计研究》等等，这几篇文章都是从媒体的属性和技术层面来探讨具体的应用特点。目前许多书籍还停留在设计软件及技术操作的层面来看待数字媒体的设计应用，技术的发展是推动设计不断前进的动力，但是当技术发展到普遍意味的程度，对于艺术和审美的需求就成为不断追求的方向。现在的理论大都是从媒体属性的角度揭示视觉要素的存在状态，而忽略其视觉传达的本质内涵，现今，随着各种软件的日新月异，数字媒体环境下技术与艺术的分离成为可能，技术人员和设计师各司其职、相互协作，共同创造良好的设计环境。

（2）艺术层面的理论研究

当技术发展一定程度，许多设计师就开始探索如何利用先进的媒体技

术实现视觉传达的创造性审美,突破时空界限,让设计艺术的独特魅力凌驾于技术之上,成为新的设计语言,创造无限的可能。李四达编著的《数字媒体艺术概论》一书,从科学和艺术发展的角度,系统而全面地介绍了当代数字媒体艺术的发展历史和现状、研究范畴、实践方法及应用领域等方面的内容,是目前该类研究中介绍比较全面的著作。《论新媒介视觉传达设计发展中的媒介和发展中的视觉传达设计》、《基于网络媒体的现代设计视觉传达方式》、《新媒体——视觉传达设计》这几篇文章从视觉传达的角度探讨了媒体属性给设计形态带来的新特点,对本文的研究有一定的借鉴意义。《当新媒体艺术邂逅视觉传达设计》、《艺术与数字技术相结合的新媒体艺术设计》、《网络媒体艺术的视觉审美特征》、《数字媒介与“艺术视觉革命”》从艺术审美的角度探讨了数字媒体技术在设计艺术中的应用特点及可借鉴优势,但也只是从大的环境下来谈数字媒体对设计艺术的影响和冲击,对其具体的设计形态方面的研究还尚缺。

通过以上研究表明,数字媒体的发展已经得到设计艺术领域的广泛关注,学者从各自不同的侧重点进行了一定程度的研究。在这些著述中,对于数字媒体的研究已经趋于成熟,而对其与视觉传达设计交叉领域的研究还正在发展的进程中,着眼于此,本书试图在现有的研究基础上,找到新的突破口,提出一些新的发展预想。

第二节 研究的目的是与意义

1. 研究的目的

本书研究目的就是将视觉传达设计放在新媒体时代背景下进行剖析,从上世纪90年代至今近20年发展中,从新媒体技术不断深入而由此引发的视觉传达设计新观念着手,通过新媒体技术对设计工具、设计语言、设计效果影响的分析,研究视觉传达的平面表现方式、空间展示方式和影像传达方式;研究视觉传达作品的传播方式的变化;归纳总结出目前视觉传达设计存在的局限性,进一步提出新媒体时代视觉传达设计的发展对策:多元化视觉传达设计、人性化视觉传达设计和本土化视觉传达设计。以期在新媒体时代背景

下对视觉传达设计获得一个较为清晰的轮廓，为今后视觉传达设计的发展、实践与创作提供一个理论探讨依据。

新媒体时代是当代社会发展不可逆的主导趋势，它引发了社会的发展模式、经济技术范式和生活方式等方面的深刻变革，也左右了人们精神文化领域的变化，视觉传达设计的数字化进程同样也是不可以逆转的。设计当随时代，每个时期的人眼中都有自己的设计，不断创造着自己的设计，改造着自己的设计，在传承与欣赏设计的同时，又不断注入新的内容，使其向前发展。先进的新媒体技术和信息技术，为视觉传达设计优秀作品的产生提供了可能性。

2. 研究意义

在新媒体技术的推动下，视觉传达设计渐渐地超越了其原先的范畴，“传统的设计观念已从有形的物质领域扩展到了无法触摸的程序领域。”^① 设计从平面化、单一化、静态化的不断向动态化、互动化、综合化方向转变，从而引发了视觉传达设计观念的变化。视觉传达设计本质上即是对信息的设计。今天，人们被各种信息包围着，被各种各样的设计包围着，五光十色的视觉媒体充斥着生活空间，影响并带动着人们的生活方式，极大地丰富了人们的视觉经验。“视觉传达设计是一个较新的名称。以传播信息的科学特征而不是技术形态或媒介形态来指称该学科，事实上也反映了信息媒介和传播手段的发展所导致的学科内涵的深刻变化。这些变化涉及设计的观念、方法、手段、技术、传播媒体，及其赖以存在的产业基础和社会——文化环境，因此深入探讨和分析视觉传达设计这些方方面面的变化对着眼于发展的设计教育者和具有未来意识的设计师来说意义重大。”^② 世界正在成为一个巨大的信息交流场，在快捷的网络、传媒的覆盖下，经济相互依赖，文化交流互融，畅通的信息流急剧地改变着我们的社会生活。“当代文化正在变成一种视觉文化。”^③ 因此，视觉传达比以往任何时期更能显示其意义和价值。随着社会的发展，设计概念也在发展，学科交叉综合的越来越多，视觉传达设计领域

① 尹定邦. 设计学概论 [M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 2001. 55

② 石建航. 新传播时代的视觉传达设计 [J]. 新设计丛集. 第三集, 杭州: 中国美术学院出版社, 2007. 34

③ [美] 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾 [M], 北京: 三联书店, 1989. 156

也在更多地融入其他设计领域。社会文化形态、经济活动方式、科学技术条件、信息传播媒介的发展,推动着视觉传达设计的功能、形式、审美不断演化,设计意识、设计方法及视觉效果在数字化、信息化等当代因素的渗透下,不断迸发出新的概念、新的技巧和风格。视觉传达设计尽管历史短暂,它却以巨大的潜力给当代设计界注入了新的活力。视觉传达设计成为了科学、技术和艺术的综合体,它不仅是一种创造性的活动,也将推动社会文明的进程。因此,既然由当代新媒体技术带来变化与冲击不可避免并已演变成为现实,那么研究新媒体时代的视觉传达设计就具有非常重大的现实意义。

第三节 研究的方法与内容

1. 研究方法

关于对视觉传达设计的认识,不应仅停留在平面设计的层面上,本文在梳理前人对视觉传达设计的认识基础上,结合数字媒体对视觉传达设计的影响,总结了新媒体环境下视觉传达设计的主要特性和表现形式,有利于我们站在视觉传达的视角上来认识媒体环境对设计的影响。本文在研究的过程中主要采用文献分析法、案例分析法和比较分析研究法。具体研究思路和方法如下:

(1) 文献分析法

在进行写作之前,依据研究的题目及目的,通过大量文献的阅读来总结国内外对视觉传达设计的研究现状和发展趋势,从而确定了理论依据,对研究对象有了初步的了解。进而着重阅读和搜集数字媒体对视觉传达设计影响方面的书籍、期刊和论文,对其进行总结和分析,找出对其研究的成熟理论和有待研究的方面,从而细分论文的研究方向和重点。

(2) 比较分析研究法

通过对新媒体和传统媒体中的视觉传达设计进行详细比较,分析并总结出两者的共有特点和差异之处,在对比和分析的过程中,能够更加清晰的解读研究对象,从而对进一步的特征分析有了相应的理论环境。同时,本文还涉及许多与传统视觉传达设计相互类比的内容,从而更好的印证数字媒体环

境中视觉传达设计的创新发展方向。

(3) 学科交叉法

本书对视觉传达设计的研究已不仅停留于单一学科的层面上,随着数字媒体与视觉传达设计的交叉融合,视觉传达设计还涉及传播学、交互领域、信息技术、媒体技术等方面的知识,本文通过将其他学科的理论和方法应用到视觉传达领域,以期从整体上对课题进行综合研究,比如说对动态视觉传达的研究,就是结合多媒体技术与平面设计的相关理论,通过两者的交叉从而实现设计形式及应用的创新。

2. 研究的内容

本书研究的内容就是将视觉传达设计放在新媒体时代的背景下进行剖析,从新媒体技术不断深入而由此引发的视觉传达设计观念的改变着手,通过新媒体技术对设计观念、设计工具、设计语言、设计效果、表现方式和传播方式的分析和总结,归纳出视觉传达设计目前存在的局限性,提出视觉传达设计的发展策略。

(1) 新媒体时代引发视觉传达设计的新观念。新媒体时代的视觉传达设计是综合性的,新媒体技术是将传统的、相互分离的各种信息传播形式(如语言、文字、声音、图像和影像等)有机地融合在一起,进行各种信息的处理、传输和显示,使视觉传达设计的表现手段和表现范围得到了大大的扩展,它涵盖了人类全部感官的全面设计,从而引发了视觉传达设计新观念:技术支配化、设计创新化、设计大众化、方法多样化和媒介整合化。

(2) 新媒体技术对设计语言和设计效果的影响。新媒体技术的发展,新媒体、新的传播工具的不断出现,使得视觉语言和设计效果发展有了质的飞跃:从静态设计到动态设计,从固定的视觉编排到互动形式的可变设计。独特的数字设计语言使视觉传达领域经历了深刻的变化,并导致了设计语言的重构。当代视觉传达设计语言是一种具有说服作用的信息传播符号,它不仅是人们接触各种信息的动力,还能使传播过程更加顺利、有效。技术与艺术变革的时代,利用技术手段打破我们已有的视觉空间,以创新的图形图像技术为媒介,重塑设计语言和设计效果。

(3) 新媒体时代决定视觉传达设计的发展,视觉传达设计又能动地作用于新媒体时代。新媒体技术改变了视觉传达设计的过程和方法。新媒体技术

推动着当代设计的发展，并影响着设计过程；设计过程与新媒体技术的关系显得如此密不可分，设计创意、设计思想、设计观念在新的技术的辅助下得到了进一步升华；设计的过程包含了设计方案由图纸到投产成为实体的全过程。当代视觉传达设计努力创造高效、简单、自然、自由的交互方式，提高既定目标的效率。

(4) 设计的表现方式和传播方式的研究。视觉传达设计传播方式从二维、三维向四维时空的不断超越网络多媒体推动了多元化视觉的发展，也预示了新的视觉传达方式将要打破传统设计门类的界限，使得视觉传达设计成为一种能够融合多种学科的载体。视觉传达是一种传播活动，新的传播环境必将导致信息传播方式发生新的变化。新的传播路径、新的接受方式、新的传达效果、视觉传达作品与传播方式的关系等方面改变着视觉传达设计的发展方向。新的传播技术的诞生和应用会对当今社会带来巨大的影响，这种影响不仅表现为人们的交流方式和传播渠道的改变，更为重要的是会影响到人们的生活方式、思维方式以及价值观念的转变。

(5) 新媒体时代下视觉传达设计的局限性和发展策略：人文痕迹的淡化、个性特征的泯灭、设计素材的单调、视觉形式的单一。即全面的机制效果，视觉效果与人的距离越来越遥远；由于工具的雷同，千篇一律的设计无法充分体现设计者的个性追求；大多数的设计师取材于数字资源，而淡忘了世界的丰富性；鉴于前三个原因，视觉传达设计显现出单一化、僵硬化。同时，提出视觉传达设计的发展策略：多元化视觉传达设计、人性化视觉传达设计和本土化视觉传达设计，促使未来的视觉传达设计成为鼓励继承、创新、超越，拒绝平庸的设计。希望通过设计实践与理论的融合，找出在新媒体时代下视觉传达设计发展的出路对策。

第一章

视觉转向的文化解读

早在1913年，巴拉兹（Béla Balázs）就在《电影美学》里预言，视觉文化将取代“概念文化”（印刷文化）；之后，本雅明（Walter Benjamin）在《机械复制时代的艺术作品》中，针对摄影、电影等新艺术形式与文化形态进行概括，展示其价值与社会文化功能；德国思想家海德格尔（Martin Heidegger）在《世界图像的时代》一文中指出，从实质上讲，世界图像并非寓意为一幅关于世界的图像，而是指将世界把握为图像了。在这里，世界成为图像标志着现代的本质。^① 20世纪60年代，麦克卢汉在《媒介的延伸》中，将现代人界定为“图像人”以区别于传统的“印刷人”；德波（Guy Debord）在《景观社会》一书中将这个社会概括为“景观社会”。20世纪70年代，鲍德里亚（Jean Baudrillard）在《消费社会》、《生产之境》等论著中，提出了消费社会中的拟像理论；在《资本主义文化矛盾》中丹尼尔·贝尔则断言：“目前居统治地位的是视觉观念。“这是千真万确的事实，当代文化不是一种印刷文化，正在变成一种视觉文化。”^② 80年代以来，又出现一些比较有代表的学者和研究著作，如美国的尼古拉斯·米尔佐夫（Nicholas Mirzoeff）所著的《视觉文化导论》，斯特肯（Marita Sturken）和卡特赖特（Lisa Cartwright）所著的《看的实践：视觉文化导论》，W. J. T. 米歇尔的《图像理论》，英国理查德·豪厄尔斯（Richard Howells）的《视觉文化》等。近年来，视觉文化研究同样引起了国内学者们的广泛关注，出版了一些视觉文化

① 张永清. 文学研究如何应对视觉文化的挑战 [J]. 江海学刊, 2010. 10

② [英] 丹尼尔·贝尔. 资本主义的文化矛盾 [M]. 赵一凡等译. 上海: 三联书店, 1989. 56