

基于互联网时代探讨设计审美的普及和传播

李娜 杨悦

攀枝花市文化馆

【摘要】随着移动互联网的全面普及，基于互联网的相关要素而形成了新一代设计审美，在这种条件下，有必要梳理这一阶段的设计审美，包括互联网时代设计审美的普及发展路径，为深化互联网时代审美发展、推动互联网时代设计审美内容构建提供发展动力。基于此，本文探讨了互联网时代设计审美的普及与传播，对互联网时代审美发展的应用及其特征进行了归纳，对互联网时代设计审美普及传播路径进行了研究探讨，展现了互联网时代设计审美艺术的发展与融合过程，对互联网时代设计审美的普及与传播构造了新的分析范式，从而对新的设计审美的普及和传播有了一个较为全面的认知。

【关键词】互联网时代；设计审美；普及和传播

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.029

引言

互联网时代的发展，深刻地改变了社会大众的审美方向，将原来传统式的、中心化的审美设计思路、审美设计框架、审美设计传播方式都进行了创新式的改造。在互联网的发展依托下，现代审美设计也日益向大众化、平民式、参与式、去中心化方向发展，以多媒体和复合式艺术设计为基准的新的美学作品也向着虚拟现实、数字应用、人机交互方向不断深化，驱动互联网时代设计审美的构造与普及、传播发生了很大的转型。这为互联网时代艺术产品的再生提供了新的注解视角和新的评判标准。

1. 互联网时代设计审美的普及和传播状况

随着移动互联网的快速普及，互联网时代的技术应用全面与艺术设计过程结合。设计类APP不断在互联网程序上得到开发，设计要素与设计方式不断被互联网大众逐步积累和呈现，新的传播渠道逐步通过互联网信息流媒体的推广而得以实现大规模覆盖。因此，在互联网时代，审美情趣、审美设计和审美艺术均深深的被互联网要素及其应用载体所改变^[1]。

1.1 网络系统应用领域设计审美的全面发展

在网络系统应用领域，随着移动互联网的全面开发，网络系统的配置全面实现了对现代审美设计功能和审美设计要点的重塑。由于互联网的全面植入，推动了时代审美设计的互联网化发展，集合网络系统模块设计和网络系统的辐射式分布，构筑了新的审美元素，推动了美学的发展和设计理念的融合，大大增强了网络系统应用的审美发展。

1.2 终端人机交互应用程序方面设计审美的全面发展

在终端人机交互应用程序方面，随着移动互联网的全面推广应用，以手机终端、各类平板终端为主要代表的终端界面，逐渐纳入了设计交互应用程序。从而实现了人机交互界面的设计重塑，为构建新的页面交互设计美学，打造新的基于移动终端屏幕为基准的设计结构，提供了丰富的基础元素，也推动着互联网时代的设计审美逐渐被终端设备使用者全面接受，潜移默化中操纵了人们的审美观念转变，最终通过终端人机交互的应用程序例如手机APP和手机各类界面的全面再造，使得互联网时代的美学设计观念、美学设计元素和审美结构，全部纳入到了现代生活方式与思维观念中^[2]。

1.3 多媒体领域设计审美的全面发展

在多媒体领域，通过互联网时代的审美应用，多媒体

艺术的发展也逐渐纳入了新型设计元素，将时代发展下的媒体艺术与现代设计审美观念不断结合，有效推动了互联网时代的设计元素在多媒体中的重新与广泛应用。特别是随着移动流媒体、短视频媒体和综合性公众社交平台媒体的全面扩张，现代设计元素中的媒体设计元素，不断的通过设计人员的艺术体现，审美观念得以具象化，并通过终端应用和应用商店的推广，实现了多媒体要素的载入，最终全面影响了互联网时代设计审美的理念^[3]。

1.4 虚拟现实应用领域设计审美的全面发展

在虚拟现实应用领域，随着移动互联网的要素不断向虚拟现实应用，以VR、AR为基础，以增强虚拟现实基本元素为组成部分，互联网时代的审美结构不断地纳入到这些虚拟环境中，构造了一系列虚拟现实的美学结构，现代审美发展中的设计要素。如游戏设计中的版面设计元素、人物装饰衣服等设计元素及人物形象设计元素，均经现代美学设计人员，通过美学感知、美学想象和美学意识的具象化表达，而得以最终呈现。这种虚拟现实通过不断的人机互动，将人们的参与感纳入到其中，从而有效的提高了人们接受互联网时代设计审美的便利性，推动了互联网时代设计审美艺术的虚拟化表达^[4]。

1.5 数字影视领域设计审美的全面发展

在数字影视领域，现代设计通过将设计元素数字化，设计内容影视化，从而形成了独特的现代设计美学，即通过大数据分析，将观众最感兴趣、最受欢迎的设计元素提炼出来，并逐步组合搭配，形成新的美学符号，通过这些美学符号再反馈给消费群体、影视观众等。从而更进一步的激发了观众的审美共鸣感，增强了二者之间的正向反馈与互动。在这种循环式的反馈与互动中，互联网时代的设计审美也通过数字影视的不断提炼，而得以植入观众的脑海中^[5]。

1.6 展示设计环节设计审美的全面发展

在展示设计环节，随着移动互联网的全面推广，服饰展示、产品设计、要素构建已经与互联网时代的审美认知越来越一致。受移动互联网信息覆盖下的审美主导，当前的服装设计、产品设计等相关设计内容，均围绕着网民的美学感官来开展审美模式应用。设计师不断的通过互联网消费者的反馈来吸收新的设计灵感与设计元素，并纳入到其设计的产品中，最终推广到市场，吸引更多的群体来关注产品^[6]。

可以说，互联网时代的设计审美的全面发展，是综合应用了

网络系统、终端、人机交互、多媒体艺术、虚拟现实、数字影视、展示设计等各个方面的不同内容,搭建了具有独特时代特色、可以互动发展式的设计美学结构。

2. 互联网时代设计审美的特征

2.1 设计审美表达的多元化

在移动互联网时代,设计审美表达特征逐步由单一化向多元化呈现。传统的设计审美表达过程,往往是对设计信息传递过程的具象化表达,且这种表达较为固定单一,往往跟随着设计师的目的而进行单向表达。创作者叫难以拥有广阔的审美设计表现空间。然而进入互联网时代,设计审美在互联网信息的加持之下,在人们信息多元化要素的冲击之下,逐渐向多元化审美方向表达,越来越多的设计要素呈现出解放思想、释放自我的表达主题。设计者的设计理念和设计美学,也更加由具象化的表达向虚拟化的表达、分散化的表达和多元素的表达转型,其不再是对具体设计对象的完全模拟复制,而形成了更加发散的美学设计。这促进了互联网时代设计审美的多元化要素呈现^[7]。

2.2 设计审美融合化发展

在互联网时代,设计审美也逐步向融合化方向发展,原来的设计过程和设计要素都是闭塞的,只在专业圈子传播的,而引入了互联网相关要素及其信息之后,随着虚拟要素、互联网信息等的冲击,导致设计者的思维逐步发散,接收的消息也逐步地丰富。由此而衍生出了多元化、融合化的审美设计风格。不同的设计要素、不同的美学思想、不同的互联网元素得以交互使用,设计资源、数字化、虚拟现实以及精神与物质的重构得以全面的融合,为互联网设计艺术构造了大发展、大融合的总特征。

2.3 设计审美智能化

互联网时代,设计审美也逐步向智能化发展。越来越多的设计过程逐渐由原来的手绘设计转向由互联网信息技术及其设备进行全面的辅助型设计,构造了独特的辅助型设计审美体系。例如,3D打印技术构造了新的雕塑产品设计要素;喷绘技术构筑了墙体画抽象艺术;电子触屏画则构建了随意式的虚拟化艺术设计形象;一些计算机绘图成像技术也全面得到推广应用,形成了全面的智能化审美设计模式。

3. 互联网时代设计审美的普及和传播路径

3.1 泛娱乐化设计审美普及与传播过程

随着移动互联网的全面应用,泛娱乐化的传播渠道,成为时代设计发展中的普及与传播路径。特别是移动互联网宣传矩阵,如微博、微信、抖音、快手短视频,以及百度,今日头条等流媒体平台,以娱乐化的要素,构筑了全面的娱乐化覆盖系统,进而使新时代的产品设计,形成了独特的审美普及过程,以精准化、个性化推送为技术手段。泛娱乐化设计审美实现了设计审美的一对一表达与传播,进而打造了泛娱乐化的审美设计普及传播过程。

3.2 主体身份重构下的设计审美普及与传播过程

在移动互联网时代,设计审美的普及和传播,还通过主体身份的重构得以全面改革。在新的身份主体结构下,原

来被动接受的审美设计普及过程,也逐步让位于互动参与、交互式沟通交流、一对一线上沟通等新的互联网形式的审美参与、审美传播。互联网信息要素的极速呈现与实时沟通功能,大大促进了主体身份重构下的审美设计普及与传播。

3.3 感知演变下的设计审美普及与传播过程

在互联网时代,越来越多的设计过程趋向于平民化,普通民众可以与设计人员通过交互触屏和信息沟通交流,实时在线进行思想互动,创意沟通,从而打造了融合设计者与平民视角的统一化的审美作品。许多设计人员还通过移动直播和一对一交流授课的方式,实现艺术设计产品的再融合和再发现,构筑了普众化、互动式的设计美学体验。在新发展形势下,设计审美通过感知演变而形成了新的审美传播渠道。以注重参与式、体验式的审美设计、美学结构为主要特征的美学普及与传播过程,已经成为移动互联网时代下,设计审美普及的重要路径,也是普通人群打开设计审美世界,走向设计审美新发现的重要途径。此外,随着普通大众的审美观念被互联网认知所改变,大众的美学体验、美学感官均产生了新的变化。现代艺术设计风格及审美方向也产生了较大的新突破。例如日本冬奥会和东京世博会设计的吉祥物,均突破了以往传统型的对称式审美艺术构造,走向了流动性的、非对称式审美设计,开创了非对称式的审美时代,引领力互联网时代的审美普及新路径。

总而言之,互联网时代的设计审美与传统设计审美结构迥异。特别是随着互联网要素逐渐与设计元素相结合,设计过程逐步与互联网技术的发展融合。这些都使得设计作品的过程更加趋于数字化,无限化;设计审美元素的特征更加多元化,融合化,智能化,平民化,交互化。这为新时代互联网视角下的设计审美标准重构,奠定了新的基础,也有利于互联网时代设计审美要素的创新和审美体系的重构。

参考文献

- [1]冯广超.数字媒体概论[M].北京:中国人民大学出版社,2004.11-12
- [2]王建疆.审美学教程[M].上海:复旦大学出版社,2007.23
- [3]彭富春.哲学美学导论[M].北京:人民出版社,2005.25
- [4]赖守亮.人造物美学之后虚拟美学的类型与范式[M].湖南:湖南师范大学出版社,2017.34-35
- [5]谭德生.自由与控制—电子传媒时代的审美文化研究[D].山东大学,2007.45-46
- [6]黄杨.本雅明大众传媒美学思想研究[D].黑龙江大学,2008.47-49
- [7]李炜.数字化艺术的文本形态与审美价值研究[D].湖南:中南大学,2009.31

作者简介:

李娜,攀枝花市文化馆,馆员,艺术设计方向
杨悦,攀枝花市文化馆,馆员,群众文化方向