

# 当代视觉传播背景下绘画审美经验的转向

葛向东

山东山大资本运营有限公司, 山东济南, 中国

**【摘要】**在当代视觉传播背景下, 绘画审美经验正因图像生产扩张、媒介迭代与观看机制变化而发生转向。本文立足视觉传播研究、机械复制理论、观看理论与知觉现象学等视角, 分析绘画审美经验转向的现实动因、主要表征及其价值影响。研究认为, 当代绘画审美经验主要表现为由原作中心转向图像流通中心, 由静态凝视转向互动观看, 由形式判断转向情境化阐释, 由单向接受转向参与式生成。面对这一变化, 绘画应在主动融入新传播场域的同时, 重建其物质性、在场性与审美深度。

**【关键词】**视觉传播; 绘画; 审美经验; 观看方式; 浅表化

## 1. 引言

随着摄影、电影、电视、互联网与移动终端的持续发展, 图像已经从艺术领域中的特殊对象, 转变为日常生活中的普遍媒介, 视觉传播形式的进步意味着社会生活中视觉信息的组织方式、传播逻辑与接受习惯发生了系统性变化[1]。人们越来越依赖图像理解世界、建构身份、表达情绪并参与社会交往。在这一意义上, 视觉传播改变的并不仅是“看到了什么”, 更是“如何去看”以及“为何而看”。

过往, 绘画审美经验通常发生于美术馆、画廊、画册等相对稳定的空间之中[2-3], 观者面对原作, 以较为集中的时间和注意力完成对构图、色彩、笔触、肌理和意境的体察。这种经验强调距离感、沉浸感和判断力, 强调由观看进入理解、再由理解进入审美评价的过程。然而, 当代视觉传播条件下, 绘画已广泛进入数字图像链条: 展览海报、社交媒体截图、短视频解读、线上导览、艺术博主二次传播等, 使观者往往先接触“被转译的绘画”, 再接近真实作品。绘画由此不再只是原作现场中的审美对象, 也成为流通于网络平台中的视觉信息节点。

这种变化与技术复制的深化有关。本雅明指出, 机械复制会改变艺术作品的“灵晕”[4], 使其从仪式性走向展示性。进入数字时代后, 图像复制已不仅是简单再现, 而是高速度、多平台、可编辑、可分享的再传播过程。绘画的观看因此不再受制于物理空间, 审美经验也从面对单一原作的凝视, 转为面对图像版本、解释文本和平台算法共同构成的复合经验。换言之, 绘画的“被看

见”方式发生变化, 绘画的“被理解”方式也随之变化。

视觉传播带来了观看主体的更新。传统意义上的艺术观众往往具有一定的美术知识背景, 审美活动与教育程度、展览经验、艺术趣味密切相关。而在今天, 视觉文化的日常化使更多普通观者在碎片化场景中遭遇绘画图像。绘画的受众范围被大幅扩展, 其接受机制也由专业审美逐步转向大众文化语境中的混合判断。观者既可能从艺术史角度进入, 也可能从情绪共鸣、叙事联想、流行话题、拍照传播甚至消费符号的角度进入。绘画审美经验因而具有更强的开放性与流动性。

当代视觉传播强化了图像的社会性与关系性。约翰·伯格在讨论观看问题时指出, 观看从来不是纯粹自然的行为[2], 而是受到社会结构、权力关系和文化机制影响的过程。今天, 绘画的意义并不只存在于画面内部, 还存在于它被放置在何种平台、与哪些文本搭配、被谁转发、以何种话语解释等外部关系中; 迈克尔的图像理论也提示我们, 图像意义总是在关系网络中生成[5]。正是这些复杂关系, 使绘画审美经验从封闭的作品内部阅读, 转向开放的社会文化阐释。

因此, 当代绘画审美经验的转向是绘画在新的视觉制度中重新组织自身意义的表现。它提示我们, 绘画不应仅被看作静止的艺术门类, 而应被理解为一种在传播、观看与解释之中不断生成的文化实践。

## 2. 当代绘画审美经验转向的主要表征

第一, 传统绘画审美由原作在场向网络视图转变。作品尺寸、颜料层次、笔触速度

与力度、肌理厚度以及材料光泽，共同构成原作不可替代的物质经验。原作在场不仅意味着“真实”，也意味着观者在特定空间中与作品建立身体关系。然而在数字传播环境中，多数观者首先接触的并非原作，而是屏幕图像[6]。屏幕中的绘画往往经过裁切、调色、压缩和界面重组，观看对象已经从“作品本身”转变为“作品图像”。这使绘画审美经验更加依赖传播形态，而不再完全依赖原作现场。绘画由此获得更高的可见度，但也面临被平面化、轻量化和即时消费的风险。

第二，由静态凝视向互动观看延展。传统绘画观看强调相对安静、连续和沉潜的凝视经验，观者通过停留时间完成视觉分析与情感沉浸。当代视觉传播则鼓励滑动、点击、放大、收藏、评论、转发等互动行为[7-8]。观看不再是单纯的视觉接触，而是伴随操作、反馈和社交传播的复合活动。观者对绘画的感受常常在评论区、弹幕、短视频解说和平台推荐中被重新组织。绘画不再只对应“我如何理解它”，还对应“我如何分享它”“他人如何讨论它”。互动观看提高了绘画的传播活力，也改变了审美经验的节奏与结构。

第三，由形式判断向情境化阐释深化。传统绘画批评强调构图、色彩、空间、节奏、风格等形式因素，认为审美判断应尽量回到作品内部。但在当代视觉传播条件下，绘画越来越多地被置于历史、身份、媒介、社会事件和公共议题之中[5,7]。观者不仅关注“画得如何”，更关注“为何这样画”“在何种语境下出现”“回应了什么问题”。例如，同一幅作品在展览现场、新闻报道、短视频平台和商业联名中的意义并不相同。绘画因此从单一形式美的对象，转向具有情境厚度和文化指向的视觉文本。审美经验由此呈现出明显的解释学转向。

第四，由单向接受向参与式生成扩展。在传统审美模式中，作品先由艺术家完成，再由观者接受，二者关系相对稳定。而在今天，观者通过拍照、评论和再叙述，持续参与绘画意义的再生产[6-7]。某些展览中的沉浸式布置、数字导览和交互装置，更使观看本身成为创作的一部分。观者不再只是作品的被动接受者，而成为经验建构的参与者。虽然这种参与并不意味着观者可以取代艺术家，但它确实打破了绘画意义由单一权威垄

断的格局。

第五，由纯艺术经验向日常审美经验渗透。当代绘画已广泛进入生活方式、文创消费、城市空间与网络叙事[1,8]，绘画的接受路径由此更加生活化。它一方面降低了进入门槛，扩大了受众面，另一方面也使绘画容易被包装为“可消费的审美标签”。因此，当代绘画审美经验既呈现出民主化的一面，也伴随着符号化的问题。

### 3. 绘画审美经验转向中的价值重估与现实问题

从积极层面看，当代视觉传播为绘画带来了新的发展空间和接受可能。过去，很多绘画作品只能在特定地域、机构与展览周期内被有限观看；今天，数字平台使绘画得以跨越地域迅速传播[6,9]，观者可以通过多种渠道接近艺术。绘画进入公共视野的机会增加，美术教育的社会覆盖面也相应扩大。特别是线上展览、数字馆藏、艺术公开课和图像数据库的发展，使绘画不再是少数人才能接近的文化资源。审美经验的开放化，在一定程度上推动了艺术知识的社会共享。

视觉传播也推动绘画审美从“高门槛判断”转向“多层次理解”。过去的艺术接受往往强调专业术语和历史脉络，普通观者容易产生距离感。今天的图像叙事、策展语言和新媒体表达，使绘画能够与情感经验、城市记忆、身体感受、公共议题和生活美学建立联系，观者也可以从个人经验出发进入绘画[10,11]。审美经验由此更具包容性，绘画的社会文化功能得到重新激活。

但必须看到的是，新的观看环境也带来了显著问题。首先是“浅表化”问题。社交媒体视觉传播往往强化即时、醒目和高刺激的呈现逻辑[8]，这会引导观者以极短时间完成图像浏览；与之相对，研究也表明“慢观看”更有助于增强审美体验[12]。绘画原本需要的停留、比对和体会，被快速滑动所取代。许多复杂作品在屏幕中被简化为某个局部、某种色调或一句标签式解说，审美经验因而变得扁平。其次是“去物质化”问题。绘画的魅力不仅在图像内容，更在材料痕迹、尺度关系与身体感知。屏幕图像虽然便利，却难以传达原作中的厚薄、冷暖、节奏与空间压力，观者容易误把图像信息等同于作品整体。再次是“话题先行”问题。当绘画过度依附社交传播逻辑时，作品容易被议题化、故事化甚至娱乐化，其视觉语言本身

反而被忽略。

当代绘画审美经验的转向并不意味着传统审美标准已经失效，而是意味着评价体系需要被重新组织。形式分析依旧重要[3-4]，原作经验依旧不可替代，艺术史脉络依旧是理解绘画的关键基础。问题不在于是否保留传统标准，而在于如何把传统标准与新的观看现实结合起来。如果只是简单赞美数字传播带来的普及性，就可能忽视绘画最核心的物质性和深度性；如果只是强调原作神圣性，又可能忽视今天观者真实发生的接受路径。如何在两者之间建立新的平衡，构成当代绘画研究与美术传播实践的重要课题。

#### 4.当代视觉传播中重建绘画审美经验的可能路径

首先，应重新强调原作经验的不可替代性。面对数字图像的大规模流通，美术馆、画廊和公共艺术机构需要通过更具解释力的展示方式，让观者重新意识到原作在尺度、肌理、材料和空间关系上的独特价值[6,9]。数字传播可以作为引流和预热手段，但不能完全替代现场观看。只有让观者在身体在场中重新感受绘画，审美经验才有可能从信息接触回到深度体验。

其次，应建立更适合当代语境的绘画阐释方式。今天的观者并不缺少图像，缺少的是有层次的解释框架。因此，对绘画的传播不能停留于简单介绍作者生平或罗列风格名词，而应把视觉分析、历史背景、社会议题和个体经验有机结合起来[7,10]，帮助观者在多重语境中理解绘画。这样的阐释既能避免学院话语的封闭，也能避免社交媒体式的浅表化消费。

再次，应推动绘画教育与视觉素养教育的结合。当代观者需要的不只是“知道一幅画叫什么”，更是具备辨析图像、比较媒介、理解观看机制和判断视觉价值的能力。绘画教育若能从单纯技法传授转向观看能力培养，将更有助于重建审美经验的深度。特别是在高校美育、公共文化教育和数字平台课程建设中，应强化对观看节奏、形式感受和批判理解的训练[9,11]。

最后，绘画自身也应主动回应新的观看环境。绘画并不需要固守封闭的媒介边界，而应在保持本体语言的同时，与影像、装置、数字展示和公共传播形成积极对话。也就是说，绘画应在新的传播结构中重建自己的“慢经验”“深经验”和“在场经验”

[12]，让观者在高速图像流中重新发现停留、凝视与思考的价值。

#### 5.结论

当代视觉传播背景下绘画审美经验的转向，是技术进步、传播变革与社会文化结构共同作用的结果。它不仅改变了绘画的观看方式与接受路径，也重组了绘画的意义生成机制。当代绘画审美经验的变化，集中体现为原作中心的弱化、互动观看的增强、情境化阐释的深化以及参与式生成的扩展，这些变化共同构成了当代绘画审美的新特征。需要指出的是，这种转向并不意味着绘画审美深度的必然消失，而是表明绘画正在由相对单一的作品接受过程，转入更加开放、多元且媒介化的经验生成过程。新的视觉传播环境拓展了绘画进入公共文化空间的可能性的同时也带来了原作感知弱化、审美节奏加快与理解浅表化等现实问题。

因此，如何在开放传播与深度体验之间建立新的平衡，已成为当代绘画研究与传播实践需要持续回应的重要课题。未来的绘画审美，不应只是对图像的快速识别，也不应只是对传统权威的机械重复，而应成为一种能够联结身体感知、历史理解、媒介意识与文化判断的综合性经验。只有如此，绘画才能在不断演进的时代语境中持续保持其审美深度、精神价值与文化力量。

#### 参考文献

- [1] 尼古拉斯·米尔佐夫.视觉文化导论[M].倪伟,译.南京:江苏人民出版社,2006.
- [2] 约翰·伯格.观看之道[M].戴行钺,译.3版.桂林:广西师范大学出版社,2015.
- [3] 莫里斯·梅洛-庞蒂.知觉现象学[M].杨大春,张尧均,关群德,译.北京:商务印书馆,2023.
- [4] 瓦尔特·本雅明.机械复制时代的艺术作品:本雅明精选集[M].庄仲黎,译.杭州:浙江大学出版社,2025.
- [5] W. J. T. 米歇尔.图像学[M].陈永国,译.北京:北京大学出版社,2012.
- [6] Rodriguez-Boerwinkle R M, Silvia P J. Visiting virtual museums: How personality and art-related individual differences shape visitor behavior in an online virtual gallery [J]. Empirical Studies of the Arts, 2024, 42 (2): 439-468.
- [7] Castellotti S, D'Agostino O, Del Viva M M. Effectiveness of labels in digital art

- experience: psychophysiological and behavioral evidence [J]. *Frontiers in Psychology*, 2024, 15: 1342667.
- [8] 宋竹芸, 孙长初. 社交媒体视觉传播中的审美机制[J]. *青年记者*, 2016 (20): 75-76.
- [9] Song B, Ren J, Wang X, Xie X. College students' views on museum learning: a sustainable aesthetic education perspective [J]. *Sustainability*, 2025, 17 (3): 1097.
- [10] Pizzolante M, Pelowski M, Demmer T R, Bartolotta S, Sarcinella E D, Gaggioli A, Chirico A. Aesthetic experiences and their transformative power: a systematic review [J]. *Frontiers in Psychology*, 2024, 15: 1328449.
- [11] 孟凡君. 审美经验的“感性”溯源与当代美育价值[J]. *社会科学家*, 2025 (1): 138-144.
- [12] Estrada Gonzalez V, Youn N, Cardillo E R, Chatterjee A. Slow-looking enhances aesthetic experience [J]. *The Journal of Positive Psychology*, 2025: 1-11.