从“静态展陈”到“动态传播”

——数字人文驱动下陕西红色美术传播模式转型

○ 卢 昉

摘要:陕西作为中国红色美术的摇篮，深入融合现代技术，不断提升传播内容的个性化和智能化水平，呈现出交互展示与美术创作并举的发展趋势。近年来，相关机构通过“线上+线下”多元展陈方式，以科技融合艺术的全新面貌，用人民群众喜闻乐见的方式传播红色美术，让更多人了解和欣赏红色美术。然而，技术赋能不足、受众断层、传播低效、活化路径单一等问题依然存在。本文以现状分析为切入点，关注跨维度提升和语境重构，为数字人文驱动下的陕西红色美术传播提供方法论参考。

关键词:红色美术;陕西;传播;数字人文;艺科融合

陕西红色美术具有独特的历史文脉和地域特色，是中国红色文化传承的重要载体。诸多活跃于陕西地区的美术家，创作出大量优秀的红色美术作品，深刻展现了中国共产党百年发展史、中国百年变迁史、陕西建设史，既传递出坚定的革命信念和崇高的精神风貌，又映现了陕西地区的自然地缘与民俗风貌。引入数字人文技术，打破时空限制，构建多元叙事，强调数据化、可视化、计算化，通过对红色美术的文本挖掘、空间分析、虚拟重建，无疑将为陕西红色美术的传播提供新的视角和工具，推进陕西红色美术从“保存”到“激活”，从“权威叙事”到“受众共创”，从“静态记录”到“动态交互”，构筑陕西红色美术数字化建设新格局。

一、陕西红色美术传播现状

在艺科融合已成为全球艺术发展重要趋势的当下，陕西红色美术围绕“人民至上”初心，发挥数字化创新优势，通过美协、画院、科研院所、高等院校、民间社团、艺术家工作室等，积极运用数字人文技术赋能，推广“线上+线下”公教美育活动，将人民对美好生活的向往和追求融入红色美术事业发展，以美育人，以文化人。近年来，由陕西省委宣传部、省文旅厅、省文联、省美协等单位举办的以“陕西省庆祝建党百年美术作品展”“陕西省纪念延安文艺座谈会 80 周年美术作品展览”“我的延安——全国主题性美术作品展”“陕西省纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年美术书法作品展览”为代表的重大展览，精选优秀红色主题美术作品，通过“线下”张贴海报，“线上”官网发布、公众号推送等方式，在陕北、陕南、关中等多地展出，呈现数字传播与传统创作并举之势，提振陕西红色美术社会效益，深化国家文化建设。

然而，陕西红色美术的传播模式仍以“静态”为主。一方面，美术馆、博物馆等官方或民间机构展陈作品，配以文字介绍和图片资料，让受众近距离欣赏，感受其艺术魅力与红色精神；另一方面，将红色美术作品编辑成画册或作为书籍插图出版。传播特点上，呈“单向性”，受众多为“被动”接收。传播生态上，对展陈场所的开放时间与物理空间依赖较大，难以满足受众随时随地欣赏美术作品的需求。叙事方式上，以展签信息为主，篇幅有限，缺乏语境关联，受众较难深入理解作品的历史背景和文化内涵。

因为历史文脉与当代场域未能实现有效衔接，红色美术的传播效果大打折扣，传统“静态传播”模式的局限性较为突出。首先是传播覆盖面相对较窄，往往只涵盖本地区或特定专业群体，无法实现广泛传播。其次是传播手段较为单一，以传统“架上”媒介、线下展览为主，技术手段有待提升，音视频、数字化技术较为薄弱。再次是设施相对落后，缺乏手绘板、触摸屏、Linux 操作系统、光学成像系统、产品模型展台、多媒体控制系统等的广泛应用，难以完善人工智能和三维建模技术。最后是缺乏“互动性”，难以激发受众的深度参与，难以实现展陈效果最大化。探索红色美术的“动态传播”模式，借助虚拟现实、增强现实、交互技术、3D 成像、AI 生成、数字投影等先进手段，可为受众提供种类多样的文化体验，让红色美术“活起来”“动起来”，有机统一传统与现代、本土与域外，不仅有益于保持陕西红色美术的独特性，还便于展现其现代性，为新时代陕西红色美术传播更新赋能。

二、陕西红色美术传播的数字人文技术赋能

从传播技术层面看，陕西红色美术的“动态传播”主要包括虚拟现实、增强现实、AI 生成、3D 成像、大数据、区块链等。例如:在展陈中为受众提供“沉浸式”场景复原，采用虚拟现实(VR)，开发“数字延安”等展陈项目，“复原”延安时期的历史场景，包括延安鲁艺、《解放日报》印刷所、延安时期的街景等，让受众仿佛穿越时空，身临其境。同时，受众可通过扫描展品二维码，触发 AI 解说，结合当事人的回忆录音，让历史情境更加生动、立体。利用交互技术，通过操作手柄，直接“触摸”美术作品，实现历史场景的“可进入性”。例如:古元的版画《减租会》，让受众亲身“参与”历史，感受历史的真实氛围。借助 3D 成像，实现对石鲁中国画《转战陕北》等经典作品的数字化高清还原，为受众提供全方位、多角度的“沉浸式”体验。运用跨媒介转译、AI 生成技术和剪辑技术，联合插画师，生成动态插画，重新演绎、巧妙转化红色美术作品，丰富红色美术作品叙事。例如:石鲁的中国画《东渡》、郭全忠的中国画《万语千言》、邢庆仁的中国画《玫瑰色回忆》、蔡亮的油画《延安火炬》、力群的版画《抗战》、修军的版画《重建家园》、陈启南的雕塑《转战南北》等，将其制作成“动态混剪”，生成富有感染力的“国潮风”红色题材短视频，使红色美术从“静止”“孤立”的艺术品转变为承载历史的“动态”叙事载体，以全新形式呈现在受众面前，为受众带来耳目一新的观赏体验。这些技术不仅能使陕西红色美术的传播更加有趣、有效，还会为红色文化的传承发展拓宽新的空间、注入新的动能。

另外，社交媒体在红色美术的传播中也可发挥重要作用。充分利用跨文化转译，增强国际受众的情感认同，助推陕西红色美术走出中国、走向世界。需要注意的是，在传播过程中，一些作品可能引发版权争议。因此，健全知识产权保护机制，明确标注“数字转译”，维护作品的原真性也很重要。

三、陕西红色美术传播的跨维度提升和语境重构

从传播逻辑层面看，数字人文技术不仅是红色美术传播的方法手段，还重构出了一条“生产”“传播”“接受”的链条，包括“主体”“媒介”“内容”“受众”四个层面。从“单向”思维跃升为“多向+立体+动态”思维。主体层面，从“权威主导”迈向“多元协同”；媒介层面，从线下“物理空间”转向“线下+线上”多维“融合空间”；内容层面，从“作品本身”到深度挖掘“多元叙事”；受众层面，从“被动接收”转变为“主动参与”。

(一)传播主体:从“权威主导”到“多元协同”

当前，陕西红色美术建设顺应时代需求，不断创新突破，传播主体多为美术馆、博物馆、高等院校、画院、画廊等专业机构，已具备一套较为权威的叙事体系，且已取得显著成果。然而，这种“单向”传播的相对“封闭”性，使得受众在欣赏美术作品时几乎没有“沉浸式”参与及“双向式”互动，不仅受众难以深入理解作品背后的内涵，传播主体也无法及时有效地获取受众的体验反馈，导致传播生态缺乏活力。随着移动终端技术的广泛运用，加之数字策展平台的兴起、用户生成内容(UGC)的普及，以及艺术家工作坊的拓展，普通用户在传播链条中的角色逐渐从单纯的“接受者”转向“接受+传播”双重身份，成为传播主体的重要组成部分。传播主体已不再局限于专业机构，而是从“权威主导”迈向“多元协同”，越来越多的受众亲自参与到传播过程中，不仅丰富了主体构成，还促进了信息的多元互动和多向流动，使红色美术的传播生态更加开放、包容。

(二)传播媒介:从“物理空间”到“融合空间”

当今，美术的传播早已不再局限于“物理空间”，而是向更广阔的“线下+线上”多维“虚实融合”空间拓展。这种跨维度提升，不仅为美术传播的媒介带来新机遇，也将为受众带来新体验。

陕西红色美术探索科技融合，正在不断巩固数字化建设，推进全民共享。一方面是线下传播。通过数字展厅和交互装置，丰富展陈形式，将传统展览空间延伸至数字化体验领域，提高受众参与度和体验感。例如，在美术馆、博物馆开设虚拟现实、增强现实展区，让参观者“直接”面对历史，感受红色精神。设计“国家引领”“专业实践”“社群参与”三维驱动模式，在校园、社区、乡村等地开展红色美术活动，将红色美术从“历史遗产”转化为“文化资源”，真正地“活”在文化传承中。将陕西红色美术作为地域文化特色名片，设计了“延安木刻艺术之旅”“陕北红色地标寻访之旅”等红色旅游线路；开发“延安木刻盲盒”“陕北红色主题服饰”等陕西特色红色美术文创产品，为地方经济注入动力。

另一方面是线上拓展。将数字人文技术、跨媒介叙事和红色美术融合，让受众“沉浸式”体验陕西红色美术作品背后的历史场景。建立“陕西红色美术数字馆”，通过高清影像和新媒体技术，借助云展览、社交平台，打破时空限制，实现“线上+线下”深度融合。举办“云端红色美术展”，让更多的人在线上欣赏美术作品。同时，在社交媒体平台，如抖音、小红书，开设“红色美术话题”，让更多的网络用户参与到红色美术传播中。近期，由陕西省关心下一代工作委员会出品的 55 集主题精品视频集《老红军的故事》，通过中国画、油画、版画等素材，以动画形式，面向全国，在中央广播电视总台所属新媒体平台、微信公众号及陕西广电融媒体集团等平台播出，产生较大影响。此外，元宇宙技术的应用(如“虚拟红色美术馆数字展”)也将为陕西红色美术的传播媒介带来新的选择。当然，过度依赖技术，也可能导致“形式大于内容”。对此，应确立“内容为核心、技术为辅助”的传播原则，平衡“技术”与“艺术”之间的关系，确保技术手段服务于内容表达，避免本末倒置。

(三)传播内容:从“作品本身”到“多元叙事”

新时代的陕西红色美术，凝聚价值导向，传承文脉经典。然而，由于受到物理时空的局限，“静态展陈”的红色美术作品较重视展示创作技法，呈现其艺术美，一定程度上忽略了作品与历史的关联性，影响红色美术的美育价值和公共价值的发挥。

鉴于红色美术的特殊性，在传播过程中，既要保留并充分展现作品的艺术价值，还要尊重并弘扬红色美术的精神内涵，将之置于更广阔的历史语境，通过多元叙事，挖掘并阐发作品的文化精髓。借助数字人文技术，运用虚拟现实、增强现实、数字投影、3D 成像等可视化手段，呈现刘文西的中国画《祖孙四代》、李习勤的版画《社干会上》等经典红色美术作品创作时的社会环境以及在当时引发的社会反响等，将红色美术与历史现实紧密相连，揭示它们在特定环境下的独特意义，在表达思想情感、反映社会问题方面，为美术作品的传播带来更广阔的空间，有效加大红色美术的推广力度，使受众更加真切地感知红色美术的社会属性。

(四)传播受众:从“被动接收”到“主动参与”

如前所述，传统红色美术传播中的受众主要扮演“单向”接收角色，通过在展厅欣赏作品、阅读展签，“被动”接收信息。在这种传播模式中，受众和美术作品的“互动性”较弱，参与度也不高，难以形成深层认知链接。

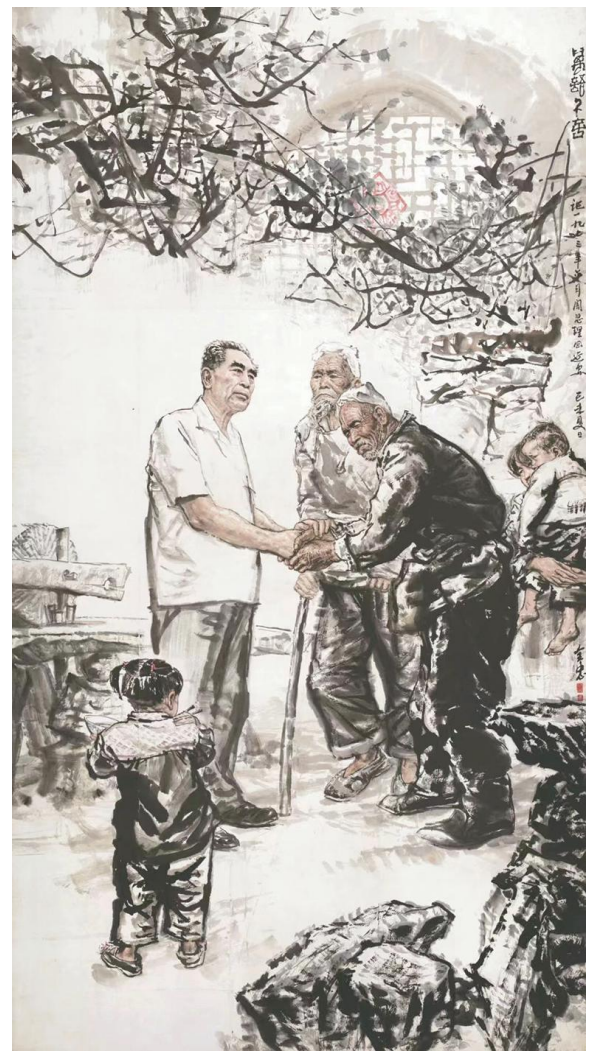
随着数字化、数智化的进步与应用，陕西红色美术的受众正在经历前所未有的“互动性转变”。他们借助多元技术，积极主动地参与到红色美术传播的各个环节中，若仍将其视为纯粹的“信息接收者”这一传统定位，显然有失偏颇。故此，在展陈中，可以通过虚拟现实，使受众“亲身参与”到延安文艺座谈会等和陕西红色美术相关的重大文化历史事件中，让其“置身现场”，深刻感受历史的独特氛围与精神风貌。同时，利用数字工具，如:绘图软件、动画制作平台，让受众在参观过程中逐步实现与作品的交互体验。条件成熟时，还可让受众尝试“二创”或“原创”红色美术作品。当然，保护作品的知识产权依然不容忽视。

在此过程中，运用大数据算法进行受众行为分析，通过对比受众在传统“静态展陈”与数字化“动态展陈”作品前停留的时间、互动行为数据(如:点击量、分享率)，获取反馈，根据用户画像推测，精准推送符合个人需求的美术作品及作品背后的故事，人性化、个性化地贴近不同受众的需求和心理预期，最大限度地提升受众的参与热情及互动频率，使受众不仅能欣赏到红色美术作品，还有机会真正成为红色美术乃至红色文化的互动者与贡献者。

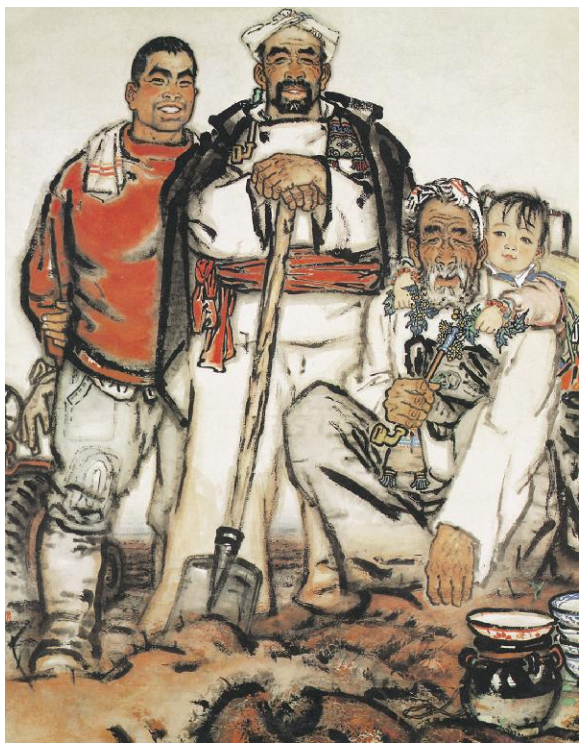
四、结语

在数字人文技术席卷全球的今天，美术的传播模式正在发生天翻地覆的变化。为了更好地适应信息时代的发展需求，紧扣“为人民服务”这一核心，探索既符合时代特色又兼顾红色内涵的“动态传播”模式，从“主体”“媒介”“内容”“受众”出发，在“技术”与“艺术”之间找到平衡，形成良性、可持续发展格局，不仅能更好地满足人民群众的多元需求，还能有助于强化民众对红色精神的认同，并将对陕西红色美术的再生机制发挥重要作用。同时，这种模式一旦成功，也能为其他文化领域的数字化传播提供借鉴，助力国家文化大数据体系建设。

(本文发表于《百花》杂志 2025 年第 10 期。卢昉，西安美术学院教授、博导)



郭全忠《万语千言》224cm×122.5cm 1979 年



刘文西《祖孙四代》中国画 119cm×97.5cm 1962 年 中国美术馆藏