

新媒体视域下高校广告设计专业教学新思考

陈震

(江苏省宿迁经贸高等职业技术学校, 江苏 宿迁 223800)

摘要:新媒体的发展对广告设计行业产生了全面而深刻的影响。新媒体平台不同于传统媒介,具有开放、高效、互动等特质,带动了广告设计技术的变革,同时也带来了全新的广告呈现方式,使得广告的审美水平和创造性越来越丰富了。基于新媒体的发展,广告设计人才培养模式也提出了新的要求。本文通过探究了新媒体视域下广告设计行业的发展变化,并分析了基于新媒体的广告设计人才培养路径,希望为推动广告设计人才培养工作发展贡献力量。

关键词:新媒体;广告设计;人才培养;问题分析;策略分析

广告设计以传递信息为最终目的,通过图片、文字、影像等形式对产品进行宣传,以富有艺术性美感、视觉冲击效果的设计提高产品的关注度。新媒体技术发展背景下,广告有了进一步发展,其边界扩张了,表达手段也更多样化,最典型的是,在数字媒体技术的支持下,广告设计呈现出数字化、互动性的特点,广告设计行业的发展变化意味着广告设计人才培养工作也需要进行改革。本文首先从改革课程体系入手,其次对教学模式、教师发展等展开探讨,为专业的发展改革提供思路。

一、新媒体视域下广告设计的新特征

(一) 动态化传达信息

相较于传统广告设计手段,新媒体为广告设计提供了更多样、功能更强大的设计软件,技术为设计提供了多样化、个性化的设计工具,平面设计也逐渐向动态化设计转变,新媒体催生了新的商业模式,人们借助微信、微博、网页等平台开展商业活动,这种商业模式被称为电商。随着电商的迅速发展,市场对广告与设计人才的需求量增加了,制作手机报、商品电子展示页面等一系列新的市场需求出现了,这也使得广告设计的应用领域拓宽了。广告设计的互动性增强,使广告宣传效果更好,吸引力更强。

(二) 拓展设计创新思维

新媒体的发展拓宽了广告设计的表现路径。新媒体通过信息技术整合多样化的设计方法,使广告设计的路径更宽。各类设计软件以其强大的功能强大推动广告与设计作品内容更加丰富、生动,使得更多别出心裁的设计作品出现。同时,新兴的信息处理技术为广告提供了更多的表达空间,成就了许多奇思妙想的设计作品。

(三) 增强人的视听感受

新媒体背景下,信息传达方式更加丰富,声音、画面、文字等各信息传递方法出现,为观众打造了生动的视听盛宴。例如,今年以迅猛之态发展的虚拟现实技术规划了三维表达空间,可以打造360°的全景图,广泛地应用于游戏制作、广告设计等方面。这种新的信息传递方式,给予了人们更加真实的感官体验,强化了广告效果。

二、当前广告设计课程教学存在的困境

(一) 广告设计课程教学理论与实训相脱节

当前,不少高校广告设计课程教学理念未能进行有效转变,仍然以视觉审美、广告设计创意教学为主,对于广告设计软件操作技能、新媒体下广告设计创新未能及时关注,导致学生的知识与技能和企业岗位需求相脱节。学生未能有效掌握新媒体时代下广告设计特征及设计思路,广告设计岗位适应能力较弱。基于以上原因,各院校打破传统教学理念的限制,不断强化对广告设计专业学生实践能力的训练,并帮助学生形成良好的时代意识,综

合提升学生的广告设计技能。

(二) 广告设计课程资源整合不足

高校在广告设计课程体系建设上,主要以专业必修课程为主,选修课程数量少,广告设计课程体系缺乏灵活性,进而使得人才培养同质化。如何对现有的广告设计课程体系进行改革,以科学的课程体系提高本专业学生的学习质量,是相关教育工作中所要重视的问题。在专业必修课和选修课中要进一步加强与新媒体的联系,引导学生养成新媒体设计理念和设计技术。

(三) 广告设计课程设置与市场需求脱轨

广告设计人才培养工作关注实践性,只有在实践中,学生才能深刻体会新媒体下广告设计行业的发展变化,才能掌握新媒体背景下广告设计技术,掌握植入广告、闪屏广告等新兴广告设计要点。当前高校广告设计专业实践课程体系不完善,课程设置与当前新媒体时代下的市场需求相脱轨,导致学生的广告设计作品无法满足当前市场的需求,严重影响了院校的教育教学质量。

三、新媒体视域下广告设计教学策略

(一) 及时更新教学内容与教学理念

新媒体的出现又拓展了广告设计的范围。在传统广告设计中,广告设计的主要投放形式是报刊、电视、广播等,在新媒体背景下,电子商务、短视频平台、数字电影等纷纷出现,广告设计需要充分结合微信、抖音、小红书等新型自媒体平台,并结合植入广告、公益广告、户外广告、闪屏广告、游戏广告等,在广告人才培养工作中,教师需要结合新媒体时代出现的新型广告信息形式,对广告课程内容进行综合考虑。

首先,教师要结合新媒体背景下广告新的投放范围对课程内容进行更新,培养学生设计自媒体平台广告的能力,要增加交叉学科课程,开设文案创作、营销思路、互联网技术、活动策划等课程,以强化学生的广告设计综合能力,增强学生对新媒体时代广告设计的适应能力。增设专门的新媒体相关课程,如交互原型设计、App(即应用程序)设计、图标设计、交互动画设计等新媒体课程,删除一些实用性不强的课程。

专业选修课程是突出课程体系的特色、培养学生个性化能力的关键。新媒体时代下,视觉传达设计专业选修课应当体现多元化,展示新媒体时代下广告设计工作的多元化发展趋势,在规定学分的基础上尽量满足学生的个性化学习要求,具体包括交互性设计、设计心理学、新媒体设计风格等课程。每个学期都为学生提供相应数量的选修课,让学生真正有课可选。

(二) 依托新媒体技术强化学生实践训练

广告设计一门实践性突出的专业,在新媒体时代下,广告设计软件和平台更加丰富,高校应当充分应用新媒体平台进一步拓宽学生的实践路径,构建集互联网、多媒体教室、数码图文实验

室为一体的实践教学体系。

高校要强化实验室建设,引入CAD设计软件、虚拟仿真技术,增强实验室的开放性,为学生提供更丰富的设计实践机会,提升广告设计实践能力。

高校要加快推进校企合作,和企业建立长期稳定的合作关系,借助校企合作的方式,搭建更高质量的实践平台,深化学生对新媒体时代化广告设计的认识,提升学生的岗位适应能力。高校还应当推进技能大赛的开展,鼓励学生参加全国大学生广告艺术大赛,引导学生在竞赛中深化对广告设计的专业理解,并在竞赛中清晰自身的广告设计技能综合水平。

高校还可以邀请广告设计行业中的优秀人才进校园演讲,分享新媒体背景下广告设计的发展变化,开阔学生的眼界,提升学生的实践操作能力。

(三) 构建新媒体在线开放教学资源平台

文字、图形、声音、影像相互交融的跨媒介思维已经成为新媒体背景下视觉设计的主要思维,能够将广告效果最大化。新媒体背景下,广告设计呈现出综合性、动态性特征,有效带动了人类全部感官,因此也强化了广告效果。

此背景下,广告设计教学应该整合多学科知识,拓宽专业口径,深挖专业内容,让学生以更综合的思维传达信息。跨学科资源整合,将文化、科技、艺术等学科的知识、理念融入设计作品中,使设计作品更具有现代化设计理念。多学科整合思想,在我国古代的设计理念中就已经指出来了,如中国主张“和而不同”“多元互动”。

教师也可以将新媒体、影视学等专业的教学资源引入本学院,也可以鼓励学生跨专业选修课程,让学生在多学科思维的激发下,开发出创造潜能。例如,在跨学科整合的思想下,以“影像”为踏板,将多专业知识进行联动。如数码摄影、数字视频设计、游戏开发、艺术设计等学科的和设计理念整合,设计出不一样的作品。

(四) 引入行业标准,构建新的实践教学模式

根据广告设计岗位工作的特点和能力要求,高校教师可创新课程教学模式,引入项目化教学、任务驱动教学模式,基于职业岗位工作任务,以广告设计工作过程为主线开展教学工作,综合培养学生的广告设计能力。在实践教学方面,分为课内实训、实验室实训、实习实训三大模块。课内实训主要是引入新媒体背景下的广告设计任务,通过情境化模拟让学生参与广告设计的全过程,借此培养学生的广告设计能力、创新能力和团队合作能力。实验室实训主要是在校内实验室开展设计实践操作,应用设计软件开展设计。实习实训是学生进入企业在岗位上展开实习,与企业人员一起实际制作新媒体项目。学生步入高年级后,可进入产教融合实训基地进行实习实训,形成教师、企业人员、学生三位一体模式。实习实训结合设计大赛、实际项目、考证项目等内容,学生亲身参与,体验真实的设计过程,进一步提高新媒体设计实践能力,为将来独立进行设计创作打下坚实的基础。

(五) 应用新媒体平台,创新广告设计教学模式

新媒体平台的发展还推动了教学模式的改革,教师可以应用新媒体平台创新广告设计专业教学模式。基于新媒体平台,教师可组织学生展开自主学习。教师录制视频课程,将课程资源上传到在线开放教学资源平台之中。视频课程的针对性强,可对每个知识点单独讲解,时长通常控制在十分之内,较为贴合学生在课下的碎片化学习需求,让学生可以灵活安排学习计划。在线开放教学资源平台的构建需要高校的人力、财力,以及计算机技术的支持。因此,各院校应重视对本校资源的整合,对院校各部门资源进行科学化设置,从而更好地促进广告设计专业在线开放教学

资源平台的构建,帮助更多学生灵活安排本专业的学习时间,提高学习效率。并且帮助广告设计专业教学更好地从重复教学中解放出来,从而促进自身教研活动的展开,促进自身终身学习。

线上教学具有强大的信息处理能力,增加了教学数据存储、转换、加工、搜索、推送等功能。基于新媒体,高校打破传统教育资源固化、窄化、碎片化的藩篱,构筑起更丰富、更多维的党史学习资源库,以鲜活丰富的教育资源调动学生学习的兴趣。此外,将大数据融入党史教育中,通过大数据精准分析学生的学习效果、偏好,精准化地实施教学,提高教学效率。

(六) 加强教师队伍建设,提高教师的专业素养

新媒体时代,知识更新速度快,高校教师必须要具备良好的数字化素养,要不断更新自己的知识体系,关注专业领域的新变化,紧跟教育发展趋势,推动教育教学工作改革。

要做好教师队伍建设工作,高校首先要在教师招聘工作中严格把关,招聘专业素养扎实、具有创新能力、学习能力的高素质人才;之后还要给教师创造教研和科研条件,让教师能够不断更新专业知识。教师对学生具有非常大的影响力,教师只有具备创新的设计理念和不断学习的态度才能让学生在日后的广告与设计工作中坚持创新并不断学习。

专业教师应加强科研工作,研究广告与设计的发展趋势,整理新的设计技术和设计理念。由于新媒体的更新换代速度很快。例如人机互动技术为强化广告设计的互动性提供了技术支持,通过摄像头、云计算对人们看到广告之后的面部表情、停留时间等反应进行智能分析,进而了解广告受众群体,更有针对性地开展广告设计,达到广告宣传效果。广告设计教材也需要及时更改和完善,已提供给学生最新的专业知识,让学生在学完学校学习后能够完成工作岗位上的基本工作。在教育教学中,教师必须秉持创新理念,引导学生认识到设计的本质是创新而非模仿。在日常的教学中,教师要有意识地引导学生做一些创新性质的广告设计作品,潜移默化地将创新理念渗透给学生,以此提升学生的职业素养。

四、结束语

广告设计为人们提供了丰富多彩的画面,带给人们美的享受,而新媒体又为广告与设计增添了无限生机,在宣传领域、设计领域等具有重要的作用。但是,在新媒体不断发展的背景下,广告与设计专业教学也应该继续改进,学校与教师要从教学理念、教学方法、教学体系、教师队伍建设等方面进行优化和改革,与时俱进,结合实践,以提高本专业的教学质量及学生的社会竞争力。

参考文献:

- [1] 李莉. 新媒体背景下广告学专业中视觉传达类课程实践教学存在的问题与对策研究 [D]. 江西师范大学, 2020.
- [2] 张珊, 杨成立. 应用型高校背景下视觉传达设计专业“模块化”课程体系改革研究——以南京工程学院视觉传达设计专业为例 [J]. 美术教育研究, 2019 (17): 96-98.
- [3] 徐远华. 新媒体环境下广告艺术设计人才培养模式探究 [J]. 才智, 2019 (23): 100.
- [4] 关松涛. 全媒体时代广告设计与制作专业实践教学体系探索——以学科竞赛中大广赛和大广节学院奖为例 [J]. 湖北开放职业学院学报, 2019, 32 (15): 139-140.
- [5] 关松涛, 徐良霞. 数字媒体视域下学科竞赛在广告设计实践教学体系中的运用——以大广赛和大广节学院奖为例 [J]. 智库时代, 2019 (23): 184-185.