

广告学专业美术基础课程的改革探索

胡佩希

(河南开封科技传媒学院, 河南 开封 475000)

摘要: 传统的美术基础主要是针对造型的塑造能力, 这样的训练往往强调描绘形体的准确性, 而对于广告学专业的学生仅仅通过一门课程掌握艺术生经过常年训练得来的能力是不可能的, 描绘形体的准确性也不是广告设计的重要要求。针对广告学专业的特性, 需要在课程中添加美术鉴赏的内容, 让学生打开视野, 看到多样的美学可能。美术基础课程应增加构图与色彩搭配的内容, 以学生为主体, 结合多样的教学方式和实践形式, 培养学生发现美、欣赏美、创造美的能力。

关键词: 广告学; 美术基础; 美学

随着社会的不断发展, 广告学专业所涵盖的内容也愈发丰富。广告学专业的学生毕业后可以从事的职业范围也相对较广, 不仅可以从事文案、活动策划、营销、市场调研等工作, 还可以从事广告设计与制作方面的工作。这就要求应用型高校在修订相关培养方案时既要注重培养学生的营销策划能力, 还要注意学生广告设计相关能力的培养, 使其成为具备综合素质、符合现代社会需要的复合型人才。其中, 影响设计能力的关键就在于美术素养的高低, 而广告学作为文科类专业, 生源类型主要为文科生, 大部分不具备美术基础, 所以在该专业的培养方案中需要设立美术基础课程来提升学生的艺术素养。

一、课程改革的必要性

由于广告学专业的学生大部分为非艺术类生源, 在审美能力和绘画能力上都没有受到过专业系统的培训, 其知识结构有别于设计类专业的学生, 其美术基础与学习设计专业的艺术生有较大的差距。依照传统的美术基础的教学方法, 艺术素养的提高需要从绘画技巧入手, 需要学生花费大量的时间进行相关的训练, 这种教学方法和教学时长不能与广告学的培养要求相匹配, 所以广告学专业的美术基础课程必须区别于艺术专业的纯技法教学, 不能完全照搬艺术专业的教学方法, 教师需要结合学科的特点和专业需求, 对学生的相关能力进行系统训练和指导, 从而提高学生相关的美术素养。本人根据近年来的教学经验, 对广告学专业的美术基础课程进行了改革探索。

二、课程改的的具体方案

(一) 调整课程内容

随着科技的不断进步, 广告设计不再局限于二维空间的手绘设计, 所以以素描和色彩为教学内容的美术基础课程已经不再适用于广告学专业的学习。在做新的课程设置时, 需要明确广告学专业学生的特点, 即广告学专业的学生在之前没有接受过系统的美术基础训练, 所以对广告学专业的学生不应该苛求其掌握很深的素描技巧, 而是应该通过学习相关的基础造型课程掌握塑造形象的一般方法的同时提升自己的审美水平。美术基础课程主要设立在第三学期, 属于设计类课程中的基础课程, 学习效果直接影

响学生在之后学习的设计类课程。在教授美术基础类的课程时需要降低课程难度, 以培养学生的兴趣为主, 多鼓励学生, 以免学生产生抵触心理。

当代社会对广告设计的要求体现在创作者的审美能力和创作能力, 所以美术基础课程需要加强学生对美的认识, 强化学生的审美能力和设计创新能力。美术基础课程需要摆脱纯粹的造型技能教学模式和强调写实性的教学手法, 做到以学生为中心, 强化学生美术鉴赏、运用色彩和构图的能力。

美术鉴赏可以在一定程度上开拓学生的视野, 为广告创意和设计增添新的可能, 将学生的兴趣引导到广告专业上。在鉴赏优秀作品过程中提高审美能力, 从优秀作品中找到灵感。在老师的引导下有目的的鉴赏大量的优秀艺术作品, 可以提高学生发现美、感受美的能力, 最终达到可以创造美的目的。艺术欣赏水平一定程度上会影响学生设计广告的最终呈现效果, 在作品赏析中, 美术基础课程可以讲解一些历史上重要的艺术家和艺术流派, 对于历史中经典的艺术作品的了解, 有助于学生拓宽审美视野, 从而对于美的形式有更加立体的了解。优秀的广告中也不乏对历史上优秀作品艺术作品借鉴, 可以将二者进行对比, 从而引导学生观察当下流行的艺术形式, 思考如何将艺术风格与专业知识进行有效结合。

色彩构成主要探讨色彩对人的心理影响, 让学生进一步了解色彩间的关系, 以及如何使受众获得美的感受, 在此过程中, 可以将色彩与情感有机结合, 把设计理念融入到色彩构成中, 可以结合实际案例引导学生进行观察和对比分析, 让学生了解在广告设计中色彩的重要性, 也可以从侧面提高学生的美术基础课程学习的积极性, 了解学习美术基础的必要性。

加入平面构成的训练是因为随着电脑技术不断升级, 没有扎实的写实技术也可以通过其他方式实现设计理念, 但是构图仍然是需要设计是自己完成的, 让学生在绘画和赏析作品时体会色彩与点线面的构成在画面中的运用。通过平面构成课程的讲解可以让学生掌握平面设计的基本形式和构成方法, 通过设定主题, 让学生通过对点、线、面这三种元素的运用和设计, 掌握基本的构

成方法,以培养学生观察力和想象力为目的,调动学生的主观能动性。在形体训练中不单纯的停留在临摹理,关键是通过线条和素描关系来表现物体,希望学生在掌握正确观察方法的同时运用正确的透视原理,将物体的形状可以通过线条的形式表达出来,在此过程中,不能一味地强调形体的准确,以免打击学生的积极性,应该以培养学生的兴趣和创意思维为主,在训练的过程中,也可以适当加入中国画的概念即“不在于笔墨,而在于意”,让学生不要过分在意形体的相似性,而更要注意意境和构图。

(二)以学生为主体

美术基础课程的最终目的是让学生可以有设计能力设计出符合审美要求的广告作品,而对于广告学专业最重要的一点就是转换原先的思维模式,这就需要教师针对学生的而专业特点,引导学生在学习的过程中观察、总结、记忆、创新。虽然掌握理论基础具有一定的必要性,但是不可将此作为美术基础的学习,美术基础课程还是需要培养学生自由发挥和实践活动的的能力,需要突破传统教学模式的束缚,了解和体现学生的个体差异以及个性化的发展需求,由于学生之前对于设计的内容实践经验不足,自主创新能力和艺术素养都有待进一步的提升,这时教师的引导就显得尤为重要。在教学过程中,向学生强调美术基础不同于其他课程,没有唯一具体的答案。教师需要了解学生的个体差异,分析学生在学习过程中遇到的问题,以鼓励和引导学生为主,培养学生的手绘能力,避免一刀切的主观评判。

(三)教学形式多样化

美术基础只是作为一门课程,而不是一个专业,相比于艺术专业的学生,广告学专业的美术基础理论更加简单,在讲解时可以设计通过短视频、动画等方式扩充知识点,通过大量的实际案例拓展学生的审美视野。在课堂中可以采取翻转课堂和混合式课堂的教学模式。在课前,教师可以布置相关内容,让学生预习,课堂上通过学生对知识的预习情况大家一起来讨论,这有利于提高学生的语言组织和表达能力。让学生自己讲解自己喜爱的某个“美”的实物,使学生积极主动地以审美的眼光观察周围的事物。美术基础的学习不能仅仅局限于课堂教学,还应该让学生有机会多多参观美术展和博物馆,认真观察生活中的各种美好的形象,通过多元化的学习方式拓宽学生的视野和审美能力。在课堂中,向学生们推荐移动端的展览、与设计相关的记录片、有美感的电影,以及相关设计网站,让学生可以在业余生活与“美”有更多的接触。鼓励学生在生活中发现各种不同类型的美,定期总结和更新自己的图库。

在教学内容上,相关基础的理论讲解也很重要,教学内容需要安排得更加合理,理论和实践课程相结合。理论知识不能仅仅停留在讲授层面,更应该进行优秀作品的赏析,锻炼学生分析和鉴赏作品的能力,从而提高学生的审美水平。

除了理论知识以外,在教学过程中还要安排演示过程,让学

生更好地掌握绘画的基本技巧。当然,美术基础课程的教学内容不应仅仅是静物写生训练,而是需要通过训练培养学生观察对象和联想相关的事物的能力,使学生可以不受客观因素的限制,进行有趣生动的设计和创造。例如色彩构成也可以突破原来的写实技法,作业形式可以采用电脑绘图或者装饰画、拼贴等多种手法,这样的练习可以让学生在实践中接触色彩的本质,快速进入色彩搭配的方法练习中,而不是在纠结某个色彩是如何调出来的,或者因为某个色彩的面积过大需要重新绘制。培养学生的抽象思维能力,从生活中寻找色彩,用抽象的色彩表达情绪和相关主题创作,这样的方法可以让学生快速地提高色彩的搭配能力,提高美术基础课程的教学效果。

三、建立科学的评价体系

考核评价是教学中的重要环节,虽然美术基础中也涉及艺术相关的基础理论,由于美术基础课程的特殊性,并不适用于通过传统的期末试卷检验学习成果,传统教学注重于学生书面表达能力,通过考试的方式检验学生对于课程知识的掌握和理解。而对于本课程来讲,这样的传统的评价方式过于单一,本课程要求学生在掌握理论的基础上,可以将理论运用到鉴赏作品和创作作品中,所以应该将作品创作能力和对艺术作品的鉴赏能力作为重要的考核方向,可以根据学生的兴趣和学习情况,鼓励学生对于自己喜爱的艺术作品进行艺术加工和在创作,也可以观看相关的博物馆展览进行具体分析和总结,最终以考察报告的形式呈现。

四、结语

传统的美术教学模式已经不能更好地匹配广告学专业的需求,作为教师需要根据时代的变化,积极探索新的教学方法,突出学生的主体地位,引导学生独立学习和设计的能力。结合专业的特殊性,即美术基础的学习又不能简单照搬艺术类课程的教学模式,着重培养广告学专业学生的艺术素养,而不需要让学生掌握精湛的美术表现技艺。对于提高广告学专业学生的艺术素养也需要平衡好理论教学和实践的内容,既要体现专业特点又要把握好课堂规律,科学安排课程,培养适合市场和社会发展的广告人才。相比于其他课程,广告学专业的美术基础课程的教学方法和内容还处于探索阶段,教学目标重新定位,需要教育工作者展开更多的研究和思考。

参考文献:

- [1] 毕非易.非艺术生源美术基础课程教学研究[J].北京印刷学院学报,2020,28(08):98-100.
- [2] 易单.美术基础教学对艺术设计学生的重要性[J].南方论刊,2016(04):97-99.
- [3] 张爽.分析广告设计专业美术基础教育管理[J].亚太教育,2016(07):276-277.