

互联网视域下的视觉传达设计专业课程的合理化设置

杨筱頤 祁添添 王 珊

(河北科技学院曹妃甸校区 河北 唐山 063000)

【摘要】互联网在当下社会的普及极大的推动了产业升级和转型，视觉传达设计作为洞悉时尚元素最敏感，最能够影响大众审美的专业，其教学一定要符合时代潮流。本文立足互联网时代的市场需求，分析高校在视觉传达专业课程现实短板，在传统的课程设置上融合新的设计思想，提出课程改革方向。

【关键词】互联网；视觉传达设计；课程改革；措施方法

当下社会中互联网技术、交互体验和APP媒介等在我们的生活中无处不在，极大的推动了产业的升级、转型。传统视觉传达设计中，以二维平面效果展示商品信息的形式在很大程度上受到动态、交互信息传递方式的影响，大众审美也从单一的平面形式的满足逐渐转向立体多维读取形式的需求。在这样的背景下，视觉传达设计教学需顺应时代需求，将新的设计理念融入传统课程设置，为社会培养符合当下时代需求的设计人才。

一、当下视觉传达设计专业课程中存在的问题

(一) 课程设置无法满足社会实际需求

移动互联网技术的飞速发展革新了视觉传播的表现形式，在极大的丰富信息呈现方式的同时，却也对传统印刷业造成了巨大冲击。视觉传达类的设计从业者，也随之延伸出UI、电商、APP设计等更多新的岗位，这些岗位以更高薪的吸引力和更高的技术要求，对视觉传达设计毕业生提出新要求。而目前，多数视觉传达专业课程教授的内容过于偏重理论，导致学生实践能力和技能储备显然落后于市场需求。

(二) 专业课程体系不够完善

目前国内艺术类高校已逐渐在视觉传达专业课程中引入如网页设计、UI设计等课程，但课程直接没有形成联动，而且课程比重和课程数量安排明显无法满足当下社会对设计人才的需求，多数学生走入社会后都是在设计公司中现学现用。对于民办高校来说，更应体现特色办学的本质特征，只有培养出得人才能够尽快进入工作岗位，并胜任工作任务才能提升校方的招生量，因此，更应通过自身优点和特色来规划课程内容和教学体系建设，将目光放在学科特色和教学质量的体现上。推动互联网技术课程与传统的视传理论课程内容相互渗透，优势互补，体现时代特色。

(三) 软件课程的刻板性

各种设计软件课程是视觉传达专业技术类基础课程，只有掌握了软件的应用方法才能使设计内容达到预想效果。但由于涉及的软件太多而深入学习的时间不足，学生对每一个软件都掌握了一些初级应用能力，应用过程中却无法实现理想的呈现效果。其实软件直接有些功能是相通的，课程安排中完全可以只选择功能最全面的一个，深入挖掘各种图文处理功能，避免学生对各个软件都是一知半解的结果。同时，在软件技术类课程中，教学内容不仅仅是应用技术的传授，还应注重学生创新能力的培养，软件不仅是设计的工具，更应成为最终视觉效果体现的助手。

二、互联网视野下视觉传达设计专业课程的合理化设置

(一) 注重传统文化元素的融入

我国传统文化中蕴含着大量艺术财富，积淀着民族发展过程中形成的最深沉的精神追求，是滋养书、画、设计艺术生生不息、发展壮大的丰厚土壤，提供着取之不尽、用之不竭的具有深厚内涵的艺术素材。因此，在视觉传达专业课程体系设置中，加入书法、国画、泥塑等传统艺术课程，可从根本上提高学生的专业素养，拓展学生的艺术思维，为个人专业能力的提升带来莫大帮助。

(二) 强调设计理论课程的基础性地位

无论是哪一设计专业分支，均离不开设计理论课程作为基础支撑，只有掌握了设计规律和方法，才能开展后续工作。但很多学生在学习过程中，往往不太注重理论课程的学习，认为时效性不明显，作为视觉传达设计专业教师，必须帮助学生改变这种观点，建立以设计理论指导后期实践的意识。特别是设计史论，更是让学生了解设计方法、审美、风格等内容发展及演变过程，发现期间规律，指导设计实践开展的必要课程。

(三) 构建以“应用”为主旨的课程内容体系

传统的视觉传达设计以图文和色彩为视觉语言，来呈现所表现的对象，视觉符号作为唯一的信息载体，需要向观众传达设计对象的物品属性、适用群体、和文化内涵等众多信息。移动互联网的普及，极大的开阔了视觉媒介的表现途径，从单一的纸质媒体跨越到形式丰富的多媒体，信息传达的工具从视觉载体，扩展到语音、声乐等，可以说视觉传达的表现形式在互联网技术的影响下发生了质的飞跃，也为观众带来了更为精彩、多变的视觉审美体验。社会需要的视觉传达设计人才需要符合：第一，能够胜任传统广告设计中，企业整体品牌形象的设计和推广工作；第二，精通网页设计、商品广告、活动广告、电商陈列等互联网相关设计工作。由此可见，对于视觉传达设计人才的培养，必须符合时代需求，在传统广告设计的基础上加入互联网相关设计课程。

(四) 以明晰的学科方向形成独具特色的课程体系

伴随互联网技术的发展，设计专业随机出现了数字媒体技术专业这一设计分支学科，以培养更多的广告、影视等娱乐产业设计人才，而现代视觉传达设计专业则致力于培养兼具广告设计和互联网相关艺术设计人才的重任。因此，在我们的课程中，应在传统课程内容中加入更多体现多媒体设计的特色课程，以传统广告设计为基础，以多媒体设计作为特色化延展，形成自己的学科特色，全面提升学生的审美能力和设计技巧的掌握。

参考文献：

- [1] 数字化时代下视觉传达设计的创新思考 [J]. 贺望舒. 参花 (上). 2019 (10)
- [2] 数字化时代视觉传达设计中创新因素探究 [J]. 李欣. 戏剧之家. 2019 (22)
- [3] 视觉传达教学设计的创新探索——评《视觉传达设计实践》 [J]. 胡卫军, 华思宁. 中国教育学刊. 2019 (01)
- [4] 中国媒体未来发展趋势与改革策略 [J]. 童清艳. 人民论坛. 2016 (23)
- [5] 也谈美术基础教学与专业设计教学的协调发展 [J]. 王斌. 艺术与设计 (理论). 2012 (05)
- [6] 新媒体背景下的视觉传达设计发展与变化——评《新媒体时代下的视觉传达设计研究》 [J]. 彭杨. 传媒. 2018 (01)

作者简介：

杨筱頤 (1993—)，女，河北唐山人，西安工程大学服装与艺术设计学院 2016 级工业设计硕士研究生，研究方向：用户界面与交互设计，现工作于河北科技学院。