

数字化时代视觉传达设计教学的创新性

辛梦旖

(南京师范大学中北学院 212300)

摘要:视觉传达设计是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计,体现着设计的时代特征和丰富的内涵,其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大,并与其他领域相互交叉,逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。要求学生能够运用专业设计的方法技能,独立从事包装、广告、平面设计等工作,具有一定的艺术修养和审美能力。培养具有一定专业素质的从事包装、广告、平面设计的应用型人才。

关键字:视觉传达;科技;审美

引言

在信息数字化的时代,科学技术快速的向前发展也为视觉传达设计教学模式也提出来了更多个性化的要求。学校教师培训也同样要着重针对视觉传达设计教学进行深入思考和研究,予以视觉传达设计的创新性。视觉传达设计通常是指设计依据其特定受众的具体设计需求目的,对相关信息数据进行整合分析、归纳总结并综合通过其文字、图形、色彩、造型语言等相关基本表现要素等进行可视化设计或创作,是一个将这些可视化的信息直接传达反馈给其受众并能对其他受众设计产生重大影响意义的过程。简而言之,视觉传达设计就是要通过多种视觉媒体把表现内容传达信息给特定受众者的视觉设计[1]。这本身就是一种“设计,告知的设计”。这是一门教学实践性要求很强的专业,表达能力和创造力非常重要。在学习的视觉传达设计类专业设计相关行业实践中,对现在大多数本科毕业生同学朋友来说,不必总想得面面俱到,只要保证自己能够把所有相关设计基础知识、基本工作能力要求都尽量掌握得较为扎实,选的得比较好的每一个相关就业设计方向,掌握自己得的一技之长。

一、视觉传达设计教学的创新性

1.1 更加注重多感官体验

视觉传达设计是一种观念和思想的体现,从而使学生和真实世界之间的关系更加紧密,这样才能更好地解决实际问题。进入了新的媒介时代,特别是在虚拟现实技术和增强现实技术的发展下,更多地考虑到人的发展需要,同时,它还可以为视觉传达设计提供更多的发展途径。在视觉传达设计中,有更多的感官刺激方式,受众对设计的了解也与日俱增。在新媒介时代,人们对多种感觉的需求,越来越多地渗入公共生活的各个领域。通过视觉传达设计,可以给大众带来丰富的感官体验,而视觉传达所能提供的丰富的感觉与兴奋也成为了现实。这就是以人为中心的视觉传达设计的发展方向,只有如此,他们才能更好的融入社会,提升他们的影响力。

1.2 设计模式转变,改变教学思维

在新媒介时代,随着科技的进步,从静态到动态的设计,已经取得了很大的进步。与此同时,在视觉传达的设计中,也赋予了视觉传达设计更为丰富的内涵。这也是由于从静态过渡到了动态的视觉传达方式设计,这自然就给现场观众们带来的了又一种的全新的动态视觉的体验,这种全新动态带来的视觉冲击,使观众对艺术的注意力更加集中,这对推动视觉传达设计专业的发展具有十分重要的意义。比如,在网站的设计中,在传统的视觉传达设计中,人们往往会将信息通过图像等方式传达给观众,而静止不动,不但会浪费空间,还会给观众带来视觉上的疲劳,很难真正实现视觉传达的目标[2]。而对于动态的设计,动态地显示有效的信息,当观众被新奇的网站设计所吸引时,快速、概要、直观的动态示范,同时,也能让观众快速掌握网站设计所表达的意象和思想,这样才能更好地达到视觉传达的目的。

1.3 转向三维立体及动态的设计

传统的视觉传达设计表现形式主要是以平面为基础。在新媒介出现以前,人们不断地接收静止的图像信息。动态视觉信息的大量产生,给整个人类生活的动态视觉研究带来了一片新的学术生机。内容简介随着电子信息技术手段的日益迅速与发展,视觉的传播表现技术也已经大大超越了这些传统技术的主要技术壁垒,因此,在三维动态造型设计技术中,视觉信息传达已是今后一种技术不可避免忽视的重大发展方向趋势。相对于静态的可视化,动态的可视化信息更能吸引收件人,传递更多的资讯。并且,当有效的信息被传送时,极大地增加了空间的使用。数码传媒的广告、网站设计等方面的发展使得视觉传达设计更加具有生命力。

1.4 取消视觉传达设计界线

在新媒介的发展时期,一切都是媒介,很多东西都在发生着变化。在融合的过程中,也在分解。视觉传达的设计将会更加广泛,设计的界限越来越模糊。在新媒介时代,我们所面临的问题,不仅仅是设计领域的界限,设计和艺术,设计和生活,设计和商业的界限。近年来,“共享概念”的盛行,也是在强调“边界不清”的情况下产生的。边界的消失,给原来的领域带来了新的活力,激发新的灵感从而使设计得到创新。在新媒介时代,受众的积极性得到了极大地提高,现在,人们已经不能满足于一个单一的设计了,为人服务的设计是为了迎合观众的需要而改变的,打破了原本的领域,不再是纯粹的表象,与现代科技相结合,让它更多样化,更有互动性。设计边界的消解使得视觉传达设计具有“多个领域融合”的特征,“科技性”,以及其他更多的可能。总体而言,在新媒介时代,消息的传播速度大大提高,人们接收到的信息也变得更加复杂,单纯以视觉感知为主的视觉传达设计,已不能适应人们对设计的需求。因此,在视觉传达设计的教学中,同时,也要考虑到这个时代的特点,不断地丰富视觉传达设计的内容与表现形式。

1.5 教学设计理念的创新

视觉传达设计工作方法上的再创新是指一种教师对以往传统设计行业工作理念模式方法和教师工作思维方法模式的一个再次的创新。简而言之,视觉传达设计就是通过视觉媒体表现传达给受众的设计。创新原始运动是根据事物性质、程度及其发展成熟的难易程度之不同一般也可以这样地理解为表现为一种继承性和某种传统式基础上进行的某种原始的创新原始运动和在某种激进式意义上进行的创新原始的创新,后者往往已经在发展或成熟发展到了某一定程度的程度基础意义上甚至将会转变成为一种另外的原始自我否定运动和另外一种自我反叛,尤其应该强调是指人们对于我们的长期以来是由一种自我或某种潜意识活动方式所支配逐渐形成下来的,还有另外一种对于已有的固定的思维框架形式进行的彻底自我否定的运动和所谓彻底自我反叛。用现代传统和马克思主义和创新主义哲学观度上来看,创新思想本身其实就是一场使

客观事物螺旋式往复地上升与前进发展的复杂运动[3]。

1.6 视觉传达设计中的创新是指对传统视觉语言方法的创新

从这个某种意义上可以讲,视觉传达设计也就是一个“图形语言化”和“超越”语言化图形”之间的跳跃过程。为了要达到最佳信息的传达性的设计目标,教师也需要在实践中不遗余力地在实践中寻找、挖掘信息并力求创造表现出自己最佳状态的设计视觉语言,借以充分表现并传达属于自我时代的优秀设计美学理念意识和艺术主张。对于任何一个视觉教师作品设计者来说,每选择使用任何一种基本视觉元素其实也同时都是要赋予了其一个能表现出教师们自己作品的独特设计意图及教师作品自身应有具备的具有独特视觉功能特性与独特审美艺术风格特点等的一些视觉上基本元素的设计要素,在他们具体去选择如何利用这些基本的视觉元素来具体进行设计传达其教学艺术信息时,应该首先能够突破掉了我们一般基本视觉元素教师所比较习惯的使用的那些东西,力求其尽可能地以其更加简约化、符号化的艺术语言形式去表现出作品本身最为深刻真实而丰富的深刻的主题内容。

1.7 视觉传达设计的创新是对技术表现方式的创新

科学技术发展在促进人类历史大发展潮流中产生的推动作用则是不言而喻的,从另外某种哲学角度意义上去看,设计也就是由设计者仅仅依靠当时对其最有用价值的、现实需要的原始材料工具和制造工具,在人们意识与空间想象能力的巨大深刻变化作用推动下,受惠益于当时先进的制造技术文明进步而所进行设计的一种创造。随着美术创作中技法、材料、工具以及应用方法等的方方面面产生的诸多深刻和变化,技术创新尤其对于视觉与设计新形式艺术的可持续与创新都产生存在着而极其直接而深入的巨大影响。从早期现代的造纸术、印刷术等产品的大量诞生到西方近代数码摄影、电影、电视媒体艺术的持续大量研究发明,再一直到西方当代的电脑多媒体产品的持续大量研发出现,伴随着各种视听媒体传达的新技术产品的持续的不断地研发与创新,视觉传达设计艺术作品的艺术创作的领域空间范围和艺术视觉传达表现艺术作品的艺术方式空间也不断的得到扩大。视觉传达设计的每一位教师不但要科学的认识到设计是科学技术商品化的载体这一特性,而且要清醒的意识到自己是使科技转化为现实实体的中介。对于科技的突飞猛进,我们要依靠敏锐的创造性直觉,在新的技术中发现新的表现可能。设计理念创新是视觉语言创新和技术表现方式创新的前提和基础;而视觉语言创新是设计理念创新和技术表现方式创新的表现形式;技术表现方式创新则为前二者提供强有力的技术支持和实现途径。进入 21 世纪,人类不得不承认技术正在重新构造我们的现实,它已经成为一种强大的力量,在很大程度上控制和决定了社会、经济、文化及其未来的发展。计算机技术、网络信息技术、多媒体技术使人们直接面临“数字化生存”,与此同时,它们也冲击着传统的传达方式,视觉传达设计正在经历着一场数字化的革命。而这些先进的技术、先进的探索设备、先进的研究方法和手段,也为教师观察事物的角度和思维方式提供了不断延伸和扩展的机会。因此,我们的教师只有主动地迎接信息时代的洗礼,从设计理念、视觉语言和技术表现方式的创新入手,坚持辩证统一,才能彻底地推动视觉传达设计在信息时代的大发展。

二、视觉传达设计教学的意义

2.1 在视觉传达设计教学发展及建设历程中,视觉传达工作既是

可用于有效促进品牌自身和文化信息产品的对外全面信息传播,而且在有时甚至也还可用来作为一种引导改变普罗社会大众内心中存在的一种传统思想道德观念。一方面是能够有力促进了整个民族企业形象体系的整体良好形象建设的过程健康与全面和谐良性发展,另有一方就是面对中国社会经济事业健康的长期稳定健康前行及发展也将能对具有企业起到具有一定而重要价值的积极正面和推动导向作用[4]。品牌形象整体传达系统中设计的各种视觉形象传达手段既同时可用于视觉识别一个企业品牌,并且它们有时甚至也是同时又可用作视觉展现的这个企业品牌自身内在价值的其他各种的独特视觉审美的价值,视觉传达设计艺术效果与现代整体品牌形象效果艺术的一种高度地协调和融合也将大大有利于为我们消费者树立出更加的良好和统一协调的整体现代整体企业形象。

2.3 我国的视觉传达设计虽发展起的相对时间都较发达国家短,但是随着发展起的发展速度一直较快,视觉传达设计同样也可以被我们很多传统企业广泛应用在其品牌形象传达设计领域当中,视觉传达设计技术的普及应用无疑极大地有效地提升到了自身品牌形象的传达价值。优质新颖的视觉外观造型设计无疑可直接显著的提高了产品外观的整体附加值,而同时这还有利于的增加其产品外观的销售量。现如今,人们生活的社会生活水平提升与自身消费接受能力也显著得以改善,也都更加懂得关注消费产品带来的社会价值。品牌理念是品牌企业成功发展历程中重要的文化关键,品牌形象则是影响人们自身对其品牌文化的一种评价过程与基本认识。视觉传达设计水平对一个品牌企业的价值内涵都具有十分重要显著深刻的文化影响。高水平专业的企业视觉传达设计团队能够完美打造一个令人印象十分深刻的企业品牌形象。

三、结语

视觉传达实践教学体系以积极培养符合“实基础、强能力、能创新、高素质”精神的高级应用技能复合型艺术人才的为根本宗旨,紧密结合为本地域经济文明建设而服务,培养出具有较坚定的民族精神和比较开阔地国际视野、强烈地社会责任感和政治使命感、人格健全,身心健康、高度的掌握的视觉与传达领域设计及其相关艺术基础知识、基本理论能力和高级实践教学技能,培养学生具备在视觉和传达的设计相关领域,诸如平面设计、包装设计、广告设计、企业形象策划设计等设计方面的专业知识和技能,并具备较高的学术理论素养和能胜任视觉传达专业领域的设计、策划、制作等工作的高端人才。等工作的高端人才。在视觉传达设计中,需要我们寻找自己的兴趣并持之以恒的坚持下去。

参考文献

- [1]解晓帆.数字化时代视觉传达专业工作室课程设置创新性——评《视觉传达设计与视觉思维》[J].中国教育学报,2021(11):150.
- [2]吕南.数字化媒体在视觉传达设计教学中的创新作用——评《数字化时代下的新媒体艺术教育》[J].中国科技论文,2020,15(09):1109.
- [3]王长征.数字化时代视觉传达设计教学的创新研究[J].美术教育研究,2020(16):123-124.
- [4]邵亮.数字化时代视觉传达设计教学的创新性研究[J].中国管理信息化,2020,23(02):234-235.