

# 新媒体时代广告设计教学改革分析

吴素欢 徐建伟 曹京

(石家庄工程职业学院 050061)

**摘要:** 随着社会的不断发展,我国进入了新媒体时代。新媒体的出现让很多行业都随之做出了相应的改变,而随着新媒体技术的不断发展,大众的生活方式与思想也或多或少受到新媒体的影响。新媒体环境给广告设计行业带来了新的发展机遇,同时也带来了巨大的挑战。由于新媒体时代的广告设计教学经验不足,教学时长也相对较短,因此极大阻碍了广告设计的专业教学。本文探究了新媒体时代的广告设计改革途径,提出了相应改革策略,期望能够有助于推动广告设计教学的改革工作。

**关键词:** 新媒体; 广告设计; 改革

## 一、广告设计在新媒体时代面临的挑战

广告设计与社会发展之间联系紧密,好的广告设计能够一定程度上推动社会发展,而随着社会的发展,又会对广告设计提出新的要求。因此,当新媒体时代来临时,广告设计领域必将与时俱进,进行一场新变革以满足新媒体时代的需要,这也给广告设计人员带来了极大的挑战以及工作压力。

作为一名广告设计人员,除了要有扎实的专业知识储备,还要具有时代眼光与先进的意识,要具有创新精神才能在这个更领域持续的发光发热。设计人员要时刻掌握当下的流行风向以及市场的变化趋势,这样才能设计出针对性强、贴合度高的广告作品。除此之外,还要掌握大众的审美变化,大众对于广告产品的关注点已经不再浮于表面,因此广告的内在也是广告设计者要重点考虑的问题,这就需要广告设计者具备较强的表现能力与艺术思维,来满足新时代人们的审美。

我国目前的广告设计专业大多招收的都是艺术生或者文科生,数字思维能力较弱,对新媒体与数字媒体的敏感度较低,因此在作品设计中通常下足了表面功夫,而缺乏内在在灵魂。而传统教学的禁锢式思维也是阻碍我国广告设计教学发展的重要原因。

## 二、广告设计教学在新媒体时代的改革创新策略

### 1. 贯彻多样教学原则

首先,要从教师自身层面入手,加强教师的教学主动性。在过去的教学中,仍有很大一部分教师采用师生授受式的教学,导致学生知识被动的听取知识,而不是主动的探索学问。经过长时间的单方面传授知识,导致学生产生惯性思维,只是一味的接受知识,丧失了学习的主动性以及思维。广告设计需要具备极高的创新性,是一门极具挑战的学科,这就要求学生要有丰富的想象能力以及积极主动地自我学习意识。如果学生知识被动的接受老师灌输的知识,没有主动意识,那么在走向社会岗位的时候就难以有所作为,也失去了广告设计教学的意义。因此,教师们应当找准教师这个角色的位置,在教学过程中担任引导者角色,积极引导学生自主学习探究,不仅让学生能够主动的去了解广告设计的相关理论以及专业知识,让学生不断丰富自己,增加自身的知识储备。同时,教师也可以让学生在课前自己预习下节课的内容,以减轻学生的课上学习压力。

其次,教师应该充分利用新媒体时代带来的便利,充分发挥多媒体平台的价值。当下,多媒体在教育领域发展的如火如荼,线上教育平台、微课平台层出不穷。因此,老师可以在课堂之外,通过对平台的充分利用实现与学生的零距离交流,这样,当学生在生活中受到启发,产生某个创意灵感后,就可以借助平台随时与老师在线沟通交流。这样既能维持学生学习的热情,又能够提高师生之间的互动效果。

最后,学校可以在校园文化方面加入广告设计元素,通过组织广告设计大赛的方式,来激发学生们的创新意识,也为广告设计专业的学生提供了一个可以相互交流的平台。学生通过才参加比赛,可以更好的夯实自己的理论基础,丰富自己的经验,探索自己的风格以及探寻设计的灵感,使自身得到强化。此外,学校还可以联络一些社会上的机构来一同举办网络设计比赛,给学生接触社会的机

会,充实学生的经验,让学生的综合能力得到提升<sup>[1]</sup>。

### 2. 开设新媒体广告课程

在新媒体时代,学校应顺应时代发展,基于时代特点开设新媒体广告设计课程,调整课程结构。课程内容中可以加入新媒体元素,如微博广告、验证码广告以及视频媒体的首页广告。同时,在教学过程中,教师不仅要传授知识,更要培养学生的新媒体意识,让学生能够跟进时代的脚步,把握行业的发展方向。同时教师还要能够及时发现新媒体环境的信息热点以及广告热点,并与广告设计教学相结合,让广告设计教学更加具有先进性与时代性。

由于当代较早的接触新媒体,在新媒体时代的信息意识相对敏感,因此教师可以充分利用当代学生的特点,有针对性的培养学生的广告意识,进一步开发教学,以此来创新广告设计教学。

### 3. 加强专业实践教学

当前,实践教学受到教育界的广泛关注,同时学校组织实践活动也是国家所倡导的一种教学方式,通过实践能够有效提高学生的知识运用能力与实践能力,为学生今后的职业道路打下牢固的基础。因此,广告设计专业应当积极主动的联系广告设计相关企业,构建长久有效的校企合作模式,由企业为学生提供更多的实践机会,而学校也可以为企业输专业人才,基于这种模式实现校企之间的互利共赢<sup>[2]</sup>。

### 4. 打造专业教学团队

由于大部分学生都是第一次进入广告设计领域,因此在学习过程中遇到困难,很容易对该专业产生抵触。如果教师教学能力差,那么就无法真正将学生引入广告设计专业内,也无法对学生进行积极的正向引导。因此,学校要重视师资力量培养,打造实力雄厚的师资队伍,来实现积极有效的引导学生。首先,学校可以通过定期开展培训活动,系统的提高教师的专业水平以及教学能力;其次,学校也可以寻求与其他同类院校的合作交流,进行教师间的经验分享,进行优势互补;最后,学校可以同企业深度合作,聘请企业的优秀员工来进行授课。虽然企业员工的教学能力可能不足,但是其具有丰富的设计经验以及掌握丰富的市场信息,这些对学生的职业发展来说及其重要。

### 结束语

综上所述,新媒体时代广告设计行业迎来了新的发展,前景一片光明。因此,我们要积极面对新媒体环境下给广告设计教学带来的挑战。学校要贯彻多样性的教学原则,开设新媒体广告设计课程,构建高素质的校内校外联合的师资队伍,加强实践教学等方式来为学生的学习保驾护航,让广告设计专业更稳定的发展,为我国培养出更多的广告人才。

### 参考文献:

- [1]夏琳. 浅谈新媒体时代广告设计教学改革与创新[J]. 亚太教育, 2018, 000(021):101-101.
- [2]朱建霞. 新媒体时代高校广告设计教学改革趋势[J]. 新闻爱好者, 2017, 000(012):82-84.