

新媒体时代下高职数字媒体艺术设计专业人才培养路径探析

孙云云

(山东服装职业学院, 山东 泰安 271000)

摘要: 新媒体时代环境下, 数字媒体艺术设计专业迎来发展的新机遇, 新媒体时代助推高职院校数字媒体艺术设计专业的发展。目前, 高职院校数字媒体艺术设计专业目前处于发展阶段, 新媒体时代对数字媒体艺术设计专业的发展也提出了更高的要求, 课程设置、专业定位等专业问题有待解决。文章系统分析新媒体时代的特征、新媒体时代下数字媒体艺术设计的基本特征、数字媒体艺术设计专业人才培养存在的不足之处, 结合高职院校教学特点探析数字媒体艺术设计专业人才培养模式的路径。

关键词: 新媒体时代; 数字媒体艺术设计; 人才培养

数字媒体艺术设计是一门交叉性强的学科, 融合了多个学科的知识, 包括但不限于计算机图像处理、设计学、视音频编辑与制作、动画制作等。全国开设数字媒体艺术设计专业高职院校众多, 以培养适应生产、建设、服务和管理第一线需要的德、智、体、美全面发展的高素质技术技能型人才为目标。目前, 高职院校数字媒体艺术设计专业技术性缺乏, 集中在艺术设计领域, 存在学生理论与技术脱节、课程架构不合理等现象, 影响数字媒体艺术设计专业的发展。新媒体时代下, 数字媒体艺术设计专业人才以技术为基础, 创新设计方式, 助推数字媒体艺术的发展和地方区域经济的发展。

一、新媒体时代的特征

(一) 交互性

新媒体时代, 信息呈现涉及传播者和接收者, 两者均可以自由选择新媒体平台, 均可在新媒体平台上可以进行信息的发布, 同时两者之间产生直接互动或间接互动。直接互动常见形式为传播者制作发布 H5 向接收者传递信息, 接收者可以直接对接收到的信息进行操作; 间接互动即为接收者在新媒体平台可以选择自己感兴趣的信息, 通过点赞、收藏、评论、分享等形式进行信息的传播。

(二) 数字化

数字化是新媒体发展的基础, 也是新媒体时代最具特色的特征。新媒体借助数字技术, 以数据为依托, 通过对数据采集、分析、加工、存储、发布等, 通过图片、文字、视频、音频等多种形式呈现信息, 以满足受众不同的需求。新媒体融合信息技术与数字技术, 将数字化信息传播技术应用到各个领域, 为不同领域的受众提供丰富独特的信息内容。

(三) 集成性

新媒体与传统媒体不同, 能够将图片、文字、视频、音频等借助于多种表现形式呈现, 如抖音、小红书、今日头条、微信公众号等多元化的平台传播。实现无障碍沟通。受众可以即时接收信息, 可以根据个人喜好选择信息, 对信息进行下载、收藏, 同时可以放大信息或上传信息。

(四) 整合性

新媒体融合受众需求、人文艺术、信息技术、数字技术, 兼具信息技术的实时性、交互性、共享性, 数字技术的高效性与融合性, 人文艺术的艺术性与创新性的特点。通过创造富有吸引力的视觉内容来激发受众兴趣, 促进信息的有效传播。

二、新媒体时代下数字媒体艺术设计的基本特征

(一) 多样性

随着媒体技术的发展, 信息传播的途径已经超越了电视、广播等传播平台, 越来越多依赖于电脑、手机等电子设备, 展现出多样化的趋势, 从而为数字媒体艺术设计的进步提供了技术基础。

为数字媒体艺术设计提供音视频、图片、文字等丰富的设计元素, 突破传统媒体技术的表现形式, 数字媒体艺术设计的表现形式呈现出多样化, 如抖音 APP 不仅可以为用户提供丰富的短视频, 还提供直播、购物、互动等功能, 这些设计均为数字媒体艺术设计作品。当今时代, 各类 APP 和新媒体平台的兴起使得用户可以根据个人兴趣和偏好挑选平台, 获取个人感兴趣的资讯内容。新媒体时代背景下, 设计内容丰富、富有创意, 增加对用户的吸引力, 提供更好的视觉效果。

(二) 交互性

交互性是新媒体与传统媒体最大的区别。传统传播媒介传播过程中, 用户处于被动状态, 对设计内容无法及时发表与反馈个人意见与建议。新媒体互动性强, 给用户更好的视觉体验, 用户可以在线对设计作品进行投票或评论, 表达个人的想法, 设计师可对用户答疑。用户与设计师在互动过程中, 用户更加深刻认识设计作品的内容与特色, 创作者根据用户的需求完善设计作品。

(三) 高效性

传统媒体技术环境工作中, 设计师需独立搜集相关信息与素材, 并绘制完成设计作品。新媒体技术还为设计提供了便利的素材搜集方式, 设计师开展工作时可快速获取所需信息、素材与设计灵感。现如今 AI 技术与传统媒体技术相比, 缩短工作周期, 极大提高了工作效率, 并提高艺术作品的质量。

(四) 虚拟性

艺术设计通过现实写实手法表达虚拟空间的美, 因此艺术设计本身就具有虚拟性, 在数字媒体艺术设计领域, 虚拟性是其显著属性。通过运用新媒体技术, 数字媒体艺术设计能够将二维图像转化为三维图像。借助艺术表现手法, 图像效果更为复杂, 呈现出渐变、夸张、立体、逼真等效果, 并将设计师的个人情感、想法直观表达。

三、数字媒体艺术设计专业人才培养存在的不足之处

(一) 专业定位不准确

2015 年教育部下发的《普通高等学校高等职业教育(专科)专业目录(2015 年)》, 将电脑艺术设计专业、交互媒体设计、数字传媒艺术等专业整合为数字媒体艺术设计这一独立专业, 然而, 随着时间的发展, 该专业逐渐呈现出定位模糊的问题。这种不清晰的定位导致人才培养目标与教学计划的不一致, 进而限制了数字媒体艺术设计专业的进一步发展。目前各高职院校数字媒体艺术设计专业开设方向各不相同, 设定专业方向需和地方人才需求相结合, 和学生就业相结合。高职院校培养人才最终目的是服务地方区域经济, 人才培养方案修订前进行社会用人需求调查, 笔者得出当前山东省新媒体行业目前紧缺岗位电商视觉设计、品牌形象设计、影视后期与制作、影视动画、短视频创意与运营等等。

因此,在设定研究方向时需对接行业岗位,精准定位。

(二)课程体系架构不合理

目前部分院校数字媒体艺术设计专业的课程设置过于宽泛,缺乏针对性和实用性,导致学生学而不精,难以培育出核心的竞争能力,并且还存在着理论知识与实际操作之间的脱节问题。高职院校教学内容设计理论学习小于实际操作学时,理论与实践比例为4:6,更加侧重学生专业实操技能的培养。由于部分课程中安排给学生的实操时间不足,这直接影响了学生培养目标的实现效果。在Premiere Pro、After Effect等软件课程的讲授中,可切实做到教师讲解—学生练习—发现问题—解决问题—学生设计制作,或者学生探究—反馈问题—教师讲解—学生练习—学生设计制作等,实现理论与实践相结合,切实提高学生实操操作水平。笔者发现在对于一些理论性比较强的课程中,在大部分的授课过程中无法实现每堂课理实结合。存在课程教学方法、教学观念、教学内容无法跟随技术的发展及时更新,从而导致数字媒体艺术设计专业课程整体教学质量难以提升。如《数字广告》课程中,涵盖了众多广告类别、多种版面构成以及多种创意设计方法,无法针对不同的广告选择所有的构图形式和设计方法全部进行设计讲解及练习。仅可实现2-3种设计方法的课堂讲解及练习,更多的教学设计中是课上讲解,学生课下练习,然后进行课上作业指导。理论教学和实际操作之间存在不连贯,导致学生在将学到的理论知识应用到具体项目中时遇到困难,进而影响了整体的学习成效。教学内容中缺乏与企业合作的实战项目,也使得学生毕业后难以快速适应新媒体职场环境。

(三)教学团队建设薄弱

目前,我国部分高职院校数字媒体艺术设计专业存在师资力量相对薄弱,缺乏企业实践经验。为了解决这一问题,近三年在高职院校的教师招聘中提出应具备企业工作经验,弥补了教师在实践经验方面的不足。其次,为了进一步提升教师的专业素质和教学内容的实践性,许多教师利用假期参加企业的顶岗实践锻炼。这种实践方式有助于教师更好地理解行业需求,将实际案例引入课堂,提高教学质量。然而,由于新技术的快速发展,短暂的顶岗实践难以全面系统地掌握所有新技术,这对培养学生的技能和创新能力造成了一定影响。

数字媒体艺术设计专业学科多样性强,包含动漫设计、影视后期、数字媒体艺术、数字媒体技术、计算机等不同学科的教师,其中以艺术设计专业大类下的教师为主。在分配教学任务中,通过教师专业特长选择教师任教,从而导致艺术类教师与其他学科的教师授课计划、教学内容设计等方面存在差异,不利于学生对专业知识的系统学习和综合应用能力的培养。

(四)教学资源匮乏,产教融合不深入

教学资源匮乏和产教融合不深入是数字媒体艺术设计专业面临的主要问题。首先,教材和教学资源更新滞后,未能及时引入行业前沿技术和理念,影响了学生的创造力和创新思维。高质量的实验、实训平台不足,无法满足学生的实践需求。其次,虽然校企合作和产业学院模式在增多,但许多合作停留在表面,主要是资源共享或短期实训,缺乏深入的产教融合项目。这导致学生难以获得真实的行业经验,企业对合作的积极性不足,资源开放程度有限,影响了学生对前沿技术的接触和理解。此外,学校和企业的评价标准不同,影响了学生的实习评价和职业素养的全面反映。

四、数字媒体艺术设计专业人才培养路径的探析

(一)明确专业定位

专业定位方向时人才培养实施过程的源头,在人才培养方案

修订前,明确院校在区域经济中的作用,结合以往专业调研和建设经验,需针对新媒体行业开展调研,尤其是地区新媒体行业数字创意产业开展调研,明确行业岗位需求,并针对岗位职责进行深入调研。专业方向定位不再局限于传统的艺术设计方向,关注专业的最新发展趋势,结合行业新兴的岗位进行设置,如泛游戏、数字人、影视后期、新媒体等。专业定位贴合社会需求,更有助于学生适应社会环境,帮助学生就业。

(二)创新教育模式

1. 强化实践教学。高职院校数字媒体艺术设计专业在教学中,确保实践比例占60%,同时增加实训教学周,提高学生实践操作水平,掌握新媒体环境下数字创意产业数字媒体艺术设计作品设计的新技术和新方法。加强与数字创意企业的合作,通过企业为学生提供的实训实习平台,增强学生实践能力。引入技术技能大师进校园,针对新媒体行业变化、企业技术技能需求、新技术新方法等方面开展学术讲座,增强学生对新媒体行业的认知。技术技能大师任教课程,加强对学生实践操作能力的培养,并指导校内教师教学。

2. 项目化教学。

加强与企业的合作,引入企业项目任务,教学内容设计与企业工作项结合,学生在体验真实的项目设计过程中掌握行业企业所需的知识与技能。培养学生的自主学习和自我管理能力,在项目实施过程中,学生独立思考完成任务,培养他们自主学习、独立思考和解决问题的能力。学生自由组合团队、分配项目,在团队合作中加强交流与合作,了解团队合作的流程和团队合作的重要性。教师则转变角色,作为项目指导者参与项目实施过程。例如,可以设置一个视频制作项目,学生需自主策划剧本、编写脚本、拍摄剪辑视频,这一系列的过程中需考虑美学原则,研究目标受众需求、开展市场调研、进行市场定位等,综合化项目更有助于学生体验项目实施全过程。

3. 融入AIGC技术基础知识教学

高职院校学生在校学习专业课程时间短,相比本科生无法更加全面的学习专业知识,同时普遍存在有想法但无法实现。在教学中融入AIGC技术基础知识教学,教学资源可随时随地共享,帮助学生了解行业内最前沿的技术,激发学生的积极性与创造性思维,以往无法实现的设计作品,通过AIGC技术得以实现。通过AIGC技术的学习培养学生信息技术处理能力,更好地适应企业岗位需求、适应社会发展。

(三)加强师资队伍建设

加强师资队伍建设是提升数字媒体艺术设计专业教学质量和科研能力的关键。应定期组织教师专业技能、教学法、科研方法等培训,并鼓励参与国内外学术活动,以更新知识结构。通过校企合作和国际交流,引进具有丰富实践经验的行业专家,提供前沿知识和技能培训。为青年教师提供一对一指导,帮助他们快速适应教学工作。鼓励教师赴海外进修,引进国际先进教学理念和方法,提高专业国际化水平。高职院校在数字媒体艺术设计领域应紧跟行业趋势,更新教学内容和方法,加强企业合作,提供多元化实践平台,培养适应新媒体时代的高技能人才。

参考文献:

- [1] 郭爽. 新媒体时代下视觉传达设计发展趋势研究[J]. 大观, 2022(6): 24-26.
- [2] 陈莹洁. 数字媒体艺术设计的特征及对传统艺术设计的影响[J]. 艺林, 2022(6): 103-105.