

研究基于中职学校教改背景下艺术设计专业教学策略

刘瑞薛

(河南省工业学校 河南 郑州 450000)

[摘要] 如今艺术设计已经成为产品的重要构成要素,品牌设计、产品包装、产品造型等都需要设计师开展设计工作,只有经过设计的产品才可以称之为“完整”,才可以调动人们的感官系统,对此产生浓厚兴趣,从而转换为购买率,为此艺术设计专业人才对于市场经济的发展起到了积极的促进意义。中职学校普遍开设艺术设计专业,其目的就是为社会主义市场经济的发展输送专业技术型人才,本文基于中职学校教改背景,对艺术设计专业教学的策略进行研究和分析。

[关键词] 中职学校; 艺术设计; 策略

随着我国中等职业技术学院设计教育的不断发展,在培养专业的人才方面的需求也是发生了较大的变化,对其提出了越来越多专业的要求。中职技术教学对于人才的“精细化”培养是市场经济发展多元化的必然结果,足够的“精细化”对应着充分的专业化,艺术设计专业对于产品的销售、推广起到了关键性的作用,所以无论是哪一个行业,都需要艺术设计包装的工作,都需要艺术设计专业人才,为了满足经济发展对于设计人才的需求,中职学校普遍都开设而来艺术专业课程。

一、艺术设计学科教学现状剖析

艺术设计学科的教学重点是增强学生对于所学知识的实践应用性,然而在实际的课程配置中,专业性课程配置较为丰富,而关于文化基础知识的课程配置较为有限,这种以专业课程为主导的课程配置所带来的结果就是懂技术却不知晓如何应用。具体来讲,经过学校“顾此失彼”的教育培训,学生走上工作岗位以后,发现所学的知识内容很难与公司的需求相关联,很难把握产品设计的创新点,在作品设计中无法融入自己的灵感,只能依靠现有技术不断的复制与模仿,无法形成具有创造性的设计理念,出现这一问题原因就在于专业学习内容缺乏实践性与应用性,学生已经完全掌握艺术设计的方法和技巧,但缺乏结合实践的锻炼;除此以外,学生走向工作岗位,会发现与其他同事交流沟通存在障碍,对于艺术设计而言,团队理念最为重要,如果与多数同事在沟通中遇到问题,那么就面临着边缘化的风险,造成这种问题的原因就在于中职学校只注重专业技术培养,却忽视了基础性知识的教育,直接导致学生认知层面出现“空白区”,与他人拉开了距离。

二、艺术设计专业教学改革的整体思路

1. 借助硬性的任务指标驱动学生完成各类设计活动

艺术设计专业有着自己的独特之处,它在教学中的侧重点并不在于引导学生学习丰富的理论知识内容,而在于增强学生的实践操作能力,注重“动手能力”,在反复的锻炼中形成自己的设计风格和理念,让自己的艺术作品具有创造性。由此可见,艺术设计专业教学的归宿点在于培养学生的创造性,只有学生掌握丰富的设计经验和技巧,形成自己的独特理念,才可以让作品富有创造性,为了帮助学生形成作品的创造性,教师在艺术专业教学时就需要借助硬性的任务指标来驱动学生完成各类设计活动。教师用任务驱动的方式,让学生不断的完成各项任务,在完成各类艺术作品创作任务的过程中,学生的专业技巧不断的成熟,在反复的创造中,形成自己对于艺术作品的理念,从而可以把自己关于设计产品的理念融入其中,形成自己的艺术风格。这是一套通过改变客观环境,促使学生个体认知不断发展的理念,尽管对学生设置“任务指标”从某些角度来看,存在着“强制性”,可是不能否认“熟能生巧”的教育现象,学生只有批量化的反复学习与锻炼,才可以形成自己的设计风格,让作品的创造性成为课程。

2. 在教学中要增添教师自主设计的引导

比起成人,中职学生的认知能力仍然有限,如果教师在艺术专业教学时把学习的主动权完全教给学生,那么一节课下来,学生很难掌握知识要点,在分组讨论时热火朝天,下课以后却不知道学了什么知识内容,为此教师在设计专业教学时要把把握好教学方向,确保每一名学生都遵循教学方向而努力,这就需要增添教

师自主设计的引导。在教学时,教师要让学生感受到自己的设计意图,要让学生明白自己是如何分析问题和运用所学知识内容解决问题的。建议学生换位思考,如果越到同样的问题自己会如何解决,围绕客户的要求,如何开展设计活动,如何让自己的设计内容令客户满意。

三、将艺术设计专业教学改革的策略纳入项目教学

艺术设计的理念最终需要与实践结合,为了达到教学效果,教师在课堂教学时可以把艺术设计专业教学改革的策略纳入到项目教学中,让学生结合实际项目,运用所学知识,解决具体问题。艺术设计专业教学改革就是要改变以往以教师为主导的教学模式,要调动学生的参与积极性,留给学生更多的自主思考和分析问题的时间,可以在教师的引导下,完成作品设计。结合为奔驰车设计宣传海报的设计,来具体说明教学策略。

2019年4月15日,“西安之星”奔驰女车主维权事件引起全社会的广泛关注,在媒体的舆论导向下,奔驰成为“众矢之的”,很多人戏谑“宝马可以让美女坐在车里哭,而奔驰却可以让人坐在前机盖上哭”,面对奔驰的公关危机,作为奔驰的宣传产品设计师,如何提升奔驰的品牌形象呢?教师抛出热点问题,激发学生的学习兴趣,接着把艺术设计专业学生分为多个小组,让各小组通过合作,完成奔驰宣传海报设计。

不同的小组,设计理念不同,作品的内容也一样,教师挑选出其中一个具有创造性的产品,让学生展开分析和讨论:某组学生以漫画的形式制作出了一组宣传海报,其一,一只小鸟飞到奔驰车的前机盖,机盖自动打开,直接把小鸟弹飞;其二,是关于奔驰车的零部件组设计图,罗列出奔驰车零件的生产制造商,强调国际分工,并标明生产制造商的国旗;其三,俊男靓女驾驶奔驰车行驶在海边公路,车内两人对话为:

“你对前机盖弹飞小鸟的功能怎么看?”

“弹飞的不是小鸟,而是奔驰的尊严。”

在漫画的最醒目之处,写出奔驰的宣传语:“我们不会因为他人的指责而停止前进的脚步,因为我们要对全世界负责。”

三幅图,构成元素分别为“维权事件回顾”、“奔驰的国际影响力”、“国内理性消费者对于奔驰的态度”,这组漫画采取逐层说服的方式,用奔驰的世界级分工,国际品牌影响力为底牌,挽回奔驰的尊严,要奔驰的潜在客户明白“维权事件”只是“个案”,奔驰依然是世界最优秀的汽车品牌。

四、结束语

中职学校教改进一步强调学生在课堂学习中的主体性地位,结合艺术设计专业的特殊性,教师在教学时要以启迪学生思维为主,采取理论结合实践的教学方法,不断的增强学生的实践应用能力,形成自己的设计风格,全面提高学生的设计水平。

参考文献

- [1] 朱书宁. 浅谈中职学校艺术设计专业实训教学[J]. 读与写(教育教学刊), 2018, 15(02): 242.
- [2] 陈瑜. 中职学校艺术设计专业教学中存在的问题及对策思考[J]. 东方企业文化, 2017(S2): 174.
- [3] 李光. 基于中职学校教改背景下艺术设计专业教学策略探索[J]. 农家参谋, 2018(23): 176.