

平面广告设计教学中创造性思维的训练与培养方法

邱小琼 王江婷

广东省机械技师学院

[摘要] 创新思想是创造的主要力量与源泉,如果没有良好的创新思想,则无法创造出好的广告作品。所以,在广告设计课程中,教师除了要进行专业基础知识和专业技能的传授之外,还要根据学生在各个阶段的性格特点及其认知发展需要,通过选用更创新、更科学适用的教育策略方法,来优化对学生创造性思维能力的科学训练,为学生今后的求学、职业发展提供有力保障。

[关键词] 广告设计; 创造性思维; 培养策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1981

一、引言

创新思维,主要指的是利用创新性、多样化工具的灵活性引用来创新性的发掘、处理各种问题,并在其处理过程中形成的独特观点与理论。它既有助于人们以各种视角来把事物的规律、实质揭示出来,又可以积累到更新颖、更宝贵的认知信息,进而取得意想不到的思考结果。因此,学校要把学生各方面的潜能优势全面挖掘培养起来,以推动学生综合素质的全面提高,教师也应充分关注对学生创新思维的科学训练工作。在社会实践教育中,将怎样训练学生的思维创新作为重点,同时也是许多设计学校所研究的一项重大课题。所以在广告设计课程中,老师要深入掌握学员的思想发展规律,要尝试调动他们的创作热情,用典型事例或富有启发性的话语指导他们思路与创作,引导他们设计出有创造性、有魅力的艺术作品。

二、创新思维的形式

人们一般认为创新思维的主要类型有两个,即形象思维与逻辑思维。形象思维是对具体形象的一种表现,在整个活动中都没有脱离,通过运用想象的一种表现,想象在形象思维中发挥了至关重要的作用,对人的工作、学习、生活及其各项创作活动,均发挥着推进作用。

同形象思维比较,逻辑思维是创造性思维的另一种表现形式。而逻辑思维则是一种抽象思维。因为它在对创意思想进行验证和归纳时运用的都是推论、判断、概念等的方法,而这些方法也都是最抽象的思维表现形式。所以,逻辑思维又可称为抽象思维。因为逻辑思维在广告创作的全部流程中均有所运用,特别是在创作准备阶段,作者需要分解和总结整个广告过程,并据此进行规划。广告创意者表达意念和具体事物的时候,如果运用了抽象思维的话,就会更易于掌握广告的内容。

逻辑思维和形象思维二者之间是联系的。做广告时既要运用形象思维来表达,同时还要有合理的思维方式来引导。只有将二者有机融合起来,运用创造性思考才会产生创造力,从而使广告更加富有感染力,表达得更为活跃。

三、平面广告设计教学中创造性思维的培养方法

(一) 突破传统思维模式的种种局限

随着人们从小受家庭、社会生活环境条件的直接影响,人类的设计思想已经慢慢形成了某种定势,这也就从一定意

义上为人类创意的深入发展造成了许多局限。而在此背景下,要想把人类真正具有创意的设计思想表达出来,就一定要冲破传统思考方式的各种限制,不要再盲目地引进传统、单一的设计理论和方式。因此,现代化广告设计专业的人才就应该尽力地从传统社会主义文化、马克思主义思想定势中解放出来,以更创新的视角来看待、思索各种事物。例:以某个实际案例来说,一名裁缝在熨烫高级成衣时,不小心把成衣上烫了几个洞,学生正在思索是把成衣全部扔掉还是重新制作下一件成衣时,其中一个学生急中生智,就在成衣上多熨了几个洞,然后又加上了几个别致的小装饰,最后学生终于得到了一条时髦的连衣裙。而后来这款连衣裙也变成了那年最受欢迎的款式。在最初,这位裁缝如果把成衣全部丢弃了,不但会带来许多损失,也无法得到最后一件创意满满的裙子。所以,在广告设计时,教师应指导学生冲破传统思想束缚,并学会利用逆向思想,或许就能取得意想不到的成效。

(二) 加强观察力培养,为创造性思维发展奠定基础

许多优美、典型的广告设计作品都是取自于真实生活,而且都是根据我们经常接触、了解的事情来产品设计的,在作品赏析过程中,往往学生们会提出“竟然这么容易”“怎么我就没想到呢”等感慨,究其原因也是因为学员没有很好地利用观察才能,对身边事情的观察力度不够。因此,在实践教学中,教师应积极引导学生在各个层次对生活典型事件进行深度发掘。为此,应该基于图形产品设计来进行学生观察能力培养。如,为学员提出基础形“圆”之后,让他们在生活中寻找与这一造型基本相似的图形。初始学者找到的或许只有桌子、车轮等比较简单、具体的形状,但慢慢地学生思维便会打开,图形也由数十种变成了几百种,而图形就会更加复杂、抽象。通过这一练习,老师能够指导学生带着这些问题,积极主动地进行思考、探索,为今后的广告创意工作积累坚实基础。

(三) 优化想象力训练,拓展学生创造性思维

首先要主动引导学生敢于质疑和想象。在疑问中,学生可以有效冲破教材限制,不再陷入被动、机械的复习状态,因此在实践教学中,教师应积极指导学生立足社会基本实际问题来进行合理设想,以帮助学生形成自由创新、独立大胆的想法意识。例如,教师可以利用看《星球大战》《哈利波

特》等好莱坞科幻片，甚至是通过讲故事等方法，来全面启发学生想象力；其次教师要关注学生知识视野的进一步开阔，积极指导学生进一步优化知识架构，让学生想象力、创造性可以得到进一步发挥，从而产生更多新创意思维，为其今后的教育研究及广告设计工作提供坚实基础。

（四）拓展发散性思维，优化创造性思维培养

在实际教学上，老师也可适当地给学生布置几个小练习，让学生找到不同的解决方式。比如，学生如何把鸡蛋立在桌面上？刚开始，学生的回答或许只有磕个小坑等方式，但在老师的启迪下，回答方式便会慢慢丰富开来，比如，用绳挂着、用万能胶黏起来等。再比如，向学生提问回形针的使用等多种问题。此类问题看起来的确比较简单，和广告产品设计几乎也没有密切联系，但是却可以很好地开拓学生灵活性思路，可以实现兴趣与知识的协调与融合，在增强实际联系的同时，也有利于启迪学生灵感。另外，如果想要推动学生发散性思维的进一步扩展，就必须着眼于学生认识眼界的进一步开阔。

（五）加强理性创造性培养

平面广告宣传最根本的创作思想源于理性诉求，这一诉求是对一家公司的某一商品较为直接的描述，能在一定的时限内使人们得到较多的商品信息。而理性创意则主要根据于人的直接体验及其对信息的第一印象，所以在图形创作过程中，必须全面了解商品以及传播客体，以便于对它有一种整体的掌握。在此基础上，才可以产生一种使人感受深切而富有魅力的广告创意。在广告宣传的创作立意上，设计师更应该把观念与思想大胆地加入其中，从而使平面广告宣传的创意深入人心。以“美国立邦漆”平面广告的设计概念为例，设计师的基本想法包括：一个光着身子的小人背朝观众，他的屁股上是各色的涂料。虽然整套广告宣传所展示的视觉画面非常简单，但却可以给人视觉效果上的撞击。而且视觉画面简单直观，使人过目不忘，印象深刻。

（六）重视情感诉求创意培养

广告创意是公司宣传或商品推广的最主要途径，所以一条优秀的广告创意产生的情感意义也是很重要的。而衡量一条广告创意能否取得成功的标准就是能否引发受众的情感共鸣。所以在具体的课程中，如何调动学生的情感需求是较为重要的教学工作。发散思想也在情感需求创造活动中起到了重要的影响，究其原因，发散思想是创意思维的理论基础。因而必须从不同的视角思考问题，并在实践中寻找可以引发受众情感共鸣的线索，以便创作出满足受众情感需求，能够产生强烈吸引力的平面广告。所以老师要面对学生的实际情况，挖掘学生的潜能，扩大学生眼界，提高学生收集知识的本领，并运用自己的经验散发思想创作出以情感人，有着强烈爱心诉求的教育广告。

四、情理之中，意料之外的创意

通过几年的广告设计教学实践，教师们已经总结出了系

统科学的教学训练方法，同时又可以更熟练地利用教育技术手段来调动学生的创新思想，使学生的创造力不断涌出，创作出一个又一个经典作品。不过贯穿这一阶段教育过程的主线，仍然是对创新思想的培育。广告宣传产品设计，归根结底是把社会大众所熟悉的信息整合为一种新颖的产品设计理念，其中“新”是广告宣传产品设计的精华，同时也是产品设计老师们需要传授给学生的主要思路。而广告设计也是一个综合性、专业性都相当强的课程，学生在学习过程中需要把美术学、设计学、人文学、社会心理学等方面的专业知识融入其中，积累更多的素材、提高见识，也只有掌握了更多的专业知识，学生才能有更多的灵感，推动创意的形成。因此，在广告设计的教育中，老师也要引导学生深入社会生活，参与生活体验，多进行实地考察，加深对作品的理解，还要建议学生多看书，看不同类型的书，培养读书的兴趣，增加知识的广度，了解各地的民俗和信仰，从而突出自身创意的特色。

五、结语

设计作品尽管要求创新，但又不能脱离实际、不着边际的空想，不然作品就没有了设计价值。所以，在广告设计中，设计师们必须要尽自身最大的可能，扩展自身的认知范围，积累不同的知识素材，并且也要注意和现实生活以及实际需要相结合，理解产品的理念、考虑人们的消费水平，进而做出一个符合大众审美的优秀创意。在教学实践中，教师应深刻认识到创新思想的教育训练，促进学生创新素养的发展，指导他们创作出有创新、有特色和高质量的广告设计作品。因此，老师在引导学生进行学科设置、基础设计课程相关知识的深入后，需要通过各种训练项目的精心设计来训练他们的创新思路。

参考文献：

- [1]郭斌.试析中职平面设计教学中创造性思维的培养[J].新纪实,2020.
- [2]王红梅.创造性思维教学训练——“一日一设想”的教学实践分享[J].国际公关,2020.
- [3]袁彦.广告设计中创造性思维能力的培养分析[J].产业科技创新,2020(33):2.
- [4]许花蕾.服装设计教学中创造性思维的培养策略——评《演艺服装设计》[J].中国教育学报,2020(5):1.

作者简介：

邱小琼(1988.08-),女,汉族,广东兴宁,毕业于北京师范大学网络教育学院,现供职广东省机械技师学院,广告设计讲师,无学位,研究方向:广告设计、计算机应用。

王江婷(1989.04-),王江婷,1989.09,女,汉族,湖北襄阳,毕业于中南财经政法大学,现供职广东省机械技师学院,计算机科学与技术讲师,研究方向:教学模式、计算机广告专业。