

广告与文化创意产业论文(精选5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

广告与文化创意产业论文篇一

摘要：随着经济的发展，人们生活水平的日益提升，需求也呈现多样化趋势。广大消费者在选购商品时对商品包装的重视程度有较大幅度提升。因此，商家也越来越重视商品的外部包装，力求快速吸引消费者的注意。商品包装质量的提高得益于文化创意产业的发展，在商品包装中渗透文化创意元素，有利于提升包装的美观与质量。本文以食品包装为例，简要概述了文化创意产业视角下的食品包装，并且着重分析了食品包装中创意元素的有效运用。

关键词：文化创意产业视角；创意元素；食品包装

社会经济的发展，在促进民众物质生活水平提高的同时，也催生了民众的审美需求。这种变化在食品选择中表现得较为突出，民众在选择食品时，在以食品质量为基本标准的前提下，更加关注食品的包装，精美别致的包装成为凸显食品的重要形式。当今社会创意文化产业发展迅速，食品包装设计中也渗透了诸多创意元素，商家力求通过对创意元素的运用，提升产品的整体竞争力。

一、文化创意产业视角下的食品包装

随着物质生活水平的不断提升，民众对食品的要求不再简单地停留在食品的品质与味道方面，而是在选择食品时更加关

注食品的外观及食品的安全与营养。一方面，民众在食品选择时会充分考虑相应的审美需求。新颖独特的包装设计能够有效地满足消费者的审美需求；另一方面，在物质生活水平提升的同时，民众更加关注食品的安全性与营养指标。食品的外包装是食品安全性与营养指标的直观表现，尤其在初次选择某种食品时，人们往往会通过食品包装的材质、结构及形态等元素来判断食品的安全性与营养指标。如果食品包装中遵循绿色环保的包装理念，并在材质选择方面进行严格把控，在包装呈现过程中渗透便捷、创新的设计灵感，势必会提高产品的档次，充分表现出产品的安全性与营养指标，从而增加消费者的购买欲望。

二、食品包装设计中创意元素的有效运用

随着民众生活水平的提升，食品包装必须在实现基本功能的基础上，更加注重创意元素及创新理念的应用，以此更加有效地传达食品的高质量，吸引更多的消费者，推动食品产业的有效发展。在提升食品包装创意过程中，要充分考虑材质、结构、外观及外部图案等元素，以此传达创意理念，体现食品的质量。

（一）材质创意元素的运用

随着科学技术的发展，新型材料不断涌现。将新型材料应用于食品包装设计中，既能提高食品的档次，又能方便消费者食用。例如，在熟食包装设计中，可以采用较为先进的快熟食品包装。该材质由聚丙烯薄膜及纸等原料合成，加热时能够防止水蒸气破坏食品，其原理为利用新材质，保障加热时水蒸气凝结于包装表层，从而避免水蒸气影响熟食的质量。设计师利用这种新型材质进行包装，从消费者的角度考虑，既实用又富有创新性。

（二）结构创意元素的运用

当今社会食品包装设计中，设计师更加注重利用包装结构的合理性来吸引消费者，在为消费者提供方便的同时，实现自身食品的价值。例如，在盛夏季节，西瓜是人们消暑的首选水果，那么商家可以一改传统销售过程中简单包装的方式，而是将西瓜分开，用保鲜膜封好，并为每个西瓜配备一把勺子，并且勺柄设计成西瓜叶的形态。这样一来既方便消费者食用，又增加了购买的乐趣，从而在众多西瓜商家中脱颖而出。

（三）外观创意元素的运用

随着民众审美能力的提升，其在食品选择时更加注重食品包装的形态。因此，新颖奇特的包装形态能够更加有效地促进食品的消费。例如，在香蕉口味的冰激凌的包装设计中，可利用轻便的包装材料，将冰激凌的外包装设计成为香蕉的形状，在食用过程中也需要像吃香蕉那样剥皮食用。这样提升了消费者食用的乐趣，增加消费者的情感体验。

（四）图案创意元素的运用

食品包装中的图案设计，能够更加直观地表达食品的质量与设计理念，提高消费者对其的青睐程度。例如，在水蜜桃口味的软糖的包装设计中，设计出一棵桃树形态的塑料板，然后设计出一些水蜜桃形状的小包装袋，将其粘贴在塑料板之上，消费者在食用软糖时，有一种采摘水蜜桃的感觉，增加了其食用的乐趣。并且，使用之后的包装仍然是一棵结满桃子的桃树，具有一定的审美价值，消费者可以选择进行收藏，起到一定的环保作用。

三、结语

在文化创意产业发展迅猛的背景下，食品包装的创意性与新奇性很大程度上影响着食品的口碑与档次。在食品包装设计过程中，积极借鉴国外先进的设计元素，并结合我国自身的

特点，设计出符合中国特色的包装，有利于提高我国食品的整体竞争能力。在食品包装设计中，要秉承自然、环保、可持续发展的理念，为民众提供方便的同时，也能促进环保工作的发展，推动社会整体的协调、稳定、可持续发展。

参考文献：

[1]韩学红. 以文化创意产业视角看包装设计中的创意元素——以食品包装为例[j].大众文艺，（07）.

[2]李世杰，成蕊. 浅析食品包装中图形元素的创意设计[j].文艺生活文海艺苑，2015（05）.

[3]李聿侃. 浅谈食品包装设计的味觉表现[d].临汾：山西师范大学，2015.

广告与文化创意产业论文篇二

摘要：儿童的成长决定了一代人的教育质量，小学教育是我国最基础的教育，小学生的教育质量关系到我国未来的发展前景。随着社会生产力的发展与社会的进步，人们对小学教育的关注程度逐渐增加，本文将根据新课程背景下小学教育教学的现状对当代的小学教育问题进行简要的分析并做出相应的改革建议。

关键词：新课程小学教育素质教育

一、新课程下小学教育的现状

素质教育下大力提升了小学教育的改革与发展，同时，我国社会对人才的需求更为紧迫，在科教兴国战略的实施下，我们对小学教育的重视促使了小学教育的进一步发展。时代的发展要求我们对小学生的教育更加全面化，综合能力的培养是当代小学教育的主要内容之一。我国国民素质的提升需要

从小学教育抓起，小学教育是学生成长的初级阶段，只有为学生打下良好的教育基础，才能真正实现素质教育以及学生的全面发展。我国当代的小学教育在近年的改革与发展中取得了较为瞩目的成绩，但在逐渐的发展中也展现出了一些教育问题，根据本人的观察与经验对其进行简要总结。

首先，我国当代小学教育的模式较为落后。当代小学教育的教学模式是影响教学效率的主要原因之一，小学生的学习涉及到多方面的内容。当代小学生的教学需要丰富性、强制性等特点去帮助小学生掌握基础知识，但随着小学教育的改革，许多小学将强制性弱化导致学生的学习态度不够端正，对待学习不够严肃。对当代小学生的个性化发展较为忽视，许多教师严格按照规章制度进行教学，这样的教学方式导致了学生的创新能力与实践能力低下。教育的模式包含了诸多方面的内容，对学生的影响最大的莫过于教学的严谨性与学生学习状态的培养。

其次，小学教师队伍不够强大。当代的大部分教师都具备良好的基础知识素养与职业素养，但也不乏一些教师的实际能力较弱。同时，在不同的区域与城市，每个学校的师资力量差异较大，小学教育作为学生的基础教育，理应受到相同的教育水平，但许多学校的教学质量并未得到保障。新时期的小学教育对教师的要求更为严格，新时期的教学需要教师掌握更新的教学技术与知识，丰富学生的生活，为学生的创新能力的培养做出贡献。小学教师的队伍建设是小学教育中根深蒂固的一个主要问题，这一问题影响着学生的学习热情与基础教育的水平是否存在差异化。

最后，小学教育的评价体系仍有待完善。长期以来，我国教育体制受到应试教育的影响，在人才培养方面过度重视学生的学习成绩，忽视了学生的全面发展。这一应试教育体制在现代的教育中饱受质疑，但是仍是我国在现阶段最主要的人才选拔模式，其中包括高考制度在内的各种考试制度构成的应试教育体制。然而随着时代的发展，特别是新时期，我国

的经济发展与社会进步导致我国与世界的联系交流更加广泛，对于人才的需求也有了新的、更高的标准。当前我国社会需要的人才必须更加具备实用性和应用性，必须能够一专多能，素质全面发展，这对于我国的教育体制和教育改革提出了新的要求。

二、新课程下小学教育的改革

在新的时期，我国小学教育也需要有所改革与完善，素质教育不仅对学生提出了新的要求，也对教学模式以及教师的综合能力提出了要求，教师对学生的教学将更趋向于丰富化与多样化，简单的传统式的教学将逐渐被替代。新课程下小学教育的发展对学生的学习起到了积极的影响，但在小学教育中仍存在一部分问题需要我們进行思考并根据实际情况进行改革。

第一，小学教育的教学模式应当更丰富化、多样化。小学生对自己学习的控制能力与学习愿望还未养成，需要教师的帮助与辅导才能促进小学生的学习意愿。当代的教学模式不利于学生学习兴趣的培养，对学生的传授是教学将学生置于被动的学习地位，严重影响了学生学习的自主性与能动性。根据学生的学习特点，教师可以将课堂的形式多样化，为学生展现一个丰富多彩的课堂，带给学生积极的心理情感体验。小学教学模式的改革是我国小学教育一直存在的问题之一，只有从根本处解决这一问题才能真正实现小学生的素质教育。

第二，教师应当在不断地教学过程中丰富自己的综合素养。教师对学生的影响是巨大的，当代的教育体制决定了教师与学生的接触时间是最多的，教师的一言一行都影响着学生的行为，只有教师不断地对自身进行完善才能保证学生素质教育的开展与实施。同时，当代许多地区的师资力量不平衡，这需要学校对人才加以笼络，政府也可以将师资力量均衡分配以实现学生的共同进步与全面发展。优秀的教师可以为学生提供更丰富的知识，满足学生对知识的渴望。学校可以采

取统一学习的形式对教师进行集体培训，在教师之间的交流探讨中总结教学时出现的问题并共同找寻解决的方法，教师之间的沟通与交流可以有效地促进我国教育事业的发展与进步，是教学改革中不可忽视的一部分重要内容。

第三，我们应当对学生的教育进行实际与成绩相结合的评价。单纯的以成绩为主断定学生的学习情况与教师的教学成果过于单一且缺乏说服力，只有在成绩评价的基础上，对学生实施素质评价，才能真正了解学生的学习状况。小学生的教学不同于其他教学过程，他的综合性与实践性要求老师在评估教学效果时要实事求是地对学生的思想水平、行为方式和基础知识等方面进行综合评价，学校可以采用高校中的学分制，将对学生的评价落实到日常行为中。这样的评价体系更有利于学生形成自主学习的习惯，在逐渐的自我完善中提升自己的能力。

三、总结

我国当代小学教育为学生提供了良好的教育基础，但为了社会的发展与人类的进步，我们仍旧需要更进一步的完善小学教育。不断提高教育工作水平，是促进小学教育沿着正确方向发展的前提，也是小学教育工作实现规范化、系列化、具体化、制度化的重要保证。只有切实地进行教育改革和创新才能使小学教育真正高质量地为培养社会主义事业的建设者和接班人奠定基础。

参考文献：

- [1]罗宗佑，试论小学教育改革[j].大众商务，98（02）
- [2]隋娟，论小学教育中的创新思维培养[j].改革与开放，（20）
- [3]杨又庭，基于目标管理的小学教学改革探索[j].教学科研，（01）

广告与文化创意产业论文篇三

中国的广告业起步晚、发展快、市场需求迫切。在内外部的重压和期望之下，许多高校出于对社会热潮的追随、缓解专业的危机、解决生源或学生分配等缘由，在未经过必要论证的情况下，“跑马圈地”地促成了广告专业。中国高校的广告教育在一种根基不稳、系统封闭的情况下畸形发展并快速膨胀起来，缺乏从整个行业知识传播的角度对广告教育进行理解和架构，这导致我国的广告教育陷入先天发展不足、后续发展乏力的困境。从文化创意产业背景下广告产业的发展趋势来看，我国高校广告学教育至今仍存在较大的问题。

(一) 综合性有余而专业性不足

高校的院系设置与广告学学科属性严重不契合、“术”化与泛化倾向严重、专业方向错位的现状，导致广告学的学科综合优势与凝聚力被大大弱化，让广告教育走向边缘化误区。

另一方面，课程设置泛化。目前我国大部分高校为响应宽口径复合型通才教育理念的倡导，在广告学专业的课程设置方面过于追求“大而全”，通常依照广告运作所有环节加入各种主干课程，并将许多相关学科都列为专业核心课程或专业基础课程，旨在培养从理论到实践到技术都精通的全才。这种横向设置的泛化课程体系缺乏专业教育的核心知识与研究对象，与广告产业的专业化发展趋势相悖，最终将导致学生掌握的知识广博而不精专、专业基础不扎实、专业能力不强、竞争力微弱等劣势，同时也会造成广告专业的课程体系因愈发笨重而难以掌控、难以适应快速变化的广告产业发展。

(二) 无法正确把握“新”与“旧”的关系

近年来，随着新媒体技术的崛起与广泛使用，许多高校都为迎合业界对新媒体人才的需求，纷纷成立新媒体相应的院系或开设相关的课程。然而，这些高校在鼓吹新技术、新方法、

新观念的同时，对新旧媒体的概念边界却没有真正厘清——即新媒体只是旧媒体的补充丰富而非替代，新媒体的发展和利用一定是基于对旧媒体的熟识。他们一味盲目求快对学生灌输新技术和新媒体的新方法新工具，却弱化学生对广告传播基础理论的积累与夯实，最终只会导致“基础不牢、地动山摇”的局面。其实，纵观当今新媒体环境下的广告产业发展，有很多企业起初对数字媒体和技术高度热衷，甚至盲目投入，而一段时间后，大家还是会回归到传播的本质，更多考虑线上营销和线下营销的整合、融合与协同。同样对于广告教育来说，无法正确把握“新”与“旧”的关系，无法正确认识新旧媒体的相对性和依存性，就无法通过教育手段让广告人才真正掌握新媒体和新技术的价值。

(三) 校企之间缺乏深度融合

当前中国的广告教育从理论教育到实践应用，从初步教育到摸索论证，大部分均由广告院校单方面来完成，而高校广告学专业年轻化的教师队伍，普遍缺乏业界实践经验，教学多为照猫画虎，课堂效率低。这种近乎“闭门造车”的教育模式，实际上已与广告业界严重脱节。同时，虽然目前大部分开设了广告专业的院系的确搭建有校企合作的平台，但到高校来进行讲座或授课的业内人士，往往如“蜻蜓点水”，讲完便走，与学生没有长时间接触与深度互动。而到企业内实习的学生又往往如“走马观花”，多是为满足学校对实践活动的硬性要求，无法真正深入行业内部、全面认识行业动态、为企业创造实际价值，其实践经验仍然及其匮乏。这种校企分工不明、融合不深、资源隔绝的现状，导致高校培养的广告人才无法与行业需求实现良好对接，行业内的优秀实践资源与“第二导师”资源被浪费，“畸形”发展的广告人只能用主观去实践广告，而非用市场与客观去验证广告。

广告与文化创意产业论文篇四

摘要：概念设计是创新设计过程中行之有效的创新模式，文

章论述了概念设计的社会价值与经济价值所在，并提出了基于概念设计下环境设计的创新模式：通过概念的提出、转化、实施三个步骤，设计师在理性分析和感性的灵感闪现中确立设计主题，揭示对象的本质属性；并且用视觉语言替换文字语言，对视觉图像和空间进行处理，形成独特的空间设计语言；与现有的材料、技术进行整合，完成环境空间建构。

关键词：创意产业；设计创新；概念设计

中国的环境设计行业在改革开放三十年来从无到有，走过了一段东拼西凑和学习借鉴的艰难发展时期。随着经济的发展，以及高素质设计师队伍的不断成长，曾经的粗放式发展，重复建设，已经不能再适应社会需求，以设计创新谋求发展之路成为当代设计界的主旋律。在当前国家大力发展创意产业环境下，环境设计从粗放式发展转变为向创新思维要效益，在设计与教学中，探讨环境设计的创新模式势在必行。

1创意产业背景下，创新产生价值

环境设计作为创意产业的一部分，设计师必须丢弃单调的功能主义设计观，逐渐认识到产品和服务包含象征性意义和非功能性价值。借用经济学家josephaloisschumpeter对于创新给出的概念：“创新”[innovation)是将原始生产要素重新排列组合为新的生产方式，以求提高效率、降低成本的一个经济过程。在josephaloisschumpeter经济模型中，能够成功“创新”的人便能够摆脱利润递减的困境而生存下来，那些不能够成功地重新组合生产要素之人会最先被市场所淘汰。同样，在环境设计领域中“创新”赋予环境空间前所未有的生趣和意境，发挥人们的想象力，承担起艺术“改变生活”的承诺，这种设计将是顺应时代的创新性设计，被大众所接受从而付诸实施，否则将被设计市场所淘汰。在创意产业语境下，产品的设计创新具有特殊性。一般意义上的设计创新是指充分发挥设计者的创造力，从用户的需求出发，以新的设计理念为指导，利用人类已有的相关科技成果，通过新颖

的设计方法和手段，创造出全新的视觉形象，开发新的使用功能，以满足人们的物质和精神文明建设需求。而在创意产业语境下，设计创新的重点在于产品的非实质性品质的创新。产品的价值（价格）更多依赖于它们无可测量的非实质性品质，而不是依赖其具有的有用性（使用价值），这些非实质性品质，如风格、新颖性、商标声誉、匮乏性或“独占度”——能授予产品一种与艺术匹配的地位[1]。其中产品的风格、新颖性以及产品背后的历史文化和故事的发掘，正是设计师工作的重要内容。设计创新带来产品高附加值，增加经济效益，提升社会效益，同时在市场的环境下创造无与伦比的竞争优势。设计品质的优劣与市场受欢迎程度，关键在于创新。马斯洛的“需要层次”理论表明，满足了“基本需要”后，还有“爱、友情和归属感的需要”和“尊重需要”，社会现在还能继续满足“自我实现的需要”，逐渐增加的物质生活水平促进人们来满足更高层次的需要，而设计创新就是以满足人们更高层次需要为目的。针对于产品的基本功能需求的设计，处于马斯洛的“需要层次”金字塔的底端，难以调动大众潜在的购买欲望。例如，作为满足人的“基本需要”的用餐活动的餐厅，只注重饭菜品质就可以满足人们的基本需求，但是要想满足“自我实现的需要”甚至更高层次的需要，就要诗意地把握消费者的审美心理、社会文化心理，塑造新颖的餐厅空间情境，让顾客在其中找到归属感，增加顾客的认可度，这样才有可能带来高附加值，提升餐厅的经济效益。

2概念设计是设计创新的有效方法

从总的社会层面来说，设计创新是人类的财富之源，是社会经济文化发展的不竭动力；从设计师个体来说，创新是设计师的立身之本，是设计师的核心竞争力。设计创新的重要性无需多说，我们必须找到一种行之有效的设计创新模式。在环境设计中，乃至设计教学中，设计创新不是具体的知识，它是一种思维模式，是一种能力，记住并在实践中加以运用即可。我们必须去探求这样一套方法去应对设计项目——从客户需求出发，分析研究设计项目资料，提出问题，解决问

题。概念设计正是这样一种由分析用户需求到生成概念产品的一系列有序、可组织、有目标的设计思维模式，它表现为一个由模糊到清晰、由感性到理性的不断进化的思维过程。概念设计是从设计对象的众多属性中撇开非本质属性，提取出本质属性，用某种媒介手段概括起来，并以其为主线贯穿全部设计过程的设计方法。它通过设计概念将设计者繁复的感性和瞬间思维上升到统一的理性思维从而完成整个设计[2]。就环境设计而言，“概念设计”就是用视觉语言把我们对事物本质属性的认识表达出来，这种认识就是我们从事物中提炼概括出来的概念或思想。这些概念和思想也就是人们平时所说的点子、创意、想法，区别于其他领域，在室内设计中它们都要归结为视觉形态和空间语言。它们构成三维视觉形态，建构特定空间关系，形成市场价值，呼应人们高层次需求。

3概念设计的步骤

北京清尚建筑设计研究院与清华美院设计的米兰世博会中国馆，就是一个运用概念设计思维模式进行设计创新的成功案例。世博会展馆不仅引领着各个时代的建筑思潮，而且在空间和技术的创造上也一定程度地改变了人们的生活方式、空间观念和体验[3]。根据米兰世博会的场地和要求，经过综合分析，中国馆确立了以“希望的田野，生命的源泉”为主题。麦浪、田野、城市天际线等视觉形象的展现成为语言媒介的视觉形象转述，很好地体现了设计主题。最终用放样技术把田野和城市天际线相连，自然景观元素与群山型的建筑相呼应，呈现出一片壮阔的中国大地景观。同时，建筑外形提取了传统歇山式屋顶的造型元素，让中国馆打上深深的中国建筑文化烙印。在世博会的国际舞台上，其体现了中国气度，很好地展现了中国在有效利用资源和保障粮食安全方面所做的不懈努力。从米兰中国馆的设计案例中，我们可以看到以概念设计做为一种设计创新模式，在具体操作过程中可分三步走。

3.1 概念的提出

概念设计的第一步是对事物作出一个既感性又理性的认识，一方面有对于场地空间的历史、现状、功能需求、技术参数的分析；另一方面，也有在空间中那回眸一望、记忆中的一份感动、使用者的生活琐事等等感性的片断和灵感的闪现，从中找出事物的本质属性，这种认识就是我们从事物中提炼概括出来的概念或思想。美国当代建筑大师斯蒂芬霍尔在其著作《锚》中也就设计概念的提出讲到，一方面是理性思考的，即“从功能方面对场地的解析、远处的景观、日照的角度、交通的运行以及通道”；另一方面则是灵感、经验的，即“从场地的第一感觉中产生意念……赋予一个新的空间确切内涵。”概念设计的关键在于思想，对于室内设计而言，具有同样功能属性的空间不计其数，尽管现代主义大师们提出“功能决定形式”，但这些空间不可能以同样的面貌存在。不同的地点、不同人使用、不同的文化背景，以及不同的兴趣爱好，甚至一场春梦、冬天的一缕阳光，抑或门前一棵柳树等不确定性因素，都为空间带来无数的可能性。设计者根据所掌握的各种信息，对室内空间的因素进行综合分析，明确空间定位，最终形成一个对该空间的独特认识，提炼出设计概念。

3.2. 概念的转化

当对事物本质属性的认识确定下来之后，对于空间的完整认识起初可能是以文字语言这样一种媒介表述出来，也可能是文字语言与影像相结合的，最终在环境空间中都需要转换成空间语言与图形语言。概念转化的关键在于设计概念是否能够全面透彻执行下去，设计想法能否有效表达出来并适用于环境空间。在这个对接的过程中，需要平时训练有素的空间组织能力，需要对图形语言的抽象与构成能力，需要建筑史与建筑理论知识，形成该设计项目的一整套系统造型组织模式语言，用这套模式语言统筹该环境空间设计的方方面面。从设计语言学的角度说，也就是形成一个特定的句法，把这

些单个设计词汇组织起来，表达一定的语义，塑造其特有的空间意境。同样的词汇由于句法不同，可以有多种语义，这正是概念设计的创新本质，是我们能够产生新形式、新语言的关键。同样是设计灵感来源于山川的视觉形态，但设计的形式语言组织方式不同，譬如说句法运用中国传统水墨山水的方式与运用立体构成的方式建构出来的空间，肯定是大相径庭、各有特色的。

3.3 概念的实施

概念设计可以让设计师插上想象的翅膀翱翔在精神的世界，但要想概念设计结出硕果，那么就要在概念实施的过程中紧扣主题，始终以设计概念为中心，保持设计的独立性与完整性。在设计概念的框架下有了整体的视觉形象，让视觉形象统筹整个空间，这样就避免了设计中东拼西凑所造成的空间中各个界面形象的凌乱、不协调。概念设计要有可行性的材料和技术支持，如果现有技术不能完全支撑我们的创意，首先要想办法去解决。在弗兰克盖里设计毕尔巴鄂古根海姆博物馆的时候，其外墙曲面在技术上是难题，但整个项目没有为此放弃，设计者不是修改设计方案而是请技术人员设计了相关的软件，用于解决这一技术难题，从而成就了这一解构主义的建筑杰作，也让我们看到了之后一系列巨大体量的曲面有机形态建筑。如果以当时的技术无论如何跨越不了现实与想像的鸿沟，也可以做一些技术上的替换和妥协。伍重设计的悉尼歌剧院以海面上的白色风帆作为设计概念，计划把屋顶设计成壳结构，但当时的技术和资金无法完成，最终妥协，用同样形状的混凝土结构代替，最大化保持了设计概念，为世界留下了童话般的建筑并成为澳大利亚的标志性建筑。在信息化时代，强大的计算机辅助设计技术，让概念设计有更大的施展空间，为概念的表达和实施提供强大的技术支持，为设计创新提供更多可能性。

4 概念设计具有可操作性

简而言之，在基于概念设计的环境设计创新模式过程中，首先，设计师从理性分析和感性的灵感闪现中确立设计主题，揭示对象的本质属性；然后，用视觉语言替换文字语言，对视觉图像和空间进行处理，形成独特的环境空间视觉语言；最终，与现有的材料技术进行整合，把概念转换为物质实体，完成现实环境空间建构。总之，概念设计模式在设计创新过程中思路清晰，具有可操作性和可推广性，如能在设计实践和教学中适当加以运用，可发挥较好的效果，大大提高设计者的设计竞争力。

参考文献：

[1]英贾斯汀奥康诺著,王斌,张良丛译.艺术与创意产业[m].北京:中央编译出版社,,150.

广告与文化创意产业论文篇五

人才培养论文：创意产业发展背景下艺术设计人才培养探析

周斌

(浙江万但学院设计艺术与建筑学院,浙江宁波315100)

摘要：创意产业的发展需要艺术设计人才的支撑。培养艺术人才的策略有：树立以市场为导向的大设计理念，构建以实训为主线的创新型艺术设计课程体系，建立以工作室制为依托的教学模式，建立一支具有创意教育能力的师资队伍，实施发展性学生评价。

关键词：创意产业；艺术设计；人才培养

文献标志码□a

随着我国创意产业的飞速发展，创意产业对艺术设计人才的

需求日益增长。艺术设计人才的培养，是创意产业发展在人才和智力资源方面的重要支撑，是创意产业可持续发展的动力来源。

一、艺术设计人才对创意产业的作用

1. 创意产业发展需要艺术设计人才的支撑

创意产业是一种基于人的创意型经济增长模式，人才战略是保证创意产业顺利发展的重要支柱。目前，创意人才在数量和质量上缺口依然严重，与蓬勃兴起的创意产业不相适应。同时，艺术设计不同方向的人才结构也存在不平衡。创意产业发展就是要将创意、创新出来的文化作品加工出来加以推广传播，而这些完全依赖创意能力强的人才来完成。符合创意产业发展的人才，是指以自主知识产权为核心的、以头脑服务为特征的、以专业或特殊技能为手段的精英人才，他们对创意产业有深入的了解，能够结合实际并不断创新。目前，在艺术设计领域里，需要大量知识综合、能力综合、素质综合的创新型艺术设计人才。因此，培养既懂创意设计、又了解市场运作的综合性人才，是我们艺术设计人才培养所面临的新课题。

2. 艺术设计人才是创意产业发展的重要保证

艺术设计人才是创意产业发展的保证。创意就是以理念为核心，是人的知识、智慧和灵感在特定行业的物化表现。在文化消费不断增加成为社会的发展趋向时，创意无疑成为产业不断挖掘和创造需求的最大卖点，创意人才更成为创意产业发展的保证。发达国家之所以创意人才辈出，创意产业欣欣向荣，与他们教育观念的不断更新和调整有关。我们应该在“求新求变”中积极开发学生的创造力，以适应未来社会充满挑战性、新奇性、多样性及前瞻性的需求。

二、艺术设计人才培养现状

艺术设计学科融汇了科学、艺术和技术等交叉学科领域的内容，具有较强的理论性、实践性和实用性。随着经济发展和科技进步所带来的技术工具上的变化，社会对艺术设计人才能力的需求也在发生着改变。过去单一的教学模式已经无法满足人们对高质量应用型人才的需求，艺术设计教育的问题也逐步凸显出来。第一，人才培养目标不够清晰。当前国内高校艺术设计教育虽都提倡人才培养目标要依据社会需求制定，但具体执行情况并不理想，流于形式。由于对社会需求的真实状况缺少深入的调查研究，不少院校制定的人才培养目标都较模糊，难以适应社会需要。第二，课程体系结构不尽合理。传统艺术设计教育过于强调学科本位，不仅科目过多、缺乏整合，而且存在重理论、轻实践的问题。这些问题导致学生无法从整体上理解和把握自己的知识结构，不能在各门课程之间以及理论与实践之间融会贯通，从而最终影响创新型人才综合素质的培养。第三，课程教学模式还较传统。现在许多院校的艺术设计教育仅仅存在于图纸上，失去了实践意义，对材料、市场、设计的功能性和价值性的调查也往往停留在表面层次，不够深入，采用的解决问题的方法没有与时俱进。第四，师资水平参差不齐。目前高校开设的艺术设计专业方向众多，但优秀师资匮乏，大多数教师是艺术院校毕业后直接进入学校任教的，缺乏实践经验，学校的教学管理模式又很少能够为老师创造到设计机构进行实践锻炼的机会，在产学研脱节环境下培养的学生，进入到创意产业中必然出现与创意人才标准要求脱节的问题。第五，学生评价方法单一。传统学生评价是以教师为中心来进行的，教学方式以教师课堂讲授为主，不注意搜集学生的反馈信息，忽略了学生的主体作用。在实际效果上，这种评价方法不仅不能达到预期目标，而且严重制约了学生主动学习的兴趣，培养出来的学生缺乏问题意识、创新思维和创造能力，无法实现创新型人才培养的目标。

三、艺术设计人才培养的策略

1. 更新教育观念，树立以市场为导向的大设计教育理念

文化创意产业要求创意设计与经济发展同步，与技术、产品、市场实现有机结合。这样，艺术设计教育也必须要树立市场意识，通过研究市场、适应市场、服务市场，不断与市场接轨，转变艺术设计教育过于注重自我感觉和个性张扬的理念，重视引导学生研究消费者心理需求、审美品位，将市场需求和艺术表现联系起来，并在创意作品中予以表达，不断满足消费者的需求，在更广泛的受众心中形成共鸣，占据文化市场，产生经济效益。同时，通过市场的信息反馈，更新教学内容，梳理、整合、重构艺术设计教育的课程体系，使学生创意设计具有较强的市场适应能力，做到联系实际，学以致用。

当然，研究消费者、研究市场并不意味着艺术设计教育完全依附于市场，只是更强调高校艺术设计教育既要遵循艺术教育规律，也要注重市场对艺术以及艺术设计教育的要求与期望，使得艺术设计教育坚持与时俱进，通过不断寻找其与市场经济发展需要相结合的切入点，实现艺术设计人才培养与社会需要的适应。

2. 深化教学改革，构建以实训教学为主线的创新型艺术设计课程体系

文化创意产业下的艺术设计教育应深化教学改革，把对人才创新意识、创新能力的培养作为教育的核心，加快从技能教育向创新教育的转换。知识创新型教育是新的设计教育体系的发展方向，它是一种发展性的学习方式，要求学生在学习中掌握自我决策的能力和独立分析的能力；创新型设计教育体系更加强调学生对设计创新的系统方法的掌握和思想的应用，引导学生从宏观、整体和系统的角度去认识设计和进行创造。

艺术设计类专业教学体系的构建必须从艺术设计类专业人才培养的实际出发，设计出贯穿整个综合设计能力培养的教学体系，实现实训教学体系与课程体系的紧密结合，并以明确

的能力指向、完整的体系架构保障学生综合设计能力的提高，以实现学生能力培养的纵向发展，这是培育个性特征并形成创新型艺术设计类人才特色培养模式的重要保障。

艺术设计教育还应着重培养设计人才的人文素质，培养高文化素质的创新型人才。因此，我国的艺术设计教育应围绕“培养高文化素质的创新型人才”的改革目标，在当前的现状下做出新的转变，以适应全社会的和谐发展和文化创意产业的兴起。

3. 探索机制创新，建立以工作室制为依托的教学模式

当前，工作室制教学模式已经成为当前艺术设计教育的主流趋势。构建以岗位能力为主线、以岗位职业要求为标准、以课程模块为内容的工作室制，在对学生理论教学和实训教学培养的同时，要特别注重设计意识和创新能力的培养。

学生在低年级学习美术与艺术设计的一些基础知识，进行通识教育，拓宽基础；在二年级自主选择设计模块，有平面、环艺、产品等；在高年级建立以工作室为基础的、学生可以自主选择发展方向的、灵活的实训运行机制，各工作室有明确的专业主攻方向和风格特点，专业导师对工作室负责，学生可以自主地、有选择地进入工作室进行学习，这样有利于学生“学有专攻”。

同时要将工作室制延伸到校外实习基地，在巩固已有校外实习基地的基础上，积极拓展校外实训基地。通过企业提供“项目化”合作教育、技能培训与技术服务等途径，扩大工作室和企业的合作层面，提高合作深度，形成工作室制与校外实习基地有效合作的长效机制，充分满足课堂教学和设计实践的需要。

4. 加强师资培养，建设一支具有创意教育能力的专兼职教师队伍

艺术设计专业教育的创新离不开创新型的教师，建设一支具有创新意识、创新精神和创新能力的高素质教师队伍是创新型艺术设计人才培养对艺术设计专业教师队伍建设提出的新要求。

学校应建立切实可行的激励考核机制，落实配套经费；强化教师的实践动手能力，使教师和管理队伍在质和量上有明显的提高；鼓励部分教师申报和参与实践性课题，到相关企业调研或参与艺术类开发规划等项目，提升专业教师的动手操作能力，包括到文化创意产业一线去兼职挂职，参加企业的管理实践活动，从而深入了解行业发展的最新态势、熟悉具体领域岗位的操作能力，更好地提升自身的综合素质和竞争力；对部分有潜力的教师甚至可以鼓励其自办设计公司，进行创新实践，积累创新、创业实践经验，既可以为学生提供良好的实习、实训环境，又可以服务于社会，同时也可以用于回校开展创新、创业实践教学。

除此之外，还要加强国际师资和国外经验的引进，注重培养跨领域的与国际接轨的文化创意人才。

5. 实施发展性学生评价，培养具有创新精神和创意能力的高素质人才

艺术设计类大学生发展性评价体系需要充分考虑在具体艺术设计教育情境中设计发展性学生评价，需要基于艺术设计教育的目的和标准来确定学生评价的方案，真正实现艺术设计类学生的个体发展和成才。只有对艺术设计类学生的评价是真正根据艺术教育发展规律和社会对艺术设计类人才的需求予以清晰表述，使学生不是被动地接受评价，而是能够主动地在评价过程中进行主体的自我建构，充分体会到自身存在的价值和意义，才能为自身获得进一步发展的可能性做出较为合理的定位。

艺术设计类大学生发展性评价要强调过程评价，在设计课程

的各个阶段都要设置考核点，合理评价，对整个学习过程学生的表现都要仔细观察，认真分析，并在此基础上针对学生的优势和不足给予学生激励或具体的、有针对性的改进建议。要重视行业评价，尤其要注重社会用人单位对艺术设计教育的满意度，学生好的设计作品必须接受市场和社会的检验，要得到设计对象和行业内人士的认可；同时，在评价中行业内人士不仅能帮助学生认清自己的设计水平和能力，还能通过信息反馈帮助和改进学校的专业设置、课程安排和教学设计。艺术设计教育是尊重个性和注重差异的教育，艺术教育要善于寻找和发现学生对艺术设计的不同理解和认识，尊重学生的艺术创作经验和情感，理解学生不同的艺术表现能力倾向，允许学生可以用不同的感官方式来学习和表现同一内容，允许学生有不同的艺术创作速度和不同的艺术表现时间，使个体差异的艺术表现得到发展的同时也使得欠缺的学习环节得到了有效的补偿，充分体现了艺术设计教育教学的优势和价值。