

人工智能技术与广告艺术设计教与学的融合路径

洪英

(武汉东湖学院, 湖北 武汉 430212)

【摘要】随着科技的飞速发展,人工智能技术在广告艺术设计领域的应用逐渐成为行业关注的焦点。本文旨在探讨人工智能技术与广告艺术设计课堂教学融合的路径,以期提高教学质量,培养具备创新思维和实践能力的广告人才,推动广告设计教学的创新发展。

【关键词】人工智能技术; 广告艺术设计; 教学; 融合路径

人工智能(简称AI)的概念由数学家巴斯卡、计算机先驱莱布尼茨提出。机器与艺术最早的结合产生于英国,伦敦大学斯雷德艺术学院首次应用机器进行生成式创作,标志着人工智能开始进入教育与设计领域。进入21世纪,我国逐渐重视将人工智能技术应用于教学变革,相关部门印发《新一代人工智能发展规划》《高等学校人工智能创新行动计划》《人工智能教育蓝皮书》等文件,提出利用人工智能技术以科技赋能模式创新高校教学理念,对人工智能技术应用于教学进行方向性指引,推动人工智能和教育深度融合。

2022年,生成式人工智能应用迅速爆发,在设计行业中得到广泛应用,对现行艺术创作模式产生了冲击,科技与艺术已经深度融合,教育科技化已经成为影响教育现代化进程的关键环节和核心要素。2023年12月9日,首届人工智能艺术长江论坛(ArtI2023)暨中国人工智能艺术教育协同创新平台成立大会在华中科技大学启明学院报告厅举办,来自319所高校的500+会员代表出席活动。同时在论坛上,多位学者围绕人工智能对各类学科、科技成果转化与高质量发展、人工智能生产内容的艺术设计场景应用等领域展开了精彩的发言和对话。大会还发布了全国第一部聚焦中国人工智能艺术教育的报告书《中国人工智能艺术教育白皮书》,旨在人工智能背景下,更好地推动艺术与设计教育的可持续发展,为国家经济、社会发展赋能。

本文章重点关注广告艺术设计专业教育教学问题,在广告设计行业中,AI技术的引入带来了前所

未有的创新与机遇,那么相对应的如何将AI技术与广告艺术设计教学有效融合,提高学生的实际操作能力和创意水平,以达到行业发展及职业能力要求,是当前教育领域关注的重点。本文将探讨AI技术在广告艺术设计中的应用,以及如何将其融入课堂教学中。

一、人工智能时代下广告艺术设计人才的培养

在人工智能时代,重新明确人才培养的专业目标,培养过程中注重广告设计专业的教与学的深度融合,才能适应行业发展的需求,培养出具备综合素质和创新能力的广告人才。

对广告设计专业人才培养的能力培养,以下是一些建议:

(一)跨学科整合:广告设计专业需要整合市场营销、传播学、心理学等其他相关学科的知识,帮助学生理解广告设计的背景和目的。通过跨学科的学习,学生可以更好地理解广告设计在商业和社会环境中的作用,并能够从更广阔的视角来思考设计问题。

(二)利用数字工具和技术:人工智能技术的发展为广告设计提供了新的工具和平台。在教学中,教师应引导学生了解和掌握数字工具和技术,如数据分析、自动化设计软件等。这些工具和技术可以帮助学生设计过程中更好地理解受众需求,提高设计效率,增强广告效果。

(三)培养创新思维:广告设计需要创新思维和创意思维。在教学中,教师应注重培养学生的创意思维能力,鼓励他们探索不同的设计方法和表达方式。同时,可以结合实际案例,让学生了解如何在商业环

境中实现创新的设计理念。

（四）以用户为中心的设计：在人工智能时代，用户的需求和行为特征变得更加重要。在教学中，教师应引导学生关注用户需求，通过用户调研和分析来了解用户的喜好和习惯。同时，应注重用户体验设计，让学生了解如何通过设计提升用户体验。

（五）实践项目和案例分析：通过实践项目和案例分析，学生可以更好地了解广告设计的实际操作和商业应用。教师可以引导学生分析成功的广告案例，探究其背后的设计理念和商业策略，并让他们尝试设计类似的案例。此外，可以与行业合作，为学生提供实践机会，让他们在实际项目中锻炼自己的能力。

（六）培养团队合作能力：广告设计往往需要团队合作来完成。在教学中，教师应注重培养学生的团队合作能力，让他们学会与不同背景和专业的人合作。可以通过分组项目、团队作业等方式来锻炼学生的团队合作能力。

（七）持续学习和适应变化：随着人工智能技术的不断发展，广告设计行业也在不断变化。在教学中，教师应引导学生具备持续学习和适应变化的能力。可以鼓励他们关注行业动态，学习新的技术和趋势，并不断更新自己的知识和技能。

二、人工智能时代，广告艺术设计教与学的融合路径

鉴于广告艺术设计，是一门涉及学科广泛，包括传播学、广告学、心理学、社会行为学、设计美学等学科交叉的学科。因而在人工智能技术日益成熟的当下，运用人工智能技术与广告艺术设计课堂教学紧密结合，灵活运用多媒体教学方式，能够较好地实现教学目标。

（一）引入AI创意设计工具进行实践教学

AI技术为广告艺术设计提供了强大的创意设计工具。例如生成式人工智能可以通过机器学习和自然语言处理技术，可以根据设计师的意图，自动生成多种设计方案，或者对现有方案进行优化和改进。例如，midjourney、chatGPT等平台可以根据用户提供的关键词或主题，自动生成具有吸引力的广告文案、创意作品、色彩、音频视频。这种技术不仅提高了设计效率，还为学生提供了更多的灵感和可

能性。教师就可以在教学过程中，根据教学环节，在广告设计课程中灵活运用好平台，引导学生探索不同风格和形式的广告内容，培养他们的创新思维和表达能力。

（二）利用AI技术进行数据分析指导案例教学

就广告艺术设计专业中的《广告策划与创意》课程为例，一个成功的广告方案的产生需要涉及到各种复杂而有关联的环节，经过科学的策划。教师要指导学生在各种环节过程中运用掌握的数据进行评判，拿出最终的有说服力的结果，那么传统的做法，就是学生花大量的时间进行前期的各种调查及数据分析和归纳，结果可能是片面的。

因此，教师和学生利用人工智能AI技术对大量的数据进行分析，为广告的测试和优化提供支持，比如用户洞察：生成式人工智能可以通过数据分析和挖掘技术，帮助教师和学生了解目标受众的需求和行为特征。比如通过分析消费者的搜索记录、购买历史、社交媒体互动等数据，AI可以预测消费者的兴趣和需求，这些洞察可以帮助教师指导学生制定更具针对性的广告策略和创意，为广告的设计和投放提供有力依据。媒体投放：生成式人工智能可以帮助教师和学生了解各种媒体平台的特点和投放效果，从而选择最适合的媒体渠道进行广告投放。这有助于提高广告的曝光率和转化率。效果评估：生成式人工智能可以通过数据分析和可视化技术，帮助教师评估广告活动的实际效果，如点击率、转化率、ROI（投资回报率）等指标。这些数据可以帮助教师指导学生不断优化广告策略和创意。

跨渠道整合：生成式人工智能可以帮助教师指导学生实现跨渠道的广告整合，将线上线下的广告活动有机结合，提高品牌知名度和用户互动度。

（三）智能评估与反馈系统的应用促进学生的学习进步

教师可以引入智能评估与反馈系统，对学生的作品进行客观、准确的评价。这种评估可以基于各种数据和指标，如点击率、转化率、用户反馈等。通过智能评估与反馈系统，学生可以及时了解自己的优点和不足之处，进而调整和完善自己的设计作品。这种基于数据的评估和反馈可以为学生提供有价值的建议

和指导,帮助他们更好地理解广告艺术设计的效果和市场需求。同时,教师还可以引导学生进行自我评估和互相评估,促进他们的学习进步和团队合作能力提升。这种智能评估与反馈系统的应用不仅有助于提高学生的学习效果,还有助于培养他们的自我认知和自我管理能力。

另外,为保障教学内容的丰富性,教师可借助通过大数据技术、云平台等人工智能相关技术建设起来的完善的教学资源库,使课程内容能够更加便捷化、智能化地被提取。学生只要输入学号,筛选系统即可呈现出学生所需补充的知识,利用智能规划功能呈现适合该生的最佳学习方式,让学生在在学习上少走弯路。

三、人工智能时代,教师教学能力发展和提高 需要关注以下几个方面

(一)不断学习和更新知识:教师需要不断学习新的教育理念和技术,以适应快速发展的教育环境。可以通过参加培训、阅读专业书籍和文章等方式来保持更新。

(二)提高技术应用能力:教师需要掌握基本的计算机和互联网技术,并能够将技术应用到教学中。这包括使用数字设备和软件、制作多媒体内容、进行在线教学等方面的技能。

(三)创新教学方法:教师需要探索新的教学方法和模式,结合人工智能技术的特点,创造出个性化的学习体验。例如,利用智能教学系统、在线课程和虚拟现实等技术提高教学质量。

(四)培养学生的数字素养:教师需要关注学生数字素养的培养,教导他们如何正确使用人工智能技术和数字工具。这有助于学生在未来的学习和职业生涯中更好地应对技术变革。

(五)建立合作与分享机制:教师需要与同行、教育机构和技术提供商建立合作关系,分享经验和资源。通过参加专业社群、建立校际合作等方式,教师可以共同应对人工智能时代的挑战和机遇。

(六)关注个人专业发展:教师需要关注自己的个人专业发展,制定个人成长计划。可以通过参加专业培训、攻读学位、参加学术会议等方式提高自己的专业水平。

总之,在人工智能时代下,教师需要保持开放心态,积极探索新的教育理念和技术,不断提高自己的专业素养和技术应用能力,以适应快速发展的教育环境。同时,教师也需要关注学生的个性化需求和数字素养的培养,为他们未来的学习和职业生涯打下坚实的基础。因此,高校在开展教育工作过程中,只有注重引导学生熟练掌握新型智能辅助设计软件的实际应用能力,才可保障培养的学生符合企业人才需求,设计出符合行业需求的优质作品。

四、结论

随着科技的不断发展,人工智能技术在广告艺术设计领域的应用将更加广泛。将人工智能技术与广告艺术设计教学深度融合,有助于培养出既具备艺术创意又掌握先进技术的应用型人才,为广告行业的未来发展注入新的活力。作为教育工作者,我们应该积极探索如何更好地将人工智能技术融入教学中,以适应行业发展的需求。同时,我们还需要关注技术的伦理和社会影响,引导学生正确使用人工智能技术,培养他们的创新能力和社会责任意识。

参考文献:

- [1] 唐智川,王董玲,夏丹.等.“人工智能+设计”:设计学专业产品设计类课程教学实践新探索[J].装饰,2020(1):120-123.
- [2] 杨勃,周亦诚.基于生成模型的图像风格迁移设计与实现[J].湖南理工学院学报(自然科学版),2020,33(3):21-26.
- [3] 李海峰,王炜.人工智能支持下的智适应学习模式[J].中国电化教育,2018(12):88-95+112.
- [4] 钱抒辰.人工智能技术与环境艺术设计课堂融合[J].居舍,2020(06)189-190.

基金项目: 本论文用于2020年湖北省高等学校优秀中青年科技创新团队计划项目成果,课题名称“东湖设计”数字艺术创意与实践研究,编号:T2020037。

作者简介: 洪英(1980—),女,苗族,湖北恩施人,副教授,研究方向:广告艺术设计。