

传统文化元素在包装设计中的应用研究

何伟

(山西省平遥现代工程技术学校 山西 晋中 031100)

【摘要】 通过查阅近几年国内外包装设计大赛中的获奖作品,研究发现将传统文化元素与现代商业化设计理念相结合的作品越来越受到市场的认可,包装设计在彰显传统文化元素民族性、地域性的同时,也展现出了中华优秀传统文化悠久的历史文脉气息。随着商业化进程的逐步加快,包装设计作为连接产品和商业市场的桥梁,在满足消费者审美需求和兼顾市场盈利的同时,也应在商业市场的领域中不断拓展,体现多元化的设计风格。

【关键词】 传统文化元素; 包装设计; 融合

引言

随着社会经济的不断发展,在人们舒适的“快消费”生活圈中,琳琅满目的包装设计正呈现出一种良性多元的市场发展格局。从包装的结构、色彩、版式设计,材质的选择到最终投入市场。设计过程和推进环节都在为包装商业化的市场提供蓄力。然而,在日趋激烈的包装行业中,传统文化元素已经成为设计师创意灵感来源的重要组成部分。

1. 以点带面,注重包装设计元素的整体性

在现代商业化的包装设计中,设计师在创作的初期,从包装设计整体和部分的的关系上依据市场问卷或者行业对比来决定一款产品是否应用于市场。与此同时,消费者的认可度始终决定着包装产品的生命力和商业发展趋势。但根据以往的经验,具有传统文化元素的部分包装产品投入市场由于某种潜在的因素没有达到预期的效应。这可能与商品的市场定位不准确、包装对商品的情感效应不足或者包装设计的原创度不够有关。在包装设计初期,经过充分调研论证后,我们会对文化元素进行收集、筛选和整理后结合企业文化形成商业IP,当然这中间会存在包装设计文化缺位的误区和差距。

但是随着经济多元化市场的发展,这种误区和差距也会逐渐被慢慢溶解。因此,设计师在对包装元素的选择反复斟酌的同时,应该认识到传统文化元素的集群效应和再生能力。在设计方向上要精准把握包装设计的审美和调性,以某一个方向或者元素作为设计创意的切入点,“以点带面”在注重元素的整体性的基础之上,不断深入发掘和整合进行创作。在这个前提下,发现目前包装商业化市场在传统文化元素应用上所存在的问题并进行适当分析。首先,在色彩搭配平衡方面,不应主张过度地追求视觉张力,在导致画面感失去平衡的同时缺乏整体性。例如在翠兰、石青、明黄、朱红等颜色的运用上,要考虑产品和包装之间的协调关系做到主次分明,而不是“多”就是好。其次,在包装设计整体性的格调上力求元素应用的准确性。图案造型和表现手法要有新的高度与突破,做到包装设计文化元素与产品特征合理结合,引起消费者的联想与共鸣。

2. 兼收并蓄,注重包装设计文化的传承性

市场对于传统文化元素的依赖呈现递增趋势。在传统文化元素与现代包装设计的结合上,应该不仅仅是对当前的传统文化元素进行的分类归纳,而是对当前设计的大环境进行分析并推出市场所推出的具有文化特性的产品。例如对传统的民俗文化、传统吉祥纹样、书法的发展历史等进行更加深入的研究,从根本上解决目前对于传统文化的盲从性。综合考虑国内的包装设计文化市场,当前并不缺乏关于传统文化的资源体系,而是缺少善待这一领域资源的设计理念。绝大多数乙方在甲方的支配下对包装设计的态度是“熬”和“靠”,我们俗称擦边现象。这会直接导致包装设计观念的滞后性和商业资源的被动性。包装设计文化的传承性作为商业市场中一个重要的环节,其包含的传统文化元素的市场冲击力,对于消费者来说是最直接和明确的。

通过“酒鬼酒”的包装设计分析,可以看出传统文化元素其本身所存在的价

值。包装设计师除了对商业市场中作品的理念进行创新,还应同时兼顾对传统文化的普及和宣导,传统文化的附加值无形中增强了商品的市场竞争力,这本身就是一种双赢。传统文化依附于包装设计,并且不能脱离商业化的市场。其次,带着已知和可能性问题去设计,如何以现代商业化的全新视角在包装设计中传承文化元素,使传统文化元素的文化价值最大化,保留最本真的韵味。这就要求包装设计的完成应在兼收并蓄中,注重文化的传承性,力求传统文化元素在现代商业化包装设计中寻得新突破。

3. 以人为本,注重包装设计发展的可持续性

在现代商业化包装设计中,极度追求经济利益最大化的同时带来的发展问题也日渐突出,对自然环境的消耗也在扩大,“绿色包装”“生态化包装”“智能化包装”势在必行。在坚持包装设计“以人为本”的理念中,应秉承文化先行的理念。应该明确现代商业化包装设计不是在设计策划生产过程中简单的某一个环节的重构和变异,应适时而新,与时俱进。在包装设计本身简洁化、材质绿色化的同时,做好作品本身所包含的文化价值不减分。当然,在文化先行注重包装设计发展可持续性的同时应该注重商品与文化有效融合的创新。

创新设计是现代商业化包装行业发展的支柱,设计师应该分析商品行业发展的现状和趋势,以新的视角,用全新的理念和国际化视野重新审视中华五千年传统文化的精髓,营造一种传统文化与现代时尚完美结合的“新时代包装设计”氛围。当前,随着“人工智能和数字化转型”这一行业的兴起,传统文化元素在智能智慧化包装设计领域也会给设计师提供新的方向和灵感。包装,不仅仅是一种容器和对象,它也是一种文化的“体和装”。在创新基础上突出包装设计低碳智能的同时,也应该满足消费者对包装结构、包装视觉美和文化体验的追求。

结论

包装设计,既是传统文化元素的一部分,也是商业化市场的物质载体和大众宣传。传统文化元素在现代商业化包装设计中的应用,对设计提出了更高的要求,为设计师提供了全新的设计理念和思考方式,给商业化的市场发展环境奠定了基础。通过由内而外的辩证性思考,阶段性的借鉴分析重新审视当前包装设计行业发展中存在问题,只有将传统文化元素在继承、吸收、交流和融合的基础上,把握住特色鲜明的市场敏锐度,才能使当前国内包装设计水平产生质的飞跃,体现商品的民族特性和提升商品的宣传层次。因此在商业化包装设计市场中,只有建立好设计、市场和消费者三者之间联系,才会使传统文化在设计中实现永续发展。

参考文献

- [1]王凯平. 试论中国传统文化元素在现代园林景观设计中的应用[J]. 工程建设与设计, 2018(12): 148-149.
- [2]苗琳. 传统与现代融合视角下的茶文化元素在现代平面设计中的应用[J]. 福建茶叶, 2018, 40(07): 330.
- [3]李燕娇. 开封区域传统文化视觉元素在包装设计中的应用研究[D]. 广西师范大学, 2018.

浅谈小学美术课堂中激发学生创造力的方法策略

郭品懿

(大连市甘井子区宋家小学 辽宁 大连 116031)

【摘要】 美术课程是小学课程的一个重要组成部分,小学生通过学习美术这门课程可以在很大程度上培养自身的想象力和创造力。随着新课程改革和素质教育的提出与不断推进,小学美术教师对自身的教学理念和教学方式进行了革新,但是仍然存在许多问题和不足。本文就如何在小学美术课堂中激发学生的创造力提出了一些针对性建议,希望能够为相关学者的研究提供一定的基础,同时也希望能够促进我国小学美术教育事业的健康、稳步发展。

【关键词】 小学美术课堂; 创造力; 策略研究

一、前言

美术是一种较为常见的艺术形式,可以将人们的创新力和创造力极好地展现出来。随着新课程改革和素质教育的提出与不断推进,我国小学美术课程的教学目标转变为主要提升学生的想象力和创造力,进而提升小学生的综合素养。小学美术课程是学生学习的启蒙课程,对于小学生今后阶段的美术学习有十分重要的作用,但是由于小学生的生理和心理发展均不成熟,虽然具有较强的想象力和创造力,但是无法将其很好地表现出来。因此,小学美术教师在开展相关课堂教学活动时,应当尽可能培养小学生的创新能力并引导其表现出来,以便于能够在最大程度上促进小学生想象力和创造力的提升。

二、小学美术课堂中激发学生创造力的方法策略

(一) 激发创作动机

美术创作中不融入人的情感和意志是无法想象的。而创作的动机则是由内外部因素共同组成的,既需要外部的诱因,又需要内部的驱动力。所谓外部诱因,也

就是活动、奖罚压力以及创造评价等的情境刺激。因此,小学美术教师应当尽可能为学生营造一种轻松、自由的创作氛围,以便于能够在最大程度上激发学生的创造力。外部诱因应当将激发学生的内部驱动力作为目标,因此,教师还应当给予学生肯定与鼓励,找寻学生身上的闪光点,帮助学生建立自信心和自尊心;引导学生进行自我评价,找寻自身的问题与不足,并及时进行改进,激发学生的创造热情;设置难度适中的实践,给予学生成功的体验,满足学生自我实现的需求。因此,对于小学美术教师来说,其首要任务是激发学生美术创造的热情和兴趣,增强其内部驱动力。因此,应当为学生创设丰富多彩的教学活动,一方面可以鼓励进行个体创作,另一方面还可以鼓励进行小组创作。与此同时,小学美术教师还应当为学生创设科学、合理的创作环境,激发学生的创作欲望,比如在教室的墙壁上张贴学生自己创作的作品、引导学生进行角色扮演等等。

(二) 加强培养创造性思维能力

小学美术教师在开展相关课堂教学活动时,应当尽可能调动小学生的积极性、