

# 加强小学语文教育发挥语文教学德育功能

车庆琳

(江西省抚州市临川区唱凯中心小学 江西 抚州 344102)

**[摘要]**有效的德育教育,能够促进小学生综合素质的提升,树立正确的道德思想观念,并促使其以后能够成为社会发展所需的高素质人才,因此,小学教师需要加强语文教学中的德育教育,并且还要对语文教材内容进行深入的研究,将其中的德育素材充分地挖掘出来,以此对小学生进行有效的德育。本文主要分析加强小学语文教育发挥语文教学德育功能。

**[关键词]**素质教育;小学语文;教育教学;德育功能  
**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.07.060

## 引言

对学生的德育教育是一个长期、漫长的过程,需要学校、家长的共同努力,目前,学校在对小学生进行德育教育的道路上正在努力奋进,正在一步步规范德育教育,但是,就目前的状况来说,仍然存在很多的问题与困境,这就需要教师团队和学校不懈努力,学习其他学校的成功典范。然后结合自己学校、学生的特点进行改正,形成符合我们自己的系列德育教育体系,帮助学生形成正确的价值观念,成为一个德育双馨的新时代的好青年。

## 一、加强小学语文教育,发挥语文教学德育功能的重要作用

(一)提高小学生自身的思想道德水平,增强小学语文教学质量

对于小学阶段的学生而言,其自身的身心发展正处于初级阶段,其心智思维都还不够成熟,这就需要小学教师加强对学生的德育教育,以此促进小学生自身心智思维的成熟,而教师在教学中将德育教育与语文学科内容有机结合,则能够让语文教学自身的德育作用充分发挥出来,促进学生心智思维的发展,并使学生形成良好的道德品质素养,同时也能够使其树立正确的思想价值观念,进而让小学生能够在语文教学过程中获得全面的发展。另外,由于小学语文教师受到传统教学思想的影响,在课堂教学中经常忽视学生自身的主体性,致使小学生自身的主观能动性无法有效发挥出来,导致整个语文教学受到极大的影响,从而使小学语文课堂无法获得良好的教学效果。当小学语文教师加强对学生的语文教学,并将其与德育教育融合在一起时,则能够改善这一教学局面,让教师在语文学科中更加注重学生的主体性,而且小学教师在语文学科中对小学生进行德育教育,还能够调动起学生的学习积极性,让小学生能够自觉地参与到语文教学过程中,愿意接受教师的德育教育。这样不仅能够提高教师的教学效率,还能够提高整个语文课堂的教学质量,提高学生自身的语文知识水平以及学生的思想道德修养水平。

(二)提升小学生自身的语文核心素养,促进其个性化发展

当前的新课改教学理念提出,小学教师在对学生进行语文学科教学时,不仅要教授学生相应的知识与技能,还要培养学生的情感态度与价值观,更要提高学生的语文核心素养。而语文核心素养则包括语言表达能力、思维能力、文学素养以及思想道德水平等,其中有很多语文核心素养都与德育教育内容相一致,因此,小学教师结合语文教学内容对学生进行德育教育时,能够在教授学生语文知识的同时,还能够培养学生思想道德素养以及情感价值观,这样不仅促进了学生思想道德素养的提升,还提高了学生自身的语文核心素养,有效促进了小学生的综合发展。

## 二、加强小学语文教育,发挥语文教学德育功能的有效策略

(一)在实践活动中渗透德育教育

对于小学语文教学而言,德育渗透除了在课内进行外,还可以延伸到课外,以此来有效提升小学生的语文综合素养。作为小学语文教师,在开展课堂教学阶段,要注重理论与实践的结合,可以定期组织小学生开展趣味浓厚、丰富多彩、有吸引力的课外实践活动,这样不仅可以使小学生将课堂所学知识应用到实践中去,而且还可以有效发展学生的个性特长,扩

展学生的知识视野,进而达到培养小学生道德品质,提高审美能力的目的。同时,小学语文教师还可以引导和鼓励学生积极参加一些日常和社会文化实践活动中,使他们更好的接受优秀文化熏陶,在提高小学生抵御腐朽文化和落后文化能力水平的同时,还可以在实践活动中,不断提高小学生的道德素养。例如,在进行四年级上册第三组课文后,教师可以鼓励小学生对相近的其他文章进行阅读,如《一个苹果》,随后阐述自己读书的感受。最后,教师还可以以“爱”为主题在课外组织学生开展一次朗诵会,或一份手抄报,或一次爱国主义演讲比赛,同时也可以参观社会举办的各类书画展、摄影展……,小学生在参与这些活动中,既可以提高他们自身的语文素养,而且还可以培养他们的爱国主义、集体主义思想。

(二)充分挖掘教材中的德育因素与其他学科一样,在小学语文教材中也蕴含着十分丰富的德育因素,此时就需要小学语文教师根据学生特点和教学目标,来深入地钻研和挖掘教材中的德育因素,借助其中丰富多彩的教学资源和德育资源来提高小学生的语文基本知识和技能,帮助小学生树立正确的审美情趣,进而不断提高小学生的审美素质和审美能力,以期促进小学生全面发展。例如,在进行小学四年级语文上册《给予是快乐的》一节内容教学过程中,其主要描述的是保罗在圣诞节前夜偶然认识了来自贫困地区的一个小男孩,通过与其进行短暂的相处后,保罗的心灵被小男孩的言行所震撼,使其深刻的意识到“给予是快乐的”。随后,教师可以引导小学生对具体语言材料中所蕴含的德育因素进行充分挖掘,这样不仅可以使他们会到“给予是快乐的”的真实感受,而且还可以激发小学生无私奉献、助人为乐的思想感情。同时,在课堂教学结束后,教师还可以组织学生进行如下讨论:你是否希望有这样一个哥哥吗?是否你愿意当这样一个哥哥吗?这与小学生日常生活的联系,既能够使小学生说出自己的切身体会和感受,而且还可以在小学生心中孕育“爱”的种子,进而达到德育教育渗透的目的。

## 结束语

语文本身就是一门具有人文性的学科课程,因此,其自身的知识内容也能够应用于德育教育过程中,而且小学教师能够在语文教学过程中对学生进行相应的德育教育,实现真正的教书育人。基于此,小学教师需要对语文教学的德育功能加以重视,并运用多种教学方式提高语文教学中德育的有效性,以此促进小学生思想道德修养的提升。教师要优化教学策略,通过多媒体教学与课本教学相结合的方式,让学生能够从多元化的教学策略当中明确自己的道德信念,坚定自己的理想信念,促使学生在教师的帮助下能够全面发展,提高学生的道德素养。

## 参考文献

- [1]李多喜.加强小学语文教育,发挥语文教学德育功能[J].学周刊,2019(27):86.
- [2]唐雷.加强小学语文教育发挥语文教学的德育功能[J].科学咨询(教育科研),2018(5):19.
- [3]牛生智.加强小学语文教育,发挥语文教学的德育功能[J].学周刊,2017(13):158-159.

# 从消费心理分析珠宝首饰包装设计

许兵

(中国美术学院 浙江 杭州 310002)

**[摘要]**随着经济的快速发展和人们收入水平的不断提高,珠宝首饰对于普通老百姓来也不再是遥不可及的奢侈品了,人们通常都能负担得起一款自己中意的珠宝首饰。同时,人们购买首饰的动机也与过去有了很大的差别,不再仅仅停留在保值增值的层面,而更多的是出于对美好生活的追求和审美情趣的提升。人们除了关注首饰本身的品质以外,还越来越注重品牌的价值。这种消费心理的改变,必然要求首饰生产厂家在提升品牌形象上做出相应的改变和创新。要想赢得市场,关键是赢得消费者的心,也就是要把握住顾客的消费心理特征,而包装设计则是其中重要的一环。一款光彩夺目的首饰自然会赢得消费者的青睐,如果再配上一套能提升品牌形象的精美包装,那必然使产品锦上添花,从而赢得更多消费者。

**[关键词]**首饰包装;消费心理;创新设计

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.07.061

与普通商品相比,珠宝首饰包装因其商品属性和价值的特点,在消费者购买心理上也有其特殊性。春秋战国时期,楚国有一个卖珠宝的商人,为了招揽顾客,卖上好价钱,他用上等木材,做成精致新颖的盒子,刻上精美花纹并薰以香料、缀以珠宝、饰以玫瑰、辑以羽翼。结果那人只卖其匣子而还其珍珠。这就是成语“买椟还珠”的故事。本文借用这个成语,是想阐述珠宝首饰包装设计在消费心理上的特殊性与重要性。

## 珠宝首饰包装的消费心理

如今,在消费升级的大背景下,人们对珠宝首饰的需求不再仅仅停留在保值增值的层面,而是逐步提高了对品牌整体设计、品质与体验的要求。珠宝首饰包装设计已成为现代商业活动中一项科学和艺术相结合的大学问。相对于一般的产品,珠宝首饰作为一种高档消费品,价格相对较高,经常被馈赠或收藏,因此,从消费心理层面上来讲,其包装的基本要求不仅是要能烘托出商品的高贵、典雅和艺术性,还要特别注重包装附加值的体现,是否能满足消费者的心理需求,商品以及包装所传达出来的信息是否体现出了消费者的身份、层次、地位甚至情感爱好。要在包装上做到满足消费者的这种心理需求,在设计上除了考虑匹配的造型、结构、材质意外,更重要的是在品牌塑造时要有特色以及吸引他人的亮点。“买椟还珠”的故事,实际上是一个失败的包装案例,商人过于注重表现商品奢侈的附加值,却忽略了珠宝首饰包装的其他功能。当包装的附加值远远超出商品的实际价值时,其本身就变成了另外一件商品,它并没有体现出包装设计的基本目的,而是一种喧宾夺主、本末倒置的设计。

## 塑造珠宝首饰品牌形象

当今市场上,首饰品牌不计其数,款式琳琅满目,因而包装自然成了首饰商品差异的重要因素之一。但很长一段时间以来,我们的珠宝首饰厂商并没有真正意识到这一点,他们往往只注重产品开发而忽视对品牌的塑造,产品与包装设计脱节,无法形成一个统一的品牌形象。价格高产品到包装市场上找一种高档的包装盒,再印上品牌名称,价格低的产品就买低档的包装盒。这样看似产品与包装档次相匹配了,但却缺少了最重要的品牌识别度,在市场上与琳琅满目的其他品牌无法有效区分,更无法在众多的首饰商品中脱颖而出,自然就无法有效地帮助消费者去识别首饰品牌形象。

一件美好的珠宝首饰产品,光有奢华是远远不够的,需要从外到内、由内到外都散发美的气息,除了产品自身的精美和品质,还需要在包装上为它注入独特的文化和情感。产品本身是没有情感的,它需要一系列的包装来丰富其售卖形象与内涵,文化或者情感包装,是在挖掘珠宝首饰产品卖点的同时,将外形的吸引力和内在文化相结合的最好方式,也是打造品牌形象的重要手段。好的首饰包装设计,能够对品牌进行全新的定位,抓住核心目标的心理需求,打造属于企业自己的品牌特色。

## 提升珠宝首饰品牌识别度

由于珠宝首饰存储于包装盒之内,产品本身无法很好的直接展示给消费者,因此产品的特点、功能、质量就需要通过珠宝首饰包装设计来实现。如何快速、直接的引起消费者的注意力是珠宝首饰品牌一直在优化的环节。

引起消费者的注意是包装设计中提升品牌识别功能的首要任务,也是加深消费者对包装印象的重要因素之一。注意现象不是一种独立心理过程,而是人们无论在知觉、记忆或思维时都会表现出来的特征。从心理学角度讲,一个包装设计要想使受众注意、领会、形成固定的记忆,与包装中的文字、色彩、图形等的独特性分不开的。对消费者来说,这些都是引发刺激的元素,而这些刺激物具备一定的独特性就能引起消费者的注意,增加受众对品牌的印象,其中最重要的是色彩因素,它是最具延续性的一种印象,体现着极强冲击力的视

觉语言。色彩在包装设计方面可以通过色彩信息的传达引起人们的注意,使人们对其包装产生色彩美感,也可以通过视觉冲击力的角度使人们产生购买欲望,使商品在竞争力上占有一定的优势和地位。

在琳琅满目的消费市场上,色彩往往可以给人留下极其深刻的印象,若是能够用色彩的明度、色相、纯度、冷暖巧妙合理的运用并体现在包装设计上则会产生完美视觉表现。在消费市场上,成功的包装设计能使顾客对其给予关注。所以,包装设计中的色彩运用是否恰当,直接关系到产品品牌的识别性。著名珠宝腕表品牌蒂芙尼就是色彩运用最为成功的案例之一,蒂芙尼蓝,堪称史上最成功的颜色营销,这抹蒂芙尼蓝,成了蒂芙尼独一无二且延续至今的图腾。经过一百多年历史的沉淀,蒂芙尼的包装盒样式一直发生着变化,但是只有蒂芙尼蓝从未改变过。而在零售领域,没有哪个品牌的包装像 Tiffany & Co. 的蓝色小方盒那样具有辨识度。一个扎着白丝带的蓝盒子,成为每个女人心中的向往。

## 强化珠宝首饰包装的使用属性

珠宝首饰包装与大多数普通消耗品的包装在使用周期上有很大不同,一般商品在购买后,包装基本就完成了它的使命而很快被丢弃,而珠宝首饰则在购买后包装仍会始终伴随着内容,这与商品的使用属性和特点密不可分。珠宝首饰包装不仅仅是起到保护和提升商品价值的作用,它同时也是与商品共生共存的一个共同体,是需要同时存在的艺术品。因此,在这类商品的包装设计不仅要考虑其美观、精致的艺术性,还要考虑其使用的耐久性和保护性。

首先,包装对于首饰来说还起到展示陈列的作用,无论是在柜台橱窗,还是在在家中,优雅独特的包装配合着赏心悦目的首饰,在长期使用过程中都会给人带来愉悦视觉感受,这就是珠宝首饰包装的艺术性。艺术性是利用技术美与形式美的结合,赋予珠宝首饰包装强烈的艺术感染力。珠宝首饰包装设计的艺术性体现在包装的外形、色彩、文字等部分,独特的包装外形、绚丽的包装色彩,都是为了提高消费者从购买到使用的整个过程中的愉悦度。

其次,珠宝首饰包装价值不菲,且材料娇贵,其表面一旦暴露在空气里过久便会氧化出现裂纹,表面的光泽便会慢慢消失,因此,首饰包装的主要任务之一就是保护、存贮产品。通常,这类包装内部都有质地柔软厚实的衬垫以及用来固定产品的挂钩或凹槽,大多有加盖来阻隔空气。另外,随着环保观念的深入人心,包装材料回收与降解也是不可回避的设计要素,那么自然材质的应用必然是珠宝首饰包装的首选。自古以来,竹木、纸张等素材在勤劳智慧的中国入手中演变出的无限可能为包装的材质提供了最朴实的灵感。运用这些古老的材料,在设计上加入当代的特色,对于传统文化的体现提供了最好的载体。

## 结语

随着经济的发展,人们生活品质的提高,消费者对珠宝首饰的设计需求将会渐渐延伸到对首饰包装的需求上,目前首饰包装中存在的众多问题,需要设计师们在仔细觀察市场现状和实际的使用情况之后,着重研究消费者的心理活动,抓住实用、环保的关键,对首饰包装做出可持续性的创新。

## 参考文献

- [1]刘军、王砥.消费心理学[M].机械工业出版社,2009.4
- [2]徐恒醇.设计美学[M].清华大学出版社,2006
- [3]巴纳德.艺术设计及视觉文化[M].江苏美术出版社,2006
- [4]黄强.论现代包装设计的市场价值、促销功能与消费心理[J].包装工程,2006
- [5]刘全.情感性在首饰包装设计中的体现[J].艺术与设计(理论),2009(12).
- [6]沈妮.个性化礼盒设计与制作探讨[J].包装工程,2012(22).