

中国美术教育学术论丛

The Chinese Fine Arts Education Academic Symposium

● 教学研究卷 ⑦

The Teaching Research Volume

辽宁美术出版社

中国美术教育学术论丛

The Chinese Fine Arts Education Academic Symposium

● 教学研究卷 ⑦

The Teaching Research Volume

辽宁美术出版社

序

美术教育是一种有目标、有计划的文化传递方式，它所完成的任务有两个方面：一是要传承美术知识和技能；二是提高受教育者的审美情操，进而使受教育者在为社会创造财富的同时实现自身价值。

然而，长期以来我们的美术教育模式一直未能跟上时代发展的步伐，各类高等院校在培养艺术人才方面也一直未能找到理论与实践、知识与技能、技能与市场、艺术与科技等方面的交汇点。先行一步的美术工作者已经在探索一条新的、更为有效的教育方法，在对他们以往的美术教育模式进行梳理、分析、整合的过程中，辽宁美术出版社不失时机地将这些深刻的论述和生动的成果集结成册，在国内首次推出了这套具有前沿性、教研性和实践性且体系完备的美术教育学术论丛。

该论丛最大的特点是理论与实践相结合，配以大量的中外经典美术作品，以开放的学术观念深入研究各学科产、学、研的发展态势。论丛涵盖了美术教育的主要门类，重点论述了美术理念、创意思维、绘画要素、艺术设计及表现方法等内容，丛书由《教学研究卷》《美术与设计理论卷》《艺术设计卷》《建筑与环境艺术卷》《造型艺术卷》《民间美术卷》六大类共68本图书构成。

该论丛是在提取、整合现有相关学术论文及教学改革成果的基础上，针对当下美术教学的特点和要求编写而成的，紧扣现代教育理念，体现基础性和学术性，满足当今美术教育创新发展的需要，具有很强的实用性与参鉴性。

Contents

总目录

绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用	陶松梅	001
包装设计课程纵横式教学方法初探	张 耿	004
综合类院校构成设计课程教学之我见	王郁新	006
论视知觉形式动力理论在平面广告设计教学中的应用	宁海林	008
“导向设计”课程开展问题的应对	艾 欢	012
论艺术设计专业CI设计的教学观	孙 飞	014
水墨艺术元素在设计教学中的应用	张国斌	016
艺术设计专业包装设计课程设置新探	孟 刚	020
数字化时代计算机辅助平面设计的教与学	洪年芳	024
POP字体在中职学校教学中的探讨	林 静	026
创业型经济对包装设计教学的挑战	张鹏辉	028
试析学生参赛对开展包装设计教学工作的意义	任福成 房 丹	032
为营销而设计——装帧设计教学中的营销意识	黄穗民	034
汉字涂鸦设计教学初探	张 辉	038
艺术设计专业版式设计课程教学探索	刘有泉	040
以实践教学提高包装设计课程质量	尚 震	045
CDIO模式下的高职艺术设计专业精品课程建设与实践		
——以《包装设计》精品课程为例	段泽民	047
在设计教育中渗透国画水墨元素的思考	曾智林 杨乾明	051
浅谈包装设计专业学生应具备的基本能力和素质	倪 鑫 肖 卓	053
插画教学与研究	邢港霞	058
插画设计教学新思路与新方法的研究	徐 彩	060
印刷图文信息处理专业人才培养定位研究	任 民	062
视觉传达专业视觉信码浅析与教学应用	仪秋红	065
“承”与“变”——吉祥图案在设计课中的应用	郭绍义 王亚贤	067

高职装潢艺术设计专业课程设置研究 申庆全	070
图中无声 画里藏意——平面招贴创意设计教学探讨 刘 影	073
基于装饰基础课程谈装饰艺术实践教学环节的延展 陈 英	079
视觉传达专业FLASH动态设计的教学研究 黄 兰 彭艳霞	081
装饰专业毕业设计主题创作探索与实践 王志强	086
浅谈新媒体时代的设计基础教育 易 昆	091
中国传统文化——艺术设计创新不竭之源 梅根成	093
创新设计理念在视觉传达艺术设计中的具体实施 崔 可	098
基于艺术教育背景下的传统民俗艺术符号及文化价值研究 李永轮	100
视觉传达设计专业“创新型+应用型”实践教学体系的构建 杨天明	102
视觉传达专业课程“实训化”教学初探 于 清	105
浅谈视觉传达设计专业学科竞赛作品创作与指导——以“金犊奖”竞赛为例 李列锋	108
以实践创新为导向的视觉传达专业毕业设计研究 朱红红	111
百越民族传统纹样在浙江美术教育中的开发与运用 张 炼 黄 芳	114
数字化职业教育网站界面与导航设计研究	
——以唐代服装的传承与开发为例 马金祥 王 健	117
本科院校视觉传达设计专业课程改革探索——以桂林航天工业学院为例 刘 军	121
谈图形设计教学 张建华	125
对平面构成课程教学的思考与建议 李 霞 刘 杉	129
对平面构成教学的思考 李诺男	132
平面构成教学与学生人格培养 陈云君	134
浅谈在平面构成教学中创造性思维的培养方法 陈光宇	138
医科大学中形象设计专业课程创新研究 戚 立 赵 阳	141
工学结合模式下中专装潢艺术设计教育教学研究 周智娟	144
谈服装教学的艺术 李 静	148
中日服装专业教学模式比较与思考 刘 丹	150
谈市场调研与服装设计教学 史安华	154
服装工艺课程优化教学研究 刘丽群	156
浅谈高等服装教育工艺教学 马晓芳	160
浅探中高职教育衔接发展的服装专业建设途径 刘锦玉	162
创新教育在服装工艺课程中的实践 齐丽君	166
高职院校服装设计专业工厂化实训教学模式改革探究 陈天荣	168
基于服装艺术设计专业服装色彩基础课程的教学探讨 陈玲芳	170

服装专业工艺设计课程的教学改革	伊红莉	174
新消费时代的成衣设计课程教学探索	苏永刚	176
浅谈高校服装艺术设计的教学创新	吴 岚	178
高等职业教育服装专业教材简论	柳力巍 李舒婷	180
高职服装设计人才专业素质的构成——浅析就业需求环境中	雷 电	182
对高职服装结构设计教学的思考	廖 灿	186
高职服装设计专业的实践教学改革探索	王京菊	188
服装职业教育“生本”理念初探	李舒婷 柳力巍	190
浅谈服装工艺教学	杨 云	192
女装设计教学的思考与探究	陈玲芳 范 艺	194
试论现代教育技术在服装工艺教学中的运用	黄玉冰	198
情景教学在服装设计课程中的应用	肖劲蓉	201
对纺织艺术设计专业教学的思考	陈 华	203
服装艺术设计公选课教学探讨	叶永敏	205
高职服装设计教学之我见	张秀梅	207
服装专业实践教学改革构想——以服装结构与工艺课程为例	刘 旭 王 玮	209
谈产业需求与服装专业教学改革	索菲娅	212
基于后现代课程观的服装营销专业课程教学改革	郑 喆 郭建南	214
项目教学法在职业院校服装专业教学中的运用	曾惕惕	219
高职院校制鞋专业创新教学实践	林 娟 林述琦 陈 薇	222
工作室教学模式对学生服装设计实践能力的培养	徐 仂	224
“服装面料再造”课程设计	张秀梅 姚立志	226
关于时装画技法教学的一些思考	刘 开	229
正视高职服装教育中的“学术漂移”现象	齐丽君	231
构成原理在服装造型设计中的应用研究	徐 仂	233
高职服装画表现课程教学改革探讨	贺树青	235
时尚语境下设计实践在女装设计教学中的应用	周 伟	237
服装设计中材料再造的创新教学研究	白雪皎	240
立体构成在服装设计中的教学探索	张秀梅 姚立志	243
美国高校服装设计专业教学方法研究与借鉴		
——以美国爱荷华州立大学服装设计与营销专业为例	张 旒 张 玲	245
论服装专业毕业设计实践教学中学生创造力的开发	马 红	247
广州美术学院与“例外”服饰品牌校企合作课题纪实	万千个	251

高等职业院校服装专业课程市场化接轨探究 刘芙蓉	256
CDIO工程教育模式在高等服装专业教育中的研究与应用 孙晓宇	261
职业学校服装专业实训课程项目教学模式研究与实践 孙 丽	266
立体思维培养在高校服装结构教学中的实践 马丽丽 单雯琪	271
探析服装设计专业教学实践的新模式——T台策划 王思琪	276
服装剧目课程建构 楼丽娟	281
服饰设计新专业中服饰品绘画课程探索 林 剑 金 莹	286
多媒体技术在服装专业教学中的应用 李 静	290
浅谈高等服装教育工艺教学 马晓芳	292
“2+1”，高职服装专业人才职业能力培养新模式的实践 齐丽君	294
把课堂办成“全因素服装技师”的孵化基地	
——对高职艺术设计类服装设计专业改革思路的探讨 周正娟	297
关于高校服装设计专业“产学研”模式的探讨 刘胜利 彭赞乐	299
对服饰图案设计与应用课程教学改革的思考 范晓虹	303
中西服装史教学改革之我见 孙翠玲	306
与时俱进的服装专业教育 吕智媛	311
服装设计专业教育与地方服装产业经济的对接	
——以南昌大学共青学院服装设计专业为例 邓后平 刘芬芬	313
基于服装产业需求的时装绘画课程教改研究 周 伟	316
略论旅游工艺品和玩具设计人才的培养模式 胡 海 陈 文	321
包装容器造型设计教学探析 陈新华	325
中韩高校工业设计专业教育现状对比分析 黄哲雄	329
对工艺品设计专业的认识及课程设置的想法 李 成	332
中国工业设计适应性教育外部因素研究 曹小琴 姚 湘	334
校企合作模式下产品设计实践教学研究 任军君	336
旅游工艺品设计与制作专业项目化实践教学改革初探 颀 蓉 曹夕蕾	339
行业导向下工业设计学科专业建设探讨 曾祥远	342
Photoshop在产品造型数字化教学中的应用 那雪蛟	345
民族工艺品课程开发与教学研究 陈 良	348
产品设计专业的产学结合 杨汝全 刘太雷	352
“将设计作品转化为产品”的实践教学探索 林 娟 林述琦	354
浅谈产品设计手绘表现技法教学 蒋 明	356
工业设计模型制作与实验课题教学创新探析 孙运表 王俊涛 杨 梅 宋玉凤	358

对新时期工业设计高等教育的若干思考	何艳婷	361
工业设计课程模块化模式教学探讨	陈峰 王成玥	363
仿生设计在教学中的思考	曹伟智	365
高职工业设计专业教学模式的研究与实践	孙超红	367
工业设计课堂开展双语教学的尝试与方法	马佳博	371
理工院校工业设计专业学生创新思维的培养模式	马兰	373
富有区域民族文化特色的产品设计课程体系实践探究	石钧 赵晓彦	375
工业设计专业“校企合作”方式的教学改革	黄海 李馥颖	380
工业设计教学改革思考	郭俊 吴丹	382
浅析设计竞赛激增现象对工业设计教学的影响	马兰	385
以地域文化为背景高校旅游纪念品设计教学探索	王永清	390
面向“两化融合”的工业设计专业课程目标研究	曹小琴 罗莹	395
浅谈工业设计专业PhotoShop教学	蒋明	398
工业设计工程专业硕士人才培养模式研究	吴琼	400
产品设计专业大学生创业训练及教学意义	翟橙 芮洁雅	402
应用型高校工业设计专业人机工程学课程的改进	戚基艳	407
CorelDraw在工业设计专业教学中的应用与改革	蔡学静	410
工科工业设计专业教学体系探索与研究	李志港	414
立体设计在设计专业制图教学中的意义	李亦婷	416
工业设计专业工程基础类课程现状分析	吴海红	419
工业设计专业工科课程教学改革探索	李煜	423
高职工业设计专业“三项式教学模式”初探	崔淮 陈璐	427
工业设计专业人才的综合能力培养模式研究	李委委 吴小军	429
工业设计专业知识结构和人才培养目标探析	李志港	434
工业设计专业形态构成课程体系建设	孙虎鸣	436
产品造型基础与计算机表现课程教学研究	肖世龙 盛立	439
模型制作课程与交通工具设计课程衔接的教学方法研究	刘建军 宋明亮	442

绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用

文 / 陶松梅

【内容摘要】绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用过程中,设计原则与方法、设计材料以及造型方法等方面都渗透着绿色设计理念。在产品包装设计教学实践过程中,要更多地给学生灌输“以人为本”的设计理念,使之呈现出设计构思与实践的新发展。这种思想的传输更加强调的是生态环境与设计之间的关系,也就是把内在的绿色人本意识作为一种基本设计态度传输给学生,实现绿色意识与设计行为的并行发展,这也成为设计教育的关键一步。

【关键词】绿色设计理念 产品包装 教学 应用

随着社会发展进程的不断加快和现代科技的飞速进步,人类面对着来自环境方面的切身的危机,在产品包装设计教学中,必须树立绿色设计理念,构筑以人为本的发展观,呈现出设计构思与实践的新发展,更加强调的是生态环境与设计之间的关系,也就是把内在的绿色人本意识作为一种基本设计态度传输给学生,实现绿色意识与设计行为的并行发展,这也成为设计教育的关键一步,以适应时代的发展需求。

一、绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用

(一) 绿色产品设计理念的应用原则与方法

绿色设计理念在产品包装设计中的原则,简言之就是“4R1D”原则,主要是指在设计实践过程中:“Reduce减少包装材料,反对过分包装,即少量化原则;Reuse可重复使用,不轻易废弃,可以再用于包装制品,即重复使用原则;Recycle可回收再利用,把废弃的包装制品进行

回收处理,即可回收原则;Recover可获得新的价值,利用焚烧来获取能源和燃料,即资源再生原则;Degradable可降解腐化,有利于消除白色污染,即可降解原则。”此外,更重要的一点是,在整个设计过程中,绿色设计理念成为贯穿始终的指导性理念,各个环节均是无污染的、充满绿色的,同时还要最大限度地节约能源、保护生态环境。

绿色产品设计的基本方法主要有:

1. 注重包装设计的简洁化。也就是在产品包装设计过程中贯彻绿色设计理念,减少包装产品的体积、包装结构以及为实现视觉效果所添加的部件,以避免在使用过程汇总产生污染和垃圾,其中“轻、短、薄、小”是重要的发展方向。

2. 注重包装设计产品的清洁、可再生性。这就是要求在产品设计过程中,在产品设计材料的选择上考虑到后期的物质回收与能源回收,构建起一种可以循环使用的开放式系统,其中既包括企业商品的循环利用系统,也包括环境对于包装产品废弃物的开放式利用。在产品包装设计方面要充分考虑后期产品包装回收和利用的可能,可以利用回收材料进行资源再生产的新颖设计,使得资源再利用的产品得以进入市场。这样才会使产品包装走上清洁、可再生的循环发展之路。

3. 注重包装的易抛性。易抛性和可降解性是绿色产品包装设计的重要原则,也就是要求设计者在选择过程中尽可能地使用绿色包装材料。这

种绿色材料要具备在回收处理过程中不能有毒性、燃烧后不会产生有毒物质等特点。设计过程中要尽可能地使用同一种材料,以减少回收的难度和处理代价。

(二) 绿色包装设计的材料选择

在现代产品包装设计领域,现代包装有着更加多样化的包装材料选择,其中既有可以再生的包装材料,也有一次性包装材料,还有诸多的自然包装素材。其中可再生包装材料在绿色产品包装设计中占有重要的地位,如再生木材、再生纸、再生塑料、再生玻璃等,这些材料成为产品包装教学实践中的重要内容。这是因为这种材料的使用既可以实现能源的节省,又可以实现环境保护的设计目的。在产品包装教学过程中,对于可再生资源的使用要引导学生注重对材质美感的挖掘和利用,巧妙出彩地把这些材料的作用发挥到更大。

自然素材的有效利用也是绿色包装设计教学的重要内容。这是因为像麦秆、荆条、芦苇、柳条等原始材料,经过包装设计的妙手,可以具备独特的艺术魅力,并且这些材料都具有可降解、易处理的原则,在纸质、木质材质的包装材料中扮演了重要角色。玻璃容器是具有与自然素材同等优势的重要包装材料,不仅具有较高的稳定性,而且无污染、可循环利用,能够较好地展示物品本来面貌,广泛应用于酒类、食品、医药、化工等多种行业的产品包

装,这些特点无疑成为绿色产品包装设计的重要材质选择。

(三) 绿色产品设计的造型原则

绿色设计理念在产品包装设计教学的应用过程中,对于产品包装设计整体造型的重视也是绿色设计理念的重要内容之一。“绿色包装设计要考虑商品的结构造型设计,它要求包装在满足功能性需求的前提下,尽量使包装造型简单化”。这对于绿色产品的艺术价值、生命周期、审美塑造等都具有重要的影响。绿色产品包装设计的造型原则要随着绿色理念阐述与设计方案进行变化与调整。就此而言,包装设计的定位、产品流通以及材料的选择都会影响包装造型设计,而提高包装的利用率,实现能源和资源的可降解和循环利用是重要的设计目标。在教学过程中,绿色设计理念的传授主要表现在:一方面,对于设计造型的确定与包装结构设计要充分遵循绿色和环保的设计理念。另一方面,在确定造型的基础之上,合理的包装设计与造型也是重要教学内容,其中合理地进行包装结构设计、避免过度包装、充分利用自然资源、减少包装材料等都是重要教学内容。

二、绿色设计理念在产品包装设计中应用的展望

随着人类社会对于环境保护这一关系生存发展的重要课题给予更多的关注,可持续发展的绿



色观念正在逐步深入人心,绿色生态观念也逐渐成为各个领域里的主导型观念。绿色设计、绿色包装、绿色产品一时间成为现代人所追逐的主流事物。正是在这样的社会发展的大背景之下,绿色产品包装设计不断地凸显出内在的影响力和生命活力。这种自20世纪末期出现的设计观念经过长期的发展与实践验证已经进入到发展与成熟的阶段,具有十分广阔的应用前景,它不仅涵盖了设计视觉表达形式,还有设计材质的选择、造型手法的利用以及商品消费理念革新等诸多领域。随着新时期科学技术的飞速发展,以及大量绿色包装设计思想和理念的更新,绿色设计理念在产品包装设计中的实践也在不断地进行着自身的突破。因而,现阶段的绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用不仅是一种发展延伸,也是时代发展的客观要求,绿色设计理念的渗透成为一种必然。

结语

综上所述,纵观现代产品包装设计教学,“以人为本”的人文设计教育理念日益深入人心,更多地强调包装作品对于人与环境的尊重,尤其是人类对于自身所处自然环境的尊重与保护,从而实现产品包装设计实践中人、自然与发展的平衡关系。因而,绿色设计理念正是在这样的环境下应运而生,并且逐渐吸引了更多的关注与研究,成为产品设计教学的重要内容。绿色设计理念在产品包装设计教学中的应用过程中,设计原则与方法、设计材料以及造型方法等方面都渗透着绿色设计理念,以期待为环境保护和产品设计发展打下基础。

绿色设计理念在现代产品包装设计教学中的应用不仅是对于包装设计的创新发展,也是事关包装设计发展一种责任与使命。绿色包装设计理念不仅仅是对设计发展一场革命,也是对于人类发展一种新的考量。绿色设计理念在为人类开拓了新的发展空间的同时,也为自然与生态平衡提供了更多的机会。企盼绿色包装真正成为包装设

计的未来。这既是一种挑战,也是一种责任。

参考文献:

1. 胡淑梅.从回收标志谈绿色包装设计.江西师范大学,2009
2. 魏崇金.绿色包装对贸易的影响与我国的对策研究.大连理工大学,2006
3. 周晓丽.商品适度与绿色包装管理研究.天津大学,2008

包装设计课程纵横式教学方法初探

文 / 张 耿

【内容摘要】针对包装设计课堂教学中知识结构的特点，初步总结出“纵横式”教学方法。纵向强调的是教学过程要系统，由简入繁，紧密扎实；横向要求教师要带领学生多加思考，对单一设计内容进行开放式的学习。

【关键词】包装设计 平面设计 教学方法

包装设计是艺术设计专业中平面设计的重要内容，是该专业的主干课程。该课程由于内容繁杂，所需知识结构跨度较大，对学生的能力要求非常高，作为多年教授该课程的专业教师，根据该科目的教学特点，总结出一种实用的教学方法，暂时称之为“纵横式”包装设计教学法。

一、包装设计的特点与重要性

包装设计是一门集实用技术学、营销学、美学为一体的设计艺术科学。它保护和美化着商品，更是市场营销的重要工具，通过别致的造型，个性化的色彩与图案，彰显商品的品牌效应。

从字面上讲，“包装”一词可以分开理解。

“包”即包裹，指的是把产品保护起来；“装”即装饰，意思是通过艺术化的设计手法把产品装饰起来。从市场营销角度上看，产品只有经过包装才能变成商品；而从设计角度上讲，“包”解决的是商品的安全性，根据商品性质的不同，用一定的材料把东西裹起来，使其不易受损，方便运输，这是实用科学的范畴，是属于物质的概念；“装”指产品覆盖物的修饰，这是指把包裹好的东西用艺术化的手法进行美化装饰，使包裹在外表看上去更漂亮，这是美学范畴，是属于文化的概念。

二、教学中的“纵法”与“横法”

教学的过程是一个互动的过程，但这种互动不是平等的。其中教师应该起到主导的作用，也是引导的作用，引导学生循序渐进，步步为营，从局部到整体，系统地理解课程知识的全貌。在包装设计教学中可以结合包装设计的完整过程，采用纵与横两种办法来实现。

1. 过程完整和内容深度是“纵”的要求

包装设计的表现通常由立体的包裹性设计与平面的装饰性设计构成。立体造型形成了包装的基本造型。近来，随着新材料的开发和利用也为包装设计的造型提供了更大的空间，传统材料，如纸、木材、布……不再是唯一的选择。新型再生材料和环保性材料等也使包装设计有了更多的发展形式。

面对如此丰富的选择，第一步应该让学生们抛开纷乱的材料效果，从最简单的产品造型开始一个完整的包装设计之旅。包装设计的审美表现形式，主要是通过包装的形态、色彩、材质来实现的。

纵的方式可以概括为形态练习、装饰表现、塑造品牌三个过程，而其中更可以细分出若干个专项练习课题，本文仅表现主要的教学环节。

(1) 形态表现。包装形态是在作用于功能、目的前提下显示出自身独立价值，是含有丰富的想象性、创造性、敏锐性的美的形象。包装的形态主要有圆柱体类、长方体类、圆锥体类和各种形体，以及有关形体的组合及因不同切割构成的各种形态。在教学中可以通过纸结构造型训练学生的动手能力，更可以加深学生对包装造型

的直观感受,理解丰富的包装形态语言。

(2) 装饰表现。从平面装饰上讲,色彩的运用也不再停留于传统的理解认识上,如食品业中,传统观念认为应多用易于产生食欲的暖色调进行设计,设计者在改变色彩的同时,紧紧抓住产品原有的本质特征,在图片、图形、视觉符号等元素上准确反映了产品的信息。这是包装设计在平面视觉上取胜的原因,也是制胜的规律。

(3) 品牌表现。品牌是商品的高级表现形式。包装设计越深入越要从品牌化包装考虑。一方面,现代包装已成为商品品牌的一部分,超越了纯粹的功能,在有些时候,包装的重要性甚至与产品本身平分秋色,并发展成为时尚新观念的催化剂;另一方面,包装品牌日益国际化的现状,使形形色色的现代人不仅随时经受着国际化广告的召唤,也的确能够随时购买到国际化的商品,拆开那些国际化的包装,并体悟多元文化的妙处。课程教学进行到这一阶段,可以让学生在进行了大量社会调查的基础上,围绕教师指定的课题进行品牌包装的设计活动,也可以由学生自主按照兴趣结合调研内容进行品牌设计。通常后者会极大地调动学生的主观能动性,教师这时要控制其进度,甚至可能要适当地泼冷水,以加深学生的思考力度。

2. 对包装设计的广度和前瞻性研究是“横”的要求

在教学中,教师通常应该给学生定义好一系列答案和定理,但“横”的要求却是研究,因为设计在不断地发展,社会在不断发展,包装设计的领域也在不断拓展,为了更好地销售和保护环境,应考虑到包装今后的发展。比如,绿色环保的包装、特产的包装设计、形状特异的造型包装设计、有纹理的材质包装设计、炫目闪烁包装设计、综合防伪等都是未来包装设计发展的趋势。

绿色环保包装是指可以回收利用的、不会对环境造成污染的包装。它意味着包装工业的一场新的技术革命——解决包装材料废弃物的处理和降解塑料的开发。目前我国设计的包装产品是以尽量节省资源为目的的包装,如可再用环保袋等

就是较好的节省资源办法。

从国际包装业未来发展来看,包装的发展趋势与包装的工业化设计的发展紧密结合在一起。品牌战略、环保战略、技术战略、材料战略、印刷战略、营销战略都为企业产品提供包装系统化而生。个性化为包装的首要要求,技术的研发将使包装技术出现新的突破,优质高能的特色化包装产业逐渐发展。如何更好地围绕“安全、健康、环保”的宗旨来发展包装设计,是各企业和包装设计公司须考虑的问题。

三、创新才是硬道理

当今信息时代。设计教育更呈现时代性和开放性的特征。一些设计师所熟悉的传统技艺已被当代的科技手段所替代。学生获取信息也多用电脑快速完成,时间大大缩短。在这样的背景下,教学更重要的任务是培养学生的创造性思维,根据市场环境的变化培养学生的创新能力和综合运用各学科知识的复合能力,这是提高学生创造力的关键环节。当前,大量包装设计作品如出一辙,这跟我们在设计教学中不注重学生的创新思维培养和原创设计有关。设计作品要创新,设计的教学方法也要创新,本文论述的“纵与横”的教学方法,是在教学实践中初步总结出来的一点经验,而这点滴收获希望是一种有效率教学方式的开始。创造性思维是一种具有创新意义的思维活动,教师教学方向和学生的努力方向都要从培养思维的发散性、灵活性及独创性方面去探索,应改革传统教学内容和手段。在教学中有意识地增加一些探索性、实验性的课题。比如,可持续包装设计、概念性包装设计等新包装领域的探索,包装形式的突破与创新、包装材料的革新与重组、传统文化的借鉴与创新等。提供一切可能条件让学生去做大胆的探索与实验,使学生变被动学习为主动学习,变模仿性设计为创造性设计。另外,在教学过程中穿插一些设计项目和设计比赛活动,或者将一些前瞻性的课题和社会的具体项目结合起来做,可以逐渐培养学生对学习过程的兴趣,激发他们的情感,开发他们的创造潜能。

综合类院校构成设计课程教学之我见

文 / 王郁新

近年来,我们的艺术教育随着科学技术及精神意识的发展变化而具备不同的面貌,构成设计课程亦因此有了与昔日不同的含义,它不再是艺术设计领域的专利,探求哲学和科学间的新秩序是综合类院校应用设计学科的新的发展趋势。本文针对多年来我院风景园林专业教学中如何解决构成设计基础理论与设计实践的衔接问题谈谈几点体会。

一、对当前构成设计课程教学现状的分析

1. 教学对象的分析

普通高等院校录取的学生生源较好,文化课水平较高,但学生的思维方式普遍是注重逻辑思维 and 理性认识,发散型思维与感性认识略显不足,这在一定程度上不利于艺术课程的学习。学生大都没有美术基础,缺乏学习该专业所应有的造型能力和艺术素质,这些能力与素质依靠入校后经过短期美术基础课程来提高,但这种能力的提高并非一朝一夕的事情,在学习过程中,不少学生一遇到需要动手绘制或实践的课程,或遇到创意、设计等与艺术关联紧密的课程就没有了信心,产生畏惧感。

2. 教学中存在的问题分析

传统构成教学的模式是“讲授加练习”,所有的内容与训练都趋向程式化。死板的教学模式不考虑学生的兴趣、特长和现有水平,忽视了学生的想象力、反思能力、创造能力和独立自主精神的发展,忽视了学生被动学习的感受和表达自己思想的愿望,导致学生对课程失去兴趣。

平面构成、色彩构成、立体构成作为设计课程的基础,在理论上自成体系,在空间实体要素中,它们是密不可分的,但在教学活动中三者没有被联系起来,学生对其缺乏整体性认识。

二、教学中的几点体会

1. 课堂授课方法与设计应用结合

课堂教学分为理论讲授和课堂设计训练两部分内容,课堂设计训练重在与应用实践结合,把抽象元素转化为空间实体要素。

讲授理论时教师要对知识结构熟练掌握,要对重点、难点清晰地讲解,要对学科前沿有较深刻的认识,要结合园林景观要素并针对实际案例进行分析总结。如列举布植的例子,四周空旷的草坪上只出现一点,是孤植树的表现方式,体现了植物的个体美感;在园路、建筑的入口或街道两旁经常采用对植的种植方式,体现了点的对称美;街道两边排列整齐的行道树,将人们所期望的秩序井然的心态统一起来了,这是一种行列式的栽植方式,呈现了秩序美。树的种植还有自由式的分布形式,它们或三五成群,或成片疏林、密林。不论何种种植方式,当我们把它概括成点时,就要遵循点的美的构成规律。这种教学方法不是单纯地阐述构成原理,而是将基本的构成原理与实际案例相结合,抽象的视觉符号演变成了园林景观形象,通俗易懂,便于记忆。

讲解构成理论知识时,还要注重知识的连贯性,避免三个独立单元制的授课方式,教会学生如何面对各种信息去选择、整合知识的方法,引

引导学生面向不同的景观空间、尝试各种不同的材料,亲自动手去实践。在达到目的的前提下,注重体验过程,使课程教学得以更加完善,更有利于基础教学与专业设计紧密结合。

在当前关于素质教育的理论研究和实践探索中,实践教学为理论研究提供了一条验证途径,其研究成果为理论研究提供大量素材和论证,从而推动教育理论研究的深入发展,提高了实践教学的理论层次,从而避免了实践教学的盲目性。

2. 有针对性地选用教材及参考书

当前与风景园林专业相关的教材较为缺乏,出版物中有关三大构成的书籍很多,但大都是为艺术设计专业的学生量身定做,并不适合本专业的学生使用。普通高等院校风景园林专业的学生入学前没有进行过系统的美术基础训练,学生的审美和艺术观还不成熟,艺术表现能力差。但是他们将来所从事的工作与设计应用是关系密切的,这种矛盾不可避免地需要在课堂教学中解决,短时间内进行专业系统的训练是不可能的。具有针对性的教材在知识的讲解中将对这一现状进行调整,将形式美学原理与专业实践结合,能够让非艺术类的学生通过通俗易懂的语言和风格鲜明的图例在短时间内掌握其基本原理及其应用所在,针对性、专业性强,使用者不浪费精力,直接索取所需要的艺术核心,所以选择一本好的教材对教学质量的提高会有很大帮助。

另外,还要广泛浏览相关的参考书籍,这对学生拓展思维、开阔视野、提高审美素质有很大的帮助。学生可以借助资料室、图书馆、网上收集等多种方式拥有各不相同的参考书,并在教室中交流,这种信息的流通会给学生带来很大的益处。

3. 培养学生的创新意识和实践能力

可以从学生所从事的设计活动和思维方式入手,相对于现阶段的技术水平来说,是新颖的、独特的,具有突破性的创造性活动。创新具有更新与日臻完善的含义,意味着一种推陈出新的感觉,是推动人类社会发展和进步的永恒动力。

创造性思维可以通过实践训练得以提高,教师不能替代学生去想、去做,要让学生主动去思考,养成良好的思维习惯,克服思维定式,通过观察去发现问题,寻找创作的灵感,同时要有较强的表现能力,使学生具备“眼、脑、手”协调统一的能力,是长期艰苦训练的结果。教师可以运用现代教学技术,在大量的优秀设计作品中,让学生去分析总结,发表自己的看法。

以平面构成与立体构成相结合为例,学生通过简洁的抽象元素将形态布置得很合理,并且具有艺术美感。创作过程中,学生要调整这种宏观与微观的变化,合理把握整体设计的比例尺度,合理搭配各种材质。学生通过练习,发现达到艺术与技术的完美结合并不是这一门课程所能够完成的,甚至需要多种领域相关体系的支撑。这样,在学的过程中有收获、有发现,既掌握了构成基础知识,又对将来要学的专业知识有所期待,提高其学习兴趣,并能从宏观的角度思考问题。在学习过程中培养超前的创造性意识,在设计中灵活运用相关领域知识和技能是我们这些未来的景观设计师的追求。

论视知觉形式动力理论 在平面广告设计教学中的应用

文 / 宁海林

在平面广告设计教学中,如果单纯地教学生设计技术、技能,在进行实际的广告设计时,很多学生可能缺乏创意思维的能力。因而,如何教授学生掌握引起受众对广告注意,充分表现平面主题,并使受众产生审美愉悦的创作方法一直是教师孜孜以求的目标。阿恩海姆视知觉形式动力理论建立在格式塔心理学基础之上,具有一定的科学性和很强的可操作性,能够为平面广告设计教学在设计理论及具体方法方面提供借鉴。

一、视知觉形式动力理论

视觉形式动力是世界著名美学家、心理学家阿恩海姆在1966年发表的长篇论文“The Dynamics of Shape”(《形状的动力》)中明确提出来的,并在随后一系列著作,如“Art and Visual Perception (The New Version)”(《艺术与视知觉——新版本》1974)、 “The Dynamics of Architectural Form”(《建筑的视觉形式动力》1977)以及“The Power of The Center: A Study of Composition in the Vision Arts (The New Version)”(《中心的力量——视觉艺术构图研究》1988)中,构建起了视觉形式动力理论。

那么究竟什么是视觉形式动力呢?让我们先从一个简单的图形开始来了解视觉形式动力。阿恩海姆通过在一个白色正方形中贴一个黑色圆面的图示引入了“力”的概念。在图中,我们不仅看到那个黑色贴面在正方形中的位置,还分明看到它具有有一种不稳定性,好像具有一种要离开原

来所处位置的趋势——向某一特定方向运动。阿恩海姆认为,“从心理上说,黑色圆面这种运动的趋势存在于任何一个观看者的经验里,它有自己的作用点、方向和强度,它们就合乎物理学家们对‘力’所下的定义。基于上述理由,心理学家们才给它冠以‘力’的名称。”在阿恩海姆看来,在视知觉中,物体的形状和颜色等构成形式的基本属性已不再是具有物理属性的东西了,而是经过视知觉的积极组织、创造出的力的式样。那么这种经验中的“力”是怎么来的呢?阿恩海姆认为:“我们可以把观察者看到的‘力’看做是活跃在大脑视中心的那些生理力的心理对应物,或者就是这些生理力本身。虽然这些力的作用是发生在大脑皮质中的生理现象,但它在心理上却仍然被体验为是被观察事物本身的性质。”也就是说,这种经验到的“力”是“生理力”或“知觉力”及其在对象物上的投射。这种视觉动力是由视知觉中生理力与视觉形状相互作用的创造性活动而生成的,因此确切地说,它应被称之为视知觉形式动力。

尽管物体本身实际上并不真正具有动力,但这种动力确实存在于人们的知觉中。它不是虚幻的,这种不动之中见动的感觉,人人都会有。动力是人的知觉在视觉形式结构中首先感受到的,和物体的形状、大小、颜色等属性一样是客观存在的。“视知觉形式动力”一方面是视觉形式生成的动力机制;另一方面又体现其达成的形式,即“力的式样”。理解阿恩海姆视觉形式动力理论内涵,应该着重把握住两点:第一,动力是知

觉经验的真正本质,视觉存在于视知觉形式动力经验中。视知觉绝不是被动地接受,而是与视觉刺激物相互作用的一种创造性的构形活动。第二,在视知觉中,物体的形状和颜色等构成形式的基本属性已不再只是具有物理属性的形状和颜色了,而是经过视觉的积极组织、创造出视觉形式结构,于是原来的物理形式变成了蕴涵着视觉动力的形式了。

二、视觉形式动力理论在平面广告设计教学中的应用

平面广告设计的表现形式主要是依靠图与形的组织,形成一定的视觉秩序来实现的,其表现方法和技法极其丰富,这里只从表现方法的主导思想层面上论述视觉形式动力理论在平面广告设计表现方法上的应用,主导思想就是创造视知觉形式动力。本文主要从两个基本方面进行考察,即创造视知觉形式动力的基本式样及其基本构图原则。

1. 创造视知觉形式动力的基本式样

视觉动力经验不是观者凭借以往经验加到知觉对象上面去的,也不是物体本身的物理力作用的结果,这种动力经验是艺术家通过作品的形式结构创造出来的。要探究动力经验生成的视觉条件还要从视觉形式入手。在阿恩海姆看来,倾斜、变形和频闪是能够创造视知觉形式动力的三种具有普遍意义的基本物理式样。

(1) 倾斜式样

阿恩海姆认为定向倾斜是获得动力经验的最基本、最有效的方式。倾斜被自然知觉为趋向或者远离垂直和水平的基本空间框架的一种动态变形。倾斜式样呈现为楔形,视觉动力一般是由较宽的一端向较窄的一端逐渐增强,而由较窄的一端向较宽的一端逐渐变弱。我们日常所见的逐渐汇聚的铁轨以及林荫道就是明显的例证,尤其在尖塔、方尖碑以及其他各种尖顶建筑中,由于它们有坚实的基底而使这种效果更加明显。在平面广告设计中,也常常利用楔形形状制造三度空

间,不过这些楔形形状一般都很巧妙,有的利用溪水,有的利用小径,有的甚至利用天际线等。倾斜并不局限于图形中的特殊形状,而是适用于整个图形域。在等角透视图,倾斜平行的边界框架成为构图的基础,因此赋予平静场景的构图以一种整体运动的感觉,从而给主体以强烈的动力经验。

(2) 变形式样

上面已经论述了倾斜能够产生动力,因为定向倾斜总是被自然知觉为偏离了“正常”位置。但上述所说的倾斜,主要是指形状在位置上的偏离。实际上,偏离也包含着形状的“变形”。倾斜和变形的区别在于:倾斜是偏离了其所应该处于的“正常”位置,而变形是指偏离了物体该是其“所是”的形状。平行四边形由于被看做是由长方形演变来的而获得了它的动力,而菱形则是由正方形变形而呈现出了动力。圆形其实也具有动力,只是因为它的视觉力是向各个方向均匀发射的,这些力都被互相抵消了,所以圆形才看起来呈现静态特征。而在椭圆和长方形中,有方向性的张力是沿着主轴发射的,所以形成了明显的动力。

(3) 频闪式样

频闪式样也是充分激起视觉动力的一种基本形式。所谓频闪,就是在整个视阈中,由于各个视觉对象的外貌和功能基本一致,但它们的某些知觉特征,如位置、大小及形状又不尽相同,在适当的条件下,这些集合体能够产生出一种同时性的动态效果。频闪运动效果的最典型例子是频闪摄影。所谓频闪摄影,就是在同一照片或由多张照片组成的系列中,显示出同一物体在运动中的各种位置,而由这一系列位置组成的顺序,就形成了物体的简单形状、一致的路径以及间隔变化。在高度和宽度上的形状相似性和变化渐进性诱使观看者把它们看成是变化的连贯事件,而不是一串彼此独立的形状,这一系列连贯的事件就具有强烈的动感。频闪这种知觉整体的活动性,又因为各个片段的相互重叠而得到大大加强。因