

基于“互联网+”的插画设计教学策略

——以插画在品牌包装中的应用为例

陈宜秀

(广州市纺织服装职业学校, 广东 广州 510000)

摘要: 在大数据、互联网交融发展的社会环境下, 网络资源、信息化平台给工作、生活、学习等方面带来了深远影响, 更促进了教育事业的变革和发展。“互联网+”教育使得教育教学活动更具共享性、互动性, 极其契合当代学生的个性化学习需求。插画设计课程关乎商业类、传统类插画, 以及网络上视觉应用等内容形式, 是现代设计中重要组成部分。通过将互联网融入到课程教学中, 能够有效提高课堂教学效果。本文立足“互联网+”视域, 分析插画运用于包装设计的作用, 结合插画教学现状, 重点研究了互联网促进插画课程教学的创新策略。

关键词: 互联网+; 插画设计; 品牌包装; 教学

在互联网、大数据技术交织发展的社会环境下, 插画设计的应用领域已经不再局限于出版领域, 更是与影视动画、服装设计、广告设计等行业具有极强的联系。

当前的插画设计在围绕二维平面展开的同时, 更出现在了多维平面设计中, 不断向专业化、产业化方向发展, 体现出较强的创新、应用性。在日益变化的社会竞争环境下, 插画设计行业对人才的应用、创新能力提出了更高的要求。

为了确保插画设计人才满足现代社会市场需求, 学校和教师应认识到互联网对教育教学改革带来的机遇, 有效衔接社会实际和课程教学活动, 促进教育教学创新, 以增强专业人才的社会适应能力、行业适应能力。

一、插画在包装设计中应用的作用

通过将插画运用于包装设计领域, 具有以下几方面的现实应用意义。

(一) 提高艺术性

在包装设计领域, 伴随人们生活水平提高, 越来越追求包装的审美性、艺术性。对于具有较强审美、艺术性的包装, 很容易吸引受众的眼球。而插画本身具有极强的艺术价值, 所以插画融入包装设计能够有效提升整体艺术性。

(二) 传递人文情感

诸多产品在包装设计中会注重艺术、人文情感, 如药品类包装, 若能展现人文情感, 就能给消费者带来正面引导, 提高产品宣传效果。而插画在图案、色彩、构图等方面的合理设计, 能够很好地传递产品的人文情感。

(三) 形成品牌效应

在进行产品宣传时, 若品牌能够体现出独特个性, 就能获得良好宣传效果。而插画恰好能围绕产品价值、类型进行个性化设计, 对品牌效益的提高具有重要作用。

二、当下插画设计教学现状分析

(一) 授课内容与社会需求存在距离

在社会经济转型发展、新兴产业不断壮大的社会环境下, 插画设计行业的人才需求不断扩大, 再加上信息技术条件的支持, 插画设计不断向数字化方向发展, 给商业领域带来了创新发展的活力, 如广告海报、文创产品、服装服饰等。

但是, 在诸多学校的插画设计课程上, 教材内容更侧重于理论性内容、作品鉴赏方面, 与实际生活、应用领域的联系不密切。在这门课程作业的布置上, 更多是进行作品绘制, 而不是作品应用。在教育实践教学环节, 多讲授表现技法, 较少引入软件、新媒体等教学内容。

在市场经济环境下, 商业类插画具有广泛的应用领域, 更强调作品设计的实用价值, 需要根据甲方提出的意见、方向, 调查受众的审美偏好, 设计出满足甲方和产品受众需求的作品。但是, 学校插画课程教学实际与插画市场存在脱节的现象, 给学生走向就业、创业道路带来了困难。

(二) 教师专业能力有待提高

从我国市场发展角度看, 在插画设计领域人才培养上, 存在较大的空缺, 文化企业、媒体机构、出版社等都急需这方面的专业人才。这样, 学校往往难以吸纳具有丰富设计经验的人才。同时, 职业学校更关注专业课程知识, 对插画设计课程重视程度不足。

当前, 在教授插画设计的教师队伍上, 部分教师的专业素养、设计能力有待提高, 更缺乏一定的从业经验, 阻碍了教学效果的提高。诸多学校受限于教师自身的教育能力和水平, 且缺乏丰富的经验, 难以让学生接受专业化的教学指导。

此外, 部分学校、教师对学生插画设计实践技能的培养投入的精力较少, 更多只教会学生运用软件进行简单设计。这样, 由于缺乏系统性的学习, 学生对知识的掌握不够深入, 更难以形成较强的职业设计能力。

(三) 教育教学形式缺乏创新性

在艺术数字化的发展方向和背景下, 插画表现形式不断向多元化发展, 更与新媒体、网络技术产生了密切联系。因此, 学校在开展插画设计教学活动时, 不能局限于教材知识的传授, 也不能仅围绕基础绘画技能开展, 而应立足学生长远发展目标, 注重创新思维和能力的培养。

在当前的插画设计教学中, 教师更多是进行理论阐述, 再借助多媒体、手绘形式开展活动。在案例分析、理论教学的实践环节, 学生停留在知识的被动接受状态, 难以体现其主体性地位, 也就很难激发起自主学习热情, 难以取得理想化学习效果。

其次, 插画设计课程课时安排较少, 学生很难在有限的学习

周期内掌握插画设计知识,其创新能力很难得到提高。

三、“互联网+”下插画设计教学创新——以插画在品牌包装中的应用为例

(一)优化教学内容,衔接时代需求

插画课程教学应找准社会对人才需求的定位,关注学生艺术修养、专业能力的提高,促进插画设计课程获得持续发展。在互联网时代要求下,插画设计应用呈现出动态化、数字化特征。

为了确保学生能力与社会需求相衔接,教师应注重插画设计教学内容的优化,选取社会上热门的应用技能补充课程知识,如插画设计在品牌包装中的应用。在讲解类似的内容时,教师可以将其与相关技术课程进行结合,如手绘、数字绘画技术等,让学生对应用型知识产生更深入地理解,强化其创新思维。

在不同的网络平台环境下,其文化、审美意识存在较大差异,这就需要在进行品牌包装的插画设计课程时,关注网络市场需求,针对性地衔接时代需求。

在互联网资源的支持下,教师可以选取知名品牌包装,让学生们获得创新设计的思路。比如,在引入“农夫山泉”品牌的童话系列的插画包装时,让学生们观察围绕长白山为主题创作的春、夏、秋、冬插画布景,其丰富而不失温暖的色彩能给人带来无穷想象力。

在呈现和介绍品牌包装引入的插画设计元素时,教师可以从网络中搜集鞭炮、祥云、舞狮子、祥云等元素,让学生了解不同产品品牌的插画创作风格。这样,既能丰富学生艺术创作经验,更能使其深入地了解和把握市场动态。

(二)加强理论实践联系,提高学生综合能力

插画设计最终要指向应用和实践。因此,在插画设计教学实践中,教师不能仅关注绘画技巧的传授,要注重学生在艺术实践水平方面的提高。

在互联网的支持下,教师应结合市场动态优化实践教学,拉近学生与市场的距离,使其关注行业、企业的实际需求,更好地了解插画设计形势,加深其对插画文化、知识的理解,刺激学生产生设计兴趣和创作动力。

在实践实训层面,教师要尽可能地实践内容与现实相契合,通过网络、新媒体平台引入社会项目,发挥校企合作的优势,让学生借助互联网平台积累设计经验,促使其团队协作、创新能力得到有效培养。

在插画设计的实践教学活动中,教师可以将“插画与包装设计”设计为项目实践或竞赛主题。例如,教师可以呈现德国药品“Aeskulap”的插画设计包装,介绍以手绘方式展现原料的简洁性,包装独特特性。

在活动中,教师可以让学生们围绕国内外某款产品,从颜色、构图或图案方面进行优化设计,体现不同文化特色,根据产品的功能、类型,以及产品的宣传重点,以新颖或稳定的方式进行合理设计。

(三)创设网络情境,合作解决设计问题

在网络资源、信息化平台的支持下,插画设计教学可以实现线上线下衔接,构建网络学习和设计情境。

在课前,教师可以将教学目标、优秀品牌包装、微课程等内容整合为学习资源包,以公共平台分享的形式让学生们进行课前

预习,再向学生们推荐插画设计的相关公众号,让学生们进行了解。

然后,学生们可以通过扫码方式了解知识,及时向教师反馈难点问题。在汇总疑难和重点问题后,教师可以对网络教学情境进行设计,利用网络信息手段发布课程任务、展开线上互动答疑等。由于微信平台的公众、社会属性,学生可以汲取其他行业人员、美术爱好者的经验。

在构建网络学习情境的同时,教师要将线上学习活动的问题转移至线下解决,让学生们以分组形式对学习任务进行交流,再进行小组汇报展示。

然后,教师应关注各个小组的集中展示和汇报的情况,让各个小组对其中问题进行针对性解决。例如,在学生们围绕品牌包装设计的插画设计元素、宣传重点进行汇报时,教师要引导学生关注品牌包装企业对情感表达方面的需求,在主干设计上融入情感表达内容。如百雀羚三生花系列产品,插画中设计的女主角身着民国服饰、发饰,能够在情感层面唤起老一辈人对于老上海与百雀羚有关的回忆,自然融入了情感元素。

(四)拓展线上设计活动,加强教学评测

在互联网、新媒体技术的支持下,诸多知名插画师也会通过网络分享设计经验。这时,学校和教师可以通过联系专业插画师、企业,开启线上设计课程,与具备实力的插画师建立长期的教学合作关系,定期开展讲座、沙龙等活动,让学生在专业插画师的引导下进行设计实践。

在线上授课平台的支持下,教师、插画师和学生可以进行互动,共同对设计作品进行评价,使评价主体更加多元化,评价更具专业性。同时,对于专业沙龙、讲座中未能理解的知识,学生可以通过平台与教师进行实时沟通、分享,这样新颖、和谐的学习氛围,能够激发学生创作设计灵感,促使其主动进行创新设计,提高其学习能力。

不论是插画师还是教师线上授课,均可以利用微信、QQ等平台与学生进行线上互动,对其线上作品反馈进行客观诊断和分析,纳入考核成绩的一部分。

三、结语

综上所述,互联网+对插画设计教学改革、教育技术更新具有重要作用,为插画设计教学与市场衔接提供了通道。因此,教师要利用好互联网资源、信息化平台等,将“插画设计在品牌包装中的应用”引入课程内容,确保教学内容与时代、社会相接轨,再通过理论联系实际、构建网络情境、开展线上设计活动等方式,为学生提供开放式的创新学习环境,从而促使学生成为具备应用能力、创新思维的人才。

参考文献:

- [1] 李祯祯.浅析插画在中华老字号品牌包装设计中的价值研究[J].西部皮革,2019,41(20):19,21.
- [2] 曹广,张潇.商业插画在包装设计中的应用与表达[J].艺术科技,2019,32(3):174.
- [3] 杜静怡,徐旸.插画设计课程信息化教学模式改革探究[J].美术教育研究,2019(23):100-101.
- [4] 华佳.互联网创新教育视角下视觉传达设计专业插画教学改革研究[J].大众文艺,2019(6):204-205.