

基于儿童认知的博物馆研学IP形象设计研究

——以浙江自然博物院(安吉馆)研学项目为例

章小艳, 程嘉萱*

浙江农林大学暨阳学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2022年10月21日; 录用日期: 2022年11月26日; 发布日期: 2022年12月6日

摘要

文旅融合的大背景下, 博物馆作为承担教育职能的重要机构, 推出的博物馆研学产品广受大众好评。IP作为一种价值标签和传播连接, 对博物馆研学活动宣传起着重要作用, 但如今博物馆研学IP形象设计还存在很多问题。本文基于儿童认知发展的规律, 以浙江自然博物院(安吉馆)研学活动为设计对象, 结合儿童群体的特殊性, 塑造与浙江自然博物院(安吉馆)特色相结合的IP形象, 探讨博物馆研学IP形象对儿童的教育意义, 分析拟人、有趣的IP形象对博物馆研学活动的可持续发展的推动作用, 为博物馆研学IP形象设计与研究提供一定有益的借鉴。

关键词

儿童认知发展, 博物馆研学, IP形象设计

Research on IP Image Design of Museum Research Based on Children's Cognition

—Taking the Research Project of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum) as an Example

Xiaoyan Zhang, Jiaxuan Cheng*

Jiyang College of Zhejiang A&F University, Shaoxing Zhejiang

Received: Oct. 21st, 2022; accepted: Nov. 26th, 2022; published: Dec. 6th, 2022

Abstract

In the context of the integration of culture and tourism, as an important institution undertaking

*通讯作者。

文章引用: 章小艳, 程嘉萱. 基于儿童认知的博物馆研学 IP 形象设计研究[J]. 设计, 2022, 7(4): 104-109.

DOI: 10.12677/design.2022.74015

the educational function, the museum research products launched by the museum are widely praised by the public. As a value tag and communication link, IP plays an important role in the promotion of museum research activities, but there are still many problems in museum research IP image design. Based on the law of children's cognitive development, this paper takes the research activities of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum) as the design object, understands the particularity of children groups, shapes the IP image combined with the characteristics of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum), discusses the educational significance of the IP image of museum research for children, and analyzes the role of anthropomorphic and interesting IP image in promoting the sustainable development of museum research activities. It will provide some useful reference for the design and research of museum research IP image.

Keywords

Children's Cognitive Development, Museum Research, IP Image Design

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着“双减”政策的不断深入与推进,博物馆研学进入大众视野。博物馆,即典藏人文自然遗产等的文化教育机构[1],博物馆的性质决定着博物馆拥有得天独厚的优势可以满足“双减”政策下人们的科学科普教育的需求。浙江自然博物院(安吉馆)博物馆举办研学活动,能够充分发挥博物馆藏品的教育意义,以科学、真实的口吻阐述文化,以道德、专业的方式科学科普,以互动、创新的方式体验文化。博物馆研学的IP形象建立,可以推动博物馆研学活动多方面的发展,满足人们多元化的需求。设计基于儿童认知的博物馆IP形象是时代要求,分析博物馆研学IP形象设计现状,分析解决问题,构建符合儿童群体的心理和行为特征的IP形象系统框架,总结设计浙江自然博物院(安吉馆)博物馆研学的IP形象。

2. 博物馆研学IP形象设计现状

从“陈列”与“展示”,到“保管”与“研究”,再到“传播”与“教育”,“教育”为首的博物馆职能越来越凸显[2]在“双减”政策的环境下,博物馆研学的队伍逐渐庞大起来。在博物馆里举办研学活动,充分发挥博物馆藏品的教育意义,促进学校与社会资源博物馆进行对接与交流。

博物馆的IP形象对研学活动的宣传起着重要作用。但现如今,大多的IP形象设计存在设计同质化、理念陈旧、缺少互动创新和缺乏年龄针对性等问题,还需要不断的完善。

良好的IP形象能够为博物馆研学活动带来的巨大的社会效益、良好的口碑和良好的经济效益,但市场上很多的IP形象大同小异,相同的设计模式,出现了大批量的贴图设计,相同的实体玩偶、标志徽章,导致大多的IP形象设计同质化。不仅如此,很多博物馆研学的IP形象设计理念出现误区,博物馆研学IP形象并不是博物馆的代表藏品,也不是博物馆形象。博物馆研学的IP形象设计的本质就是讲一个好故事,去塑造一个好形象。而对于博物馆研学的IP形象设计,如何利用博物馆的自身独特的文化优势去建立专属性、创新性、个性化强的IP形象是值得思考的。

博物馆研学活动的主要受众群体是学龄期儿童,所以解决博物馆研学IP形象设计缺乏年龄针对性的问题,需要塑造基于儿童认知发展规律的博物馆研学IP形象。在进行设计的过程中,需要遵循学龄期儿

童的特征,以学龄期儿童为视角,激发多感联合,更好地调动儿童积极性;以趣味生动的形象,更佳地吸引受众注意力;以互动创新的设计,更能与受众产生情感共鸣,推动儿童理解博物馆研学活动的核心理念。

3. 基于学龄期儿童的 IP 形象设计

3.1. 学龄期儿童心理和行为特征

国内的教育部门根据人的成长情况,将儿童分为婴儿期(0~1岁)、幼儿期(1~3岁)、学前期(3~6岁)、学龄期(6~12岁)以及青少年期(12~18岁)五个阶段[3]。6~12岁的学龄期的儿童是博物馆研学IP形象的主要受众人群。学龄期儿童正处于小学阶段,处于正式教育的开端阶段。而学龄期的儿童已具备自我阅读和初步的逻辑思维能力,加上这个阶段儿童的好奇天性,他们是博物馆研学发挥教育职能最有效的群体。

从心理上分析,学龄期儿童对周围事物感知的思维迅速发展,随着观察力和认知能力的不断提高。学龄期儿童对周围环境和事物的改变,变得更加敏感,并且在感知之后能够做出及时反映。例如视觉感知中,学龄期儿童普遍偏好红色、黄色和绿色三种颜色,偏爱明亮且纯度较高的色彩。高明度和高纯度的颜色在活动中让孩子更加积极活跃。在记忆层面,学龄期儿童在义务教育下,随着大脑不断发育,记忆能力的时效性得以加强,可以进行记忆与思考结合的分析活动。在想象层面,学龄期儿童在这个阶段的认知逐渐从具象化认知转化为抽象化认知,同时想象力也在不断地发展,学龄期儿童有意识有目的的想象中,创造性的想象同时促进现实活动行为。

在行为能力方面,学龄期儿童在义务教育下,抽象逻辑思维更加完善,懂得输出自我感受,分享自我成果。在注意力层面,学龄期儿童的注意力在发展的过程中,逐渐集中并且可以及时的获得有效信息。鲜明的色彩、多变的结构往往能够吸引学龄期儿童集中注意力,但注意力集中的稳定性较差,有一定的时效性。学龄期儿童的注意力集中时间维持在20~25分钟,在主要集中的这段时间里,学龄期儿童获取信息的能力最为高效。在语言层面,学龄期儿童在义务教育后,逐渐构建较完整的语言体系,从原来的口头语言逐渐转变为书面语言。在个体差异不同情况下,不同儿童的自我表达与沟通能力都不同。作为倾听者,面对学龄期儿童应该有更多的耐心去理解与交流。在实际操作层面,在生理上的进一步成长,学龄期儿童能够进行较精准的手工活动,并且拥有一定的耐性和运动量,所以在活动中设计互动设计更能够激发儿童的积极性。

3.2. 基于学龄期儿童的 IP 形象设计原则

如今,博物馆研学IP形象设计呈现多元化的方向发展,色彩是IP形象设计中较为重要的一部分。随着认知能力的提升,学龄期儿童辨识色彩的能力逐渐增强,也逐渐对色彩有了心理反应。从明度和纯度上看,学龄前儿童更青睐高亮度、高纯度的色彩。所以在博物馆研学IP形象设计中,应该遵循使用高饱和度色彩的原则,更能在众多产品中脱颖而出。

博物馆研学IP形态设计主要遵循拟人设计、趣味设计和互动设计原则。遵循拟人设计原则,学龄期儿童主要通过他们的感知现有存在事物进行对世界的认识。特征明显、颜色丰富的自然生物形态可以给孩子带来丰富感官体验,加深他们的认知。遵循趣味设计原则,基于学龄期儿童的教育读物来看,学龄期儿童对于简单、夸张、可爱的形象记忆更加深刻。所以在设计博物馆研学IP形象时,要以趣味性为主。加强博物馆研学IP形象的故事性,以有趣的IP故事去阐述传达的思想理念。我们应充分考虑儿童对知识的理解力,确保儿童能够用自己的认知结构吸收知识[4]。遵循互动设计原则,“在互动中学习,在学习中行动”是学龄期儿童在这一阶段主要的学习模式。对于学龄期儿童的教育,大多采用的是反复实践和多次的累积而形成的。所以,根据这一认知特征,博物馆研学IP形象设计中应注重IP形象在活

动过程中与儿童之间的互动。

4. 浙江自然博物院(安吉馆)研学项目 IP 形象设计实践

4.1. 浙江自然博物院(安吉馆)研学项目 IP 形象设计定位及表现



Figure 1. IP image design of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum)

图 1. 浙江自然博物院(安吉馆) IP 形象设计



Figure 2. IP image action design of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum)

图 2. 浙江自然博物院(安吉馆) IP 形象动作设计

由于大多数的博物馆研学的 IP 形象设计中缺乏年龄针对性, 针对此问题, 基于儿童认知发展特征, 围绕学龄期儿童的年龄特征, 结合了学龄期儿童的心理和行为特征, 塑造拥有浙江自然博物院(安吉馆)特色的以“自然”、“萌趣”为主题的 IP 形象(见图 1)。

在造型层面, 考虑到学龄期儿童对可爱玩偶的热衷度, 此次的 IP 形象主要呈现的视觉效果就是毛茸茸和软乎乎。考虑到在互动过程中的安全问题, IP 形象主体整个人形化的, 便于在活动中与孩子互动。

整体可爱的、亲人的视觉风格,让 IP 形象更具有亲和力,这样的 IP 形象可以给孩子安全、柔和的感觉。在色彩层面,在基于学龄期儿童对色彩的心理特征,IP 形象设计中色彩的运用,结合实物材质的考虑,主要采用的颜色就是狮子本体的黄色,在装饰物中加入体现“自然”理念的绿色和从浙江自然博物院(安吉馆)建筑特色中提取的红色。IP 形象表情的设计主要为了体现亲人感和可爱,IP 形象系列的表情设计都是走可爱路线(见图 2)。

本次设计主要针对浙江自然博物院(安吉馆),主要从浙江自然博物院(安吉馆)、狮子活动主体进行元素选择。从自然出发,选取万兽之王“狮子”的卡通形象为设计主体,利用孩子已经熟悉的形象和已存在的“狮子王”的概念相结合。成为“狮子王”需要历练,与活动主题“童心放野计划——做回自然的孩子”统一。并且提取了浙江自然博物院(安吉馆)的建筑特色,转换为特殊的梳子发卡,来凸显出 IP 形象与主题的呼应。其他装饰是叶子和手中的旗子,叶子是自然象征元素之一,同时为 IP 形象打造可爱萌趣的形象。手中的旗子凸显活动主题,并且以此为互动基础,小狮子挥动着主题旗子,表示热烈欢迎。

4.2. 浙江自然博物院(安吉馆)研学项目 IP 形象设计的延展应用



Figure 3. Extended application of IP image design of Zhejiang Natural Museum (Anji Museum)
图 3. 浙江自然博物院(安吉馆) IP 形象设计的延展应用

在媒体融合的环境下,浙江自然博物院(安吉馆)研学项目 IP 形象设计延展应用,不再拘泥于单一的玩偶和“复制粘贴”的贴图产品[5]。在 IP 形象设计的产品延展中,基于学龄期儿童的心理和行为特征,产品可以通过结合 IP 形象设计学习用品和益智玩具,让延展应用产品拥有实用性和可玩性。贯穿儿童学习与玩的生活。产品可以包括儿童文具、儿童水杯、书包、拼图、积木等。每一款产品都与设计元素产生联系(见图 3),每一款产品都可以进行儿童自己 DIY 设计,提高儿童的主观能动性。满足受众多样化的需求,同时也能有效地传达 IP 形象设计的核心理念。

此次浙江自然博物院(安吉馆)研学项目中 IP 形象也将作为一条主线,贯穿整个活动。在活动中充分的展现 IP 形象的属性。在活动中 IP 形象在将会扮演着不同的角色,推进活动的发展,陪伴孩子。例如在“寻找蛛丝马迹”的儿童剧本杀活动中,浙江自然博物院(安吉馆) IP 形象安安将会扮演丛林部落警长,带领着孩子进入“小小侦探”的角色,走进故事中去,深入自然丛林,寻找线索,找到真相。在互动中,为了 IP 形象安安与孩子们可以有更好的互动交流,所以,赋予 IP 形象安安可以沟通交流的能力。基于

此次浙江自然博物院(安吉馆)研学项目的主要受众学龄期儿童的心理发展阶段特征, 让 IP 形象从外观、功能、个性化方面升级, 与孩子在活动中更亲近的互动接触。

同时, 为了展现 IP 形象和浙江自然博物院(安吉馆)研学项目主体, 在延展应用产品的设计中, 满足学龄期儿童多样化、多元化需求的同时, 展现“自然理念”, 结合博物馆藏品, 打破传统延展应用产品的设计思路, 结合“真植物”去做延展产品。在设计过程中, 运用多种色彩, 吸引受众, 呈现设计的理念与活泼感, 张扬 IP 形象的可爱风格。

5. 结语

随着时代发展, 博物馆研学活动与 IP 形象设计正处于“共生”、“共赢”、“融合”的阶段。IP 形象作为博物馆跨媒介运营的延展强有力的工具, 需要突破博物馆研学 IP 形象设计现状, 用基于儿童认知发展的视角创造凸显博物馆研学特色的 IP 形象。本文展现了基于儿童认知发展的博物馆研学 IP 形象设计的重要性, 为当下博物馆研学 IP 形象设计提供新视角, 希望未来博物馆研学 IP 形象设计更重视儿童群体, 让博物馆成为重要的儿童教育场所, 让博物馆研学成为重要的儿童教育方式。

参考文献

- [1] 王宏钧. 中国博物馆学基础[M]. 上海: 上海古籍出版社, 1990.
- [2] 马敏捷. 博物馆教育职能发挥下的儿童文创产品开发[J]. 家具, 2022(2): 93-97.
- [3] 王蔚. 基于儿童视角的古生物化石文创产品设计与研究——以甘肃省博物馆为例[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2022.
- [4] 孙丽萍. 基于儿童认知发展理论的自然博物馆文创产品设计研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东工艺艺术学院, 2022.
- [5] 石一君. 南越王博物院所藏虎节 IP 形象设计与推广探析[J]. 文创天地, 2022(5): 113-115.