

姜殿荣,贾显锋,何雪杨. 以主题人物带动气象科普品牌创新[J]. 陕西气象,2020(2):64-67.

文章编号:1006-4354(2020)02-0064-04

以主题人物带动气象科普品牌创新

姜殿荣¹,贾显锋¹,何雪杨²

(1. 柳州市气象局,广西柳州 545001;2. 鹿寨县气象局,广西鹿寨 545600)

摘要:随着人们对气象关注度的提升,如何紧跟需求,做好气象科普工作,研发广受欢迎的科普产品,是气象科普工作人员亟待解决的问题。结合品牌建设 with 品牌营销推广的优势,以气象科普主题人物为引导,通过品牌效应开展气象科普创新是一个很好的途径。

关键词:气象科普;品牌;创新

中图分类号:P49

文献标识码:B

“品牌”作为外形设计中的一种重要影响因素,已经越来越受到重视^[1]。品牌打造通常用于商业产品推广与营销。在公众科普工作中,科普人员将重心更多地放在活动和宣传上。将品牌效应用在科普工作中,以品牌创新带动科普发展是迎合市场、提升科普知名度、广誉度的一个好途径。通过对气象科普需求、公众满意度调查发现,以主题人物带动气象科普品牌创新是拓展气象科普建设的一个好方法。

1 主题人物设计

在主题人物设计过程中,考虑了很多个版本:有将广西民族风情与柳州最美花海的紫荆花融合的地方特色风格;有以气象图标拼接设计而成的现代简约风格;也有将气候特点与地域特征相结合的混搭设计等。纵观这些设计,从气象科普活动受众人群年龄段与主题人物的创作初衷考虑,受众人群多为少年儿童,科普主题人物是为科普产品研发、气象知识普及推广服务的,人物形象与名字易于大众记忆熟知这点尤为重要。

风和云是人们直观天气变化时最常见的两种元素,以风和云为主导,设计的风阵阵、云朵朵这两个科普主题人物,是最为通俗易懂、活泼生动的

作品方案,柔和的云、雷厉的风又恰巧呼应了人物的性格特点。作为气象科普小卫士的云朵朵、风阵阵,有时候通过切身经历以讲故事的形式来传授气象科普知识^[2];有时候变身小主持人为大家传授气象科普知识;有时候又是小小警示员,提醒大家面对气象灾害应该怎么做,为设计人员带来无限创作和遐想的空间。

1.1 云朵朵

1.1.1 人物设计 云朵朵以云为基础造型,拟人化成可爱亲切的卡通形象,萌萌的大眼睛、偏动漫的脸让她更具亲和力。如图1所示,云朵朵发型由中国传统祥云图案演化而来,裙子上既有传统云盘因素,也有气象部门专用标识的云图案印记,裙型似云朵,色彩搭配上也以白色为主色调。

1.1.2 人物特点及背景 为了更好地开展气象科普工作,切合天气风云变幻的寓意,在设计过程中,不断地修改云朵朵的造型细节,从传统吉祥云中提取了一些造型元素,融入人物的发型和衣服中,让云朵朵既是云朵幻化成的卡通人物,又有“如意”之意。色彩搭配方面也不断尝试,最后还是以偏蓝的冷白为主,整体协调统一,让这朵云活了起来,形象契合名字。云朵朵是一名来自云

收稿日期:2019-07-19

作者简介:姜殿荣(1979—),女,黑龙江鸡东人,硕士,高工,主要从事气象科技服务、应用气象工作。

基金项目:广西壮族自治区本级财政科研计划项目(桂科 AD17195031);柳州市科学研究与技术开发计划项目(2017BH70302)。

王国的小女孩,活泼可爱、聪明好学,对气象知识有很大的了解和学习热情,也很喜欢分享气象科普知识,经常带领大家一起学习气象科普知识。

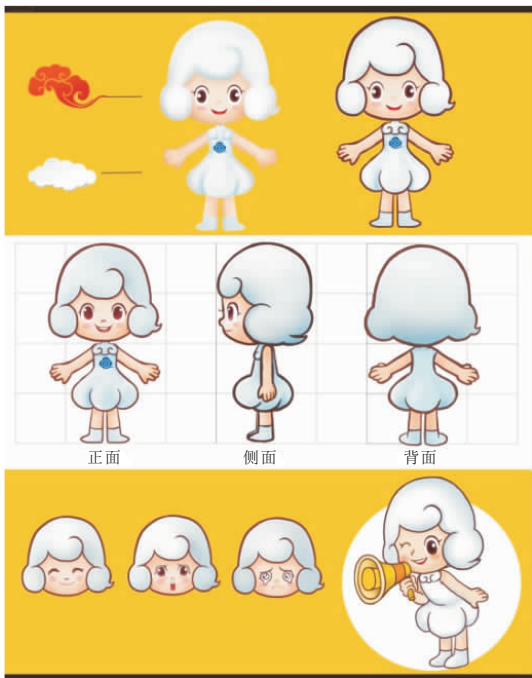


图1 主题人物云朵朵设计图

1.2 风阵阵

1.2.1 人物设计 风阵阵设计过程中以“风”为切入点,并联想到风车、飞行等,所以人物以风车为造型元素。色彩以天空蓝和白色为主,跟云朵朵色系相配,红色点缀,加上彩色的风车,既蕴含了气象知识,又展现了风的童趣。风阵阵的发型由台风演化而来,配饰为风目镜,衣服上有风车印记,裤子和鞋子隐含有与温度相关的元素,人物形象如图2所示。

1.2.2 人物特点及背景 风阵阵像一名驰骋翱翔蓝天的小飞行员,有着冒险和探索精神。他是一名来自风王国的小男孩,性格直爽、爱动脑筋、好学爱问,对气象知识的学习有很大的热情,也很喜欢分享气象科普知识,经常带领大家一起学习气象科普知识。

1.3 软件选用

在云朵朵、风阵阵设计绘图上,主要采用手绘板(又称数位板)、PS画图软件进行基本造型和上色,定稿后再采用 CorelDraw 软件来画矢量图。

为了让画面细腻、色彩明亮,手绘板的压感等级选用 2 048 M,分辨率为 5 080 LPI。



图2 主题人物风阵阵设计图

2 品牌铸就

气象科普是气象与公众联系的重要纽带,也是气象防灾减灾的重要平台之一^[3]。气象科普工作的拓展提升更有利于公众熟悉气象、了解气象,对于气象这门与大众生活、工农业生产都息息相关的边缘学科,公众理解、支持度的提升会更有利于气象部门各项工作的开展。

2.1 以主题人物为引领铸就品牌

以主题人物引领铸就品牌较明显的成功案例,多体现在商业动画上。如:“海尔兄弟”、“虹猫蓝兔”、“熊大熊二”不仅是动画中的主题人物,还促成了以其为主打名的品牌服装、玩具、儿童饰品等商业产品。随着国家和社会对科普工作重视度的不断提升,科普创新、打造品牌科普成为科普发展的主要方向。科普以公益为主,在没有品牌营销经费的情况下,利用现有科普资源仍有较为广阔的宣传空间和受众群体,如:基地科普活动中推广应用,与其他科普部门合作推广,利用科技月、科技周、科技日等宣传推广等。科普主题人物可以增加辨识度,提升科普产品的趣味性、生动性、

故事性,引领科普品牌铸就和科普产品创新。

2.2 气象科普品牌打造

就气象科普而言,气象知识包罗万象,奇妙有趣。气象科普主题人物可以赋予气象科普产品生命和情感,增加灵动性,在个性品牌打造中发挥重要作用。以云朵朵、风阵阵为角色创作的科普故事、科普教具、系列科普动画在传播气象科普知识、增加品牌知名度等方面,更能引发公众的关注和喜爱。表1为2019年4—6月以云朵朵、风阵阵等“品牌”主题人物带入的科普短文、科普动画在网络平台发布情况统计。可以看到对比其他气象科普产品,有“品牌”主题人物带入的科普动画和短文更受浏览者欢迎。

表1 2019年4—6月“品牌”主题人物带入的科普短文和动画在网络平台发布情况统计

网络平台	浏览量/次	点赞量/次	关注率/%
微信公众号	143	94	77.4
微博平台	587	431	61.9
官方网站	139	87	67.3
其他科普平台	105	63	59.1

3 产品设计与科普创新

3.1 故事带入让科普产品更生动

故事具有吸引人注意力的力量,具有强大的感染力^[4]。根据人物特点,以故事方式展开的科普产品,通过人物角色讲解将科普知识串联到故事情节中,让公众在故事中学习气象知识,这种模式运用在动画、图书、短文等科普产品中,让原本枯燥的气象知识更加生动活泼、引人入胜。

3.2 互动模式下的科普创新

通过对2014—2018年科普专题活动调查发现,家长们更喜欢让孩子参加亲身体验的寓教于乐的科普互动游戏,孩子们在具有挑战性的组队式科普互动游戏中表现的兴致更浓厚。目前,通常科普活动以模型、实地现场参观讲解为主,互动式的科普教学模式相对较少,这就需要科普工作人员不断探索创新。

3.2.1 科普教具

以科普主题人物为主导创作的科普教具,更为生动、有趣。寓教于乐,在动手拼装中不知不觉学到相关的知识。如图3所示,就是根据科普主题人物和风级歌结合设计的一款风车拼装教具,包含风级歌风车的正面、背面和成品图。在科普实践教学中,这款风级歌风车拼装受到小朋友的喜爱。



图3 风级歌风车拼装教具正面、背面、成品图

3.2.2 科普游戏 科普游戏以电子类科普游戏和现场角色参加游戏为主。电子类科普游戏的优点是:不受时间人数限制,可以直接在手机、电脑等电子平台上开展。有主题人物的电子科普游戏更具延续性和情节性,更容易吸引玩家注意。在各类科普活动中,由参观者加入角色,现场开展的多人集体游戏活动更有利于激发参观者的想象力、思考力、团队意识,更有利于知识记忆,可以取得较好的科普成效。科普主题人物扮演以及游戏项目体验等,在现场角色参加游戏中都受到欢迎。

3.3 地方特色让科普更受欢迎

因各地地形地貌不同,气候和天气特点也有所差异,结合本地天气、气候特点,开展针对性的特色科普更能迎合公众的气象知识需求,有利于气象防灾减灾工作的开展。依托主题科普人物,以具有地方风情特色、民俗特色、生活特色的人物着装、场景配备来开展气象科普宣教普及工作,将更为温馨、体贴,受到公众欢迎。

4 小结

伴随时代的不断发展,气象科普工作者也需要不断地开拓创新。以主题人物带动气象科普品

牌创新,是在多年的科普工作实践经验中,通过对公众需求和科普工作探索总结出新的创新办法。以品牌人物带动印象记忆,进行多领域气象科普创新,将更好的服务产品呈现给公众。品牌创新需经历产品、应用、认可到推广这一历程,气象科普品牌虽然以公益为主,但是也是要经历这一过程。目前,以科普主题人物为品牌引领,已创作气象科普图书、科普教具,科普游戏等,并取得了一些成果,后期还需要通过不断的推广应用、改进优化。

参考文献:

- [1] 朱舟. 品牌效应在产品外形设计中的意义研究[J]. 赤峰学院学报(自然学版), 2015, 31(1): 152-153.
- [2] 姜殿荣, 何雪杨, 邓明明. 气象科普防灾减灾电子书刊设计制作[J]. 气象研究与应用, 2015, 36(4): 124-126.
- [3] 姜殿荣, 刘锋. 用Flash设计制作气象科普产品优势探讨[J]. 陕西气象, 2017(3): 46-48.
- [4] 姜殿荣, 冯晓玲, 刘锋. 如何开展气象科普工作[J]. 中国科技信息, 2015(15): 135-136.