

中国动漫游戏产业论

China Animation and Games on Industry

陈少波 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

中国动漫游戏产业论

China Animation and Games On Industry

陈少波 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

中国动漫游戏产业论/陈少波著.—北京:中国广播电视出版社,2008.4

ISBN 978-7-5043-4906-4

I.中… II.陈… III.①动画—产业—研究—中国②游戏—产业—研究—中国 IV.J954 G898

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 030393 号

中国动漫游戏产业论

陈少波 著

责任编辑 王本玉

封面设计 孙 昊

责任校对 张小萍

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 杭州艺文报刊印务有限公司

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16

字 数 316(千)字

印 张 19

版 次 2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

印 数 1000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-4906-4

定 价 38.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

浙江省社会科学规划课题(06JDCB013YB)研究成果

国家动画教学研究基地(浙江传媒学院)研究成果

浙江省社会科学重点研究基地“传播与文化产业研究中心”研究成果



前言

近年来,动漫游戏已逐步成为令人瞩目的一个产业门类。随着计算机技术、网络技术的广泛应用于动漫游戏领域,动漫游戏已从单纯的以书为乐、以画为乐的个人行为,逐渐转变成各类以动漫游戏产品为基础而衍生出互动性、群体性乃至社会性的活动,“动漫游戏产业”应运而生。动漫游戏产品更多地以专业和市场的面孔出现,被称为 21 世纪最有希望的朝阳产业之一,不仅动漫游戏产品成为动漫游戏产业的主体,由此衍生的副产品也形成了庞大的产业链,如动漫游戏书籍、音像、服装、饰品、玩具、文具、食品、饮料、休闲、娱乐、会展、旅游等。中国动漫游戏也正在迅速发展成为这样一个巨大的产业。目前,我国已初步形成动漫游戏产品加工、研发、制作、播映、运营和衍生产品开发的产业链。

但是,中国动漫游戏产业化规模相比于国际动漫游戏产业呈现不成比例的状况,纵观中国动漫游戏产业的现状,其发展遭遇了由产业自身发育不足、产业环境建设不足、艺术创意观念落后和科技教育人才制约等几方面原因引发的“瓶颈”。我国动漫游戏产业目前基本还处于初始经营状态,远未形成产业化规模。我国骤然变得巨大的动漫游戏产业市场潜力正被外商大力挖掘,每年“流出”的利润达数十亿元之多。

在这样的基础上,中国动漫游戏产业如何“又好又快”地发展不仅是个产业经济的问题,也是个学术研讨的课题。为我国动漫游戏产业的发展出谋划策,是学界义不容辞的责任。面对中国动漫游戏产业发展现状,众多学者纷纷“把脉开方”,提出了不少真知灼见。本书作者作为一名曾在业界和政府机关履职的高校教师,也躬行其间,以此为选题,申报并获批了浙江省哲学社会科学规划课题。本书即是这一课题的探索成果。

相比于其他见之于报章杂志和图书目录的为数并不算多的论文和著作,



本书将探索的重点聚焦在中国动漫游戏产业发展相关联的诸如产业定位分析、产业历史和现状描述、产业集群比较、产业链打造、产业投融资体系构设、产业多元盈利模式创新、产业环境培育、产业品牌经营、产业资本经营、产业跨媒体经营、产业集团化经营、产业国际化经营等实质性、体系性和规律性内容上,并探索动漫游戏产业化与专业教育的关系、对人才素质的要求和人才培养模式。冀望通过这样的探索,构建起中国动漫游戏产业化体系框架和理论模型,并相应构建起中国动漫游戏专业教育体系框架和学科专业体系框架。

本书在形成过程中,力争凸显下列特点:一是本土性特点,所论紧扣“中国”二字,以大篇幅贴近中国动漫游戏产业发展现状,而非国外动漫游戏产业强国的“他山之石”的堆砌和网络中相关题材写作素材“金矿”的开掘;二是实践性特点,所论紧扣“实务”二字,均是从产业实际中提炼出来的当下中国动漫游戏产业发展所要破解的难题,而非在书斋里臆想出来的“学术纯品”,或是从国外改头换面贩卖进来的“舶来品”;三是操作性特点,所论紧扣“可用”二字,摒弃故弄玄虚的理论“弯弯绕”,企望中国动漫游戏产业的关联者“照方撮药”拿来就可用,能药到病除那是最好的了;四是思辨性,所论紧扣“理性”二字,虽然是“本土”、是“实务”、是“操作”,尚不敢忽略学术品位,尽力予其以学术理论观照,总结出时下风行的“模式”、“范式”之类,留下独立思考的成果。为体现上述“四性”,作者进行了大量的实际调研,也在文献资料中披沙沥金。正因为“十月怀胎,一朝分娩”,作者对本书犹如婴儿般寄予生长的希望,希图其能对我国动漫游戏产业的“发育”有所补益。果能如此,作者的愿望就完美地实现了。

当然,成效如何,要由本书的读者来定夺。

作 者

二〇〇八年三月



目 录

第一章 动漫游戏本体探源 / 001

第一节 动漫游戏的基本涵义辨析 / 001

第二节 动漫游戏的文化探源 / 007

第三节 动漫游戏艺术 / 009

第二章 动漫游戏产业概说 / 014

第一节 关于动漫游戏产业 / 014

第二节 关于动漫游戏产业化 / 016

第三节 关于动漫游戏产业与其他产业的关系 / 017

第三章 国外动漫游戏产业简述 / 033

第一节 国外动漫游戏产业发展的简要历程和现状 / 033

第二节 美国动漫游戏产业状况 / 035

第三节 日本动漫游戏产业概况 / 038

第四节 韩国动漫游戏产业概况 / 044

第四章 中国动漫游戏产业论析 / 049

第一节 中国动漫游戏产业的历史 / 049

第二节 中国动漫游戏产业的现状 / 066

第三节 中国动漫游戏产业的发展趋势 / 082

第四节 中国动漫游戏产业的发展“瓶颈” / 086

第五章 中国动漫游戏产业集群比较 / 099

第一节 动漫游戏产业集群概说 / 099

第二节 国内主要动漫游戏产业集群带发展现状比较 / 102

第三节 国内主要动漫游戏产业集群带发展现状分析和启示 / 114



第六章 中国动漫游戏产业链打造 / 123

- 第一节 动漫游戏产业链解析 / 123
- 第二节 中外动漫游戏产业链比较 / 130
- 第三节 中国动漫游戏产业链打造的策略因素 / 137
- 第四节 中国动漫游戏衍生产品的生产和营销 / 138
- 第五节 动漫游戏产业链打造的相关个案 / 145

第七章 中国动漫游戏产业投融资体系的构造 / 154

- 第一节 中国动漫游戏产业投资体系的构成板块 / 155
- 第二节 中国动漫游戏产业的融资模式和类型 / 162
- 第三节 中国动漫游戏产业的资本经营 / 166
- 第四节 中国动漫游戏产业投融资存在的困境和对策 / 172

第八章 中国动漫游戏产业多元盈利模式的创新 / 176

- 第一节 动漫游戏产业的市场构成 / 176
- 第二节 中国动漫游戏产业的盈利模式 / 177
- 第三节 中国动漫游戏产业的跨媒体经营 / 182
- 第四节 中国动漫游戏产业盈利与新媒体 / 186

第九章 中国动漫游戏产业集团化经营 / 192

- 第一节 动漫游戏产业集团化经营的涵义 / 192
- 第二节 动漫游戏产业集团化经营的中外比较 / 194
- 第三节 中国动漫游戏产业集团化经营的策略 / 198

第十章 中国动漫游戏产业国际化经营 / 205

- 第一节 中国动漫游戏产业国际化经营的背景 / 205
- 第二节 中国动漫游戏产业国际化经营的现状 / 216
- 第三节 中国动漫游戏产业国际化经营的对策与举措 / 221

第十一章 中国动漫游戏产业品牌经营 / 223

- 第一节 动漫游戏品牌的定位及其建构 / 223

- 第二节 中国动漫游戏产业的品牌经营 / 228
- 第三节 中国动漫游戏品牌形象授权经营 / 234

第十二章 中国动漫游戏产业环境生态系统的培育和建构 / 237

- 第一节 中国动漫游戏产业环境及其生态系统的构成 / 238
- 第二节 中国动漫游戏产业环境及其生态系统现状 / 241
- 第三节 中国动漫游戏产业环境培育及其生态系统建构的展望和对策
/ 243

第十三章 中国动漫游戏产业的人才保障 / 247

- 第一节 中国动漫游戏专业人才的培养现状 / 247
- 第二节 中国动漫游戏专业人才的培养展望 / 250
- 第三节 中国动漫游戏制片人 / 252

第十四章 中国动漫游戏产业的教育促进 / 257

- 第一节 中国动漫游戏专业教育的历史和现状 / 257
- 第二节 中国动漫游戏专业教育存在的主要问题 / 264
- 第三节 中国动漫游戏专业教育发展的基本对策 / 272

第十五章 中国动漫游戏产业的技术支撑 / 281

- 第一节 技术因素对于中国动漫游戏产业发展的重要性 / 281
- 第二节 中国动漫游戏产业发展的 IT 技术保障 / 283
- 第三节 常见计算机动漫游戏制作软件工具系统举隅 / 289

主要参考文献 / 291

后记 / 293



第一章 动漫游戏本体探源

任何产业门类都有其产生动因,动漫游戏产业也不例外。探源动漫游戏本体,有助于更好地理解动漫游戏产业的产生及其发展的必然性。

第一节 动漫游戏的基本涵义辨析

动漫游戏是个专门性短语,它由“动漫”和“游戏”两个词构成。其中“动漫”这个词,又是由“动画”和“漫画”两个词简略而成。要论述动漫游戏产业,首先应对其本体涵义加以探源。

一、关于动画的涵义

现代意义上的动画以 1906 年美国斯图尔特·勃莱克顿拍摄的第一部电影胶片动画《滑稽面孔的幽默姿态》作为开端,至今已有 100 余年历史。但动画作为一种艺术,其源头距今已有两三万年的时间。在西班牙北部山区的阿尔塔米拉洞穴内有大量石器时代留下的壁画痕迹:在一头奔跑的野猪身上前后画上 4 条腿,以产生野猪运动的动觉感受;我国马家窑新石器时代彩绘陶瓷舞蹈纹盆设计图案中也有类似的画面:3 组手拉手舞蹈的人形手臂上画有重复的线条,表示物蹈者连续的动作。这些画面尽管过于质朴,但展现了人类的祖先强烈的动画意识:试图在静态的画面中表现动态的视觉感受,反映了人类对运动概念与生命关系的理解与探索。此后,人类在继运用符号、图画记录生活之后,激发起想像思维,创造了具有动画思维的“原始意向动画”。在两千多年前的埃及古墓壁画中,已绘有描述摔跤的连续动作,在古希腊的陶瓶上也绘有人物奔跑的侧面连续动作图案,在古埃及神庙前巨大的石柱上也绘有做出欢迎状的连续动作的神像,这些动作和神像转动或移动起来就形成



了动画的效果。

而“动画”这个词则是个舶来品,其英语为“animation”,其中“anima”是词根,来源于拉丁语,意谓“灵魂”。其动词形式“animate”意谓“使用生命”。由此来看,“动画”这个词在英语中的本义是为形象赋予生命,使形象有生命,能运动。

像汉语词汇一样,英语中的词除了具有本义以外,更多具有引伸义。“动画”“animation”这个词,在英语中还有“动画制作艺术或过程”的引伸义,同时也兼指“动画制作艺术或过程的成果”,即“动画片”。

从上述“animation”的本义到引伸义,其表达体现在这个短语中:“an animated cartoon”(被赋予了生命的卡通),由此,“动画片”也常常被称为“卡通片”。

“动画”及“动画片”,在开始被引入中国时,用的是音译的方法,被称为“卡通”及“卡通片”,时至今日,有的人说到“动画”及“动画片”,也还是用“卡通”及“卡通片”来代替。后来,随着人们对“动画”及“动画片”内涵的逐步了解,用汉语构词法,对其内涵加以界定,于是创造了“动画”及“动画片”这样完全汉语化的词。

在汉语中,“动画”这个词的字面意思是“运动的画面”,指其画面的连贯运动。从其偏正关系的构词结构来看,“动画”当属于绘画的范畴,是绘画类型的一种,在中国绘画理论中,“动画”是一种新的绘画类型。这也跟中国早期的动画艺术相吻合,中国早期的动画艺术是一种手绘动画,一幅幅静止的画面依次变化、移动不就形成了运动的画面,即动画了吗?

二、关于漫画的涵义

“漫画”这个词,比较复杂。从这个词的来源来看,是个典型的汉语词,而从它的绘画艺术来源来看,又是个舶来品。

“漫画”一词本源于中国,北宋学者画家晁以道在其著作《景迂生集》中曾说道:“黄河多淘之属,有曰漫画者,常以嘴画水求鱼。”此处“漫画”者为水鸟,取其捕鱼时像在水上作画之意。漫画这种形式早在我国明朝时期就有了,例如李士达就拿驼背人开玩笑画了《三陀图》,那就是漫画。清代画家“扬州八怪”之一的金农在《冬心先生杂画题记》中,将自己有感而发的漫笔称作漫画。但现代意义上的“漫画”是约在一个世纪前从国外引进的,是个舶来品。现代意义上的“漫画”是从英语中来的,在英语中称“cartoon”,其涵义原指绘画、挂毯、镶嵌工艺等原尺寸底图,后发展成为独立的滑稽画,一般指报刊上的政治



性漫画、讽刺画等。它是英国民主政治的产物。在 17 世纪末期,英国摆脱了封建势力的约束,加之印刷技术也有了保障,英国画家开始用画对时事作评论,报社把这些画制版印在报纸上,通过报纸广为传播,引起读者重视,于是这种画就成为绘画的一个种类,后来有人称其为“animationcartoon”,与此同时,英国也出现了专业漫画家,称“animationcartoonist”。在后来,这个词的词义逐渐扩大,被用为各种漫画和动画的总称。

而“漫画”这个词在日本叫“manga”,也写作“漫画”。“漫画”一词原本是日本人从我国引进的。与清朝金农同时代的日本学者铃木焕乡就将其读书笔记取名为《漫画随笔》。日本浮世绘大师葛饰北斋的《北斋漫画》在 19 世纪初出版,“漫画”一词正式被称为绘画的一种。20 世纪初,日本也出现了完全现代意义上的漫画。此后现代意义上的漫画先后两次又被引进中国。第一次是在 20 世纪初,主要指的是单幅和四格漫画,1904 年,上海《警钟日报》在“时事漫画”的标题下,连载了四幅以讽刺清廷为主的漫画,“漫画”一词开始见诸报章。第二次是在 20 世纪 90 年代,随着日本的连环故事漫画进入中国,“漫画”一词又一次被引入。而这次的引入,其涵义也与其原来的涵义有很大变化,指的是叙事的或连续性的画,其义项较之过去有了扩大,如果说原本的涵义是狭义的,那么这次引进的涵义则是广义的。

我国在引入“漫画”这个词时,开始用的也是音译方法,译为“卡通”。后来随着现代意义上的漫画从日本被引进中国,由于“漫画”这个词在日本叫“manga”,于是又用音意兼译的方法,译为“漫画”了。

在汉语中,“漫画”一词指的是以时事或生活实景为题材,以大幅度的变形、夸张为手段,以轻松、诙谐、幽默的审美风格为特色的绘画类型。“漫”者,“衍”也,“衍”者,铺陈夸张变形也。因此,漫画是一种静止的变异的绘画艺术。“漫”的意思也与漫笔、漫谈等这些词中的“漫”字用意相似,而漫笔、漫谈在文体中是随笔、小品文,因此漫画则应是画中的随笔、小品,是一种随意取材,篇幅短小,通过写实、比喻、象征、假借、点睛等手法表现精粹内容的绘画品种。在我国,20 世纪初才有外国漫画出现,那时皇帝刚被打倒,漫画的功能可以发挥了,漫画于是才流行起来。

对“漫画”一词涵义的理解,有一个误区,需要澄清。日本将连环故事画称作“漫画”,同时又按英美的名称,将这种画称之为“卡通”,这就把两种不同性质的画搞混淆了。如前所述,漫画一般指单幅的、静止的画面,而“卡通”,一般指连续的、运动的画面,连环故事画就是其中的一种;漫画的功能主要侧重于用作评论、滑稽逗笑,而动画(包括连环故事画)的功能主要侧重于表现人物



活动及其情节。独立地看,连环故事画因为有人物活动及其情节贯穿其中,画面就不止一幅,可能有四五幅、六七幅不等,这在英美称“卡通”;连环故事画也可以拍成动画影片,自然可以称之为“卡通”了。连环故事画和我国的连环画相类似,连环画印成书,俗称“小人书”,例如画《封神榜》、《水浒传》的故事,但这种连环故事画其功能主要还是在叙事,而不在于幽默逗笑或臧否时事,和漫画性质完全不同,是另一系列的绘画形式。因此日本大量的连环故事画只能称其为“卡通”画,或“连环漫画”,而不能称其为“漫画”。

在实际使用中,我国对漫画的称谓既多样又不统一,而且更在继续创造着新词,比较常见的名称至少有:卡通、漫画、卡通漫画、连环漫画、故事漫画、新漫画以及新型连环漫画,等等。这些名称有的是同名异义,有的是异名同义。这种状况显然对阅读和交流不利,因此对漫画的名称规范是必需的。按约定俗成的原则,“漫画”的称谓是最合适的,它可以包容漫画的特点,也可以包容漫画的种类。因此统一用“漫画”应该是顺理成章的。

三、关于动漫的涵义

“动漫”这个词,是由中国创造的具有典型汉语风格的专门词语。这个词有两种构词结构,相应的就有两个涵义。

其一,作单词解,“动漫”指的是一种绘画类型。如前所述,在 20 世纪,日本发行大量连环故事画,印成册后传入中国,如《机器猫》等,这些连环故事画按英美的名称,称之为“卡通”,但又称“漫画”,这就混淆了两类不同性质的绘画类型。这时中国人的智慧就体现出来了。我国又将其取名为“动漫”,意谓“运动的漫画”。这是一个词,它的涵义是“运动”和“漫画”的义项融合在一起而产生的。

其二,作短语解,“动漫”指的是动画与漫画的合称,它的涵义是“动画”和“漫画”两个词涵义的叠加。在中国,“动漫”这个词的涵义比较宽泛,作为一种大众文化载体,“动漫”既包括传统的动画和漫画形式,也包括网络动画,这三者构成了如今动漫领域的主要类型。换言之,“动漫”既包括静态的漫画杂志、书籍、卡片,又包括动态的音像制品,如动画影片、动画连续剧,还包括 Flash 动画、三维动画、全息动画等崭新的动漫形态,甚至也包括动漫的周边产品和 Cosplay 之类。中国近年来提出的“动漫”概念,其涵义实际是对西方国家近百年来发展起来的漫画、动画、电影电视动画等整体的概括性描述。



四、关于游戏的涵义

“游戏”这个词,是比较典型的汉语词,古已有之。在古汉语中,“游戏”一般指称“嬉戏”,表示为一种游乐、玩耍的娱乐活动,如宋朝的苏轼在《教战守》中就有“游戏酒食”的句子,意谓在喝酒吃饭时嬉戏玩乐;此外,还有“游戏人生”的成语,意谓把人生当作一场游戏。在中国古代,“游戏”一词,其实反映了一种生活的常态,是一种生活的类型,如同现在所经常说的“休闲生活”。

在汉语中,“游戏”这个词有两类词性,其一是名词,名词的“游戏”常常指称一种娱乐的状态、行为,甚至一种物品;其二是动词,动词的“游戏”由名词的“游戏”活用而来,常常指称娱乐行为的过程。这与英语中的“game”一词有所不同,“game”在英语中一般作名词,表示“游戏、玩耍”等的一种状态,如要表示一种动作的过程,就需加上“play”,以构成动词性短语。“游戏”一词往往超越其本意,在引伸和比喻的语境下,被广泛运用于当今社会的各种表达中,如“游戏规则”一词频频出现于官场、商场和职场等多种话语领域。

从游戏的社会学角度看,游戏是人类的一种普遍现象和人的一种基本存在方式,具有自由性、愉悦性和竞争性,可以将人们从日常生活的紧张、严肃、压力和等级之中解放出来。在丢手绢、捉迷藏和老鹰捉小鸡等游戏中,儿童体会到了生命的快乐;在猜拳行令、斗鸡遛狗等游戏中,成人则体会到了愉悦与轻松。在文艺学领域,游戏与艺术、游戏与文学、游戏与人等有着千丝万缕的联系;在教育学领域,游戏常常被作为教育的一种有效方式以帮助学生求智和认同。在心理学领域,游戏既是认知人类心理的重要途径,也是解决心理问题的重要手段。

“游戏”与“动漫”并称,取的是“游戏”这个词的两类词性。作名词解,“游戏”指的是一种集剧情故事、美术、音乐、动画、程序技术等为一体的互动型娱乐软件,是一种复合型产品;作动词解,“游戏”指的是运用游戏软件,依托游戏机、计算机、网络等工具获得娱乐快感的行为过程。

也有将“游戏”一词的涵义隐藏在“动漫”一词涵义中的。有的人将“游戏”包含于“动漫”之中,认为“动漫”涵盖了“游戏”。其实,“动漫”和“游戏”是两类不同性质的文化和艺术类型,其载体也各有不同,因此,“动漫”并不能涵盖“游戏”,它们应该是两类并称的艺术类型。这在它们的管理归口上也能得到证明,“动漫”归口于国家广播电影电视总局管理,“游戏”归口于国家信息产业部管理。

与“动漫”并称的“游戏”其涵义与传统的游戏概念不同,它指的是电子游



戏。电子游戏就是基于电子技术、尤其是计算机技术的游戏。电子游戏有狭义和广义两个概念,狭义的电子游戏是指依托游戏机、个人电脑等工具,而不需要上网使用的各类电子游戏,广义的电子游戏还包括了网络游戏。

由于不同的国家和不同的企业常常是自成系列地开发电子游戏,因此其种类繁多。如果以游戏机(硬件)的标准来分的话,电子游戏可以分为街机游戏、掌上游戏、电视游戏和电脑游戏。其中电脑游戏又可以分为单机游戏和网络游戏。如果以游戏内容(软件)的标准来分的话,电子游戏可以分为运动类游戏、角色扮演类游戏、冒险类游戏和棋牌类游戏。

而网络游戏专指基于互联网技术的游戏。从概念上讲,尽管网络游戏也是单台电脑的联机游戏,但由于互联网功能的强大和专业游戏服务器的出现,网络游戏已经成为电子游戏的一个独立范畴。所谓网络游戏,其实指的是一种集剧情、美术、音乐、动画等多种艺术门类于一体的互动型娱乐软件,它结合了文本、图象、音频、视频等各种媒介符号形式。由于网络游戏允许使用者进行多层次的信息传播和交互行为,因此它对网络和多媒体技术都有较高要求。网络游戏超越了种族、性别和年龄界限,最大限度地满足了现代社会中人们的体验需求,因此自它诞生以来,其用户数量获得了急速的增长。

网络游戏根据操作内容,可以分为社区类网络游戏,它以社会生活为主题,如休闲棋牌类,它拥有最多的玩家;竞技类网络游戏,它以动作、体育、益智为内容,可以在互联网和局域网上操作,如街头篮球、劲舞团和卡丁车;对战类网络游戏,它处于网络游戏金字塔尖,通过多回合的网络虚拟场景的对战,吸引玩家,红遍全球的《魔兽世界》、《传奇》即属于此类。

网络游戏是网络与游戏的结合。与传统的传播方式相比,网络传播具有极大的开放性、交互性和虚拟性,能赋予人们更多的自由与平等。网络传播的这种开放性、交互性和虚拟性与游戏的自由性、娱乐性和竞争性相结合,使网络游戏具有传统游戏和其他网络文化(如网络广告、网络新闻等)难以比拟的粘着力。虚拟实在性的出现,不仅为游戏进入网络提供了充分的技术支持,而且极大地提升了游戏原有的虚拟性、交互性并渗入其开放性。于是虚拟和实在没有了明显的界线,时空边界的扩展得到了彻底的完成,人与人之间的距离感消失,游戏的观察者和赏玩者与游戏中的对象人物融为一体。也正是这一点才可以解释网络游戏与单机版游戏的区别。相比于单机版游戏的持续低迷,网络游戏玩家呈几何级数增长,这主要得益于网络游戏的虚拟现实性。单就画面、音效和现场感而言,单机版游戏并不比网络游戏逊色,但在剧情的完整、集中和曲折方面,网络游戏明显优于单机版游戏。一言以蔽之,单机版游



戏缺乏网络游戏的互动性和参与性。

第二节 动漫游戏的文化探源

动漫游戏产业是一种创意产业类型,属于经济范畴,而动漫游戏文化属于文化的范畴,两者看似关联不大,实则血肉相连,密不可分。文化归属是动漫游戏产业发展兴盛的基石。动漫游戏文化本身蕴藏着巨大的经济能量,是动漫游戏产业之所以构成为产业门类的重要基础,而动漫游戏产业本身也蕴藏着巨大的文化力量,二者互为因果和条件,相互推动。

动漫游戏作为一种文化和艺术类型,其产生的时间不长,但从其源流来看,却是早已有之。

一定时期的社会热点现象,追根溯源其实都能找出其文化动因,所谓“文化是个筐,什么都能往里装”,动漫游戏也不例外。动漫游戏之所以能从艺术的类型上升为文化的类属,它符合文化的所有特征。所谓动漫游戏文化,它指的是这样一种文化类属:它的产生是在消费时代,它的创作基础是形象,它的传播载体是传媒,它的动力支撑是数字技术。

1. 动漫游戏是一种大众文化

从文化的种属来看,动漫游戏文化是一种亚文化类型,从属于大众文化范畴,与都市文化、流行文化、青少年文化等构成大众文化的亚属。动漫游戏文化从其诞生的第一天起,就是作为大众文化来定位的,它是以最广泛的大众读者为对象,从大众中汲取营养,靠大众的接受和欣赏以求生存和发展。动漫游戏的分流和衍化正是由于大众中不同人群的不同需求而产生的。

所谓“大众文化”是法兰克福学派早期使用的一个概念,在1947年霍克海默与阿多尔诺合著的《启蒙辩证法》一书出版后,法兰克福学派就开始用“文化工业”的称谓来取代“大众文化”。这一取代实际揭示了大众文化的产业功能,“大众文化”的这一变迁,同样可以揭示动漫游戏产业的文化范式。当代大众文化则是一种在工业化环境下产生的、受信息化环境影响、同市场经济相适应的市民文化,它以都市大众为消费对象和主体,通过现代传播,按照市场规律批量生产,集中满足人们的感性娱乐需求。当代大众文化具有工业化、信息化的双重因素,面向市场,批量复制。

在动画、漫画和游戏的三位一体中,漫画的优先地位是值得尊重的,虽然它们分属于不同的艺术门类,但漫画是源头,没有漫画就没有动画,没有动画,也就没有游戏。而从漫画的特点来看,它符合大众文化的所有质的规定



性。

漫画制作简便,阅读方式也简便,其作者和受众之间保持着紧密的相互融通的平等关系。它具有大众文化的主要强势功能,一是娱乐功能,人们欣赏漫画就是为了休闲娱乐;二是传媒功能,作为介于文字与影像之间的第三媒体,漫画的产生早于文字,它还容易打破语言文字的隔阂,方便沟通;三是审美功能,漫画作为一种艺术创作,给欣赏者以审美享受;四是教育功能,优秀的漫画作品寓教于乐,寓教于美,给人以积极向上的启迪。

2. 动漫游戏是一种视觉文化

动漫游戏首先体现为一种视觉形象,虽然它们分属于不同的艺术门类,但三者精神上同为一体,其共同的本质是:形象的创意和构设。动漫游戏形象是一种非写实的、带有幻想和夸张色彩的人为创作的形象。这种形象给人的视觉以极大的冲击力,同时也需要人们的视觉去感知,由此,其形象才能传播并植入人们的心灵。在动漫游戏形象感染人、而人感知动漫游戏形象的互动过程中,一系列范式由此产生,这些范式的定型化和固定化,就形成了视觉文化的基本内涵。

3. 动漫游戏是一种传媒文化

动漫游戏文化以视觉形象的存在为基础,而视觉形象则以传播为前提。动漫游戏文化天然地与现代传媒形成了密切的共生关系。动漫游戏文化从纸质媒体诞生后,历经电影、电视等影像媒体。近年来,又拥有了网络、手机、博客、IPTV 等数字媒体,同时,主题公园、公交车、户外广告牌、玩具、食品、服装、商店广告、Cosplay 秀等实物媒体也大行其道,形成了立体的、无所不在的文化现象,表现为可视化的全民狂欢。

4. 动漫游戏是一种技术文化

当代动漫游戏文化也是数字技术发展的产物,后者是前者的传播平台、制作支撑,由此形成一种技术文化。技术文化其实是大众文化的一个特征。大众文化的要义之一是其产品的制作方式,它以标准化、规模化生产为特征,符合对商品生产规模效益的追求。

5. 动漫游戏是一种创意文化

动漫游戏作品之所以能吸引人,具有长盛不衰的魅力,完全是因为它创造的形象是独特的“这一个”,是无可取代的。较之于其他文化类型,例如文学、音乐等,动漫游戏文化的创意色彩更加突出。作为一种视觉传导的文化类型,只有当它创造出广受喜爱的形象时,它才具有文化的感召力,也才能形成文化普适现象。这也正是动漫游戏文化蕴藏着巨大的经济能量,从而成为