

教育部人文社会科学研究一般项目青年基金资助



传媒新论丛

heoretical Research on
Mobile Animation

手机动漫艺术论

李明 著



中国书籍出版社
China Book Press

013025385

教育部人文社会科学研究一般项目青年基金资助

J218.7
185



传媒新论丛

手机动漫艺术论

Theoretical Research on
Mobile Animation



李明 著



北航

C1632875

J218.7
185



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

手机动漫艺术论 / 李明著. — 北京: 中国书籍出版社, 2012. 9

ISBN 978 - 7 - 5068 - 3190 - 1

I. ①手… II. ①李… III. ①移动电话机—动画—艺术 IV. ①J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 211759 号

策划编辑 / 李建红 李立云

责任编辑 / 牧 人

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计艺术工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电话: (010) 52257143 (总编室) (010) 52257153 (发行部)

电子邮箱: yywhbjb@126.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 16.5

字 数 / 220 千字

版 次 / 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5068 - 3190 - 1

定 价 / 38.00 元

版权所有 翻印必究

序

石民勇*

近20年来,随着移动通信技术的迅速发展和广泛应用,手机从简单的移动语音通信工具演化成集通信、各种文化信息服务、娱乐等为一体的大众传播工具。人们不仅可以通过手机通话,还可以上网、阅读新闻、收发e-mail、玩游戏,甚至可以欣赏动漫。至此,动漫艺术通过手机走进平常百姓的生活,于是,不仅手机成为传播动漫作品的工具,“手机动漫”也应运而生,并进而成为一种潜力巨大的产业,引起了政府和业界的高度重视。对于这样一种新的动漫艺术样式,学界对其关注不多。甚或有,也较多从经济、传播层面进行研究,从文本结构等本体层面进行研究的尚属阙如。这些研究空白引起了本书作者李明的关注,并且作为他的博士论文选题,作为导师,我极力赞成,并且给予了力所能及的支持与帮助。最终形成博士论文《手机动漫艺术研究》,再经过两年的修改,便成为了专著《手机动漫艺术论》。

在方法论上,本书主要运用传统动漫艺术的研究

* 石民勇,中国传媒大学动画学院教授、博导、常务副院长。



成果与方法对手机动漫进行本体观照。一方面,借鉴传统动漫艺术的已有研究成果,将手机动漫呈现出来的艺术特质置放于传统动漫艺术的研究平台上予以多维审视和全息把握;另一方面,从手机动漫艺术出发,将传统动漫投射于新媒体动漫的发展视野,不仅探讨了手机动漫赋予传统动漫的全新命题,而且还对其将引发的传统动漫艺术现象的变化转型进行敏感把握。

在研究范畴上,本书用“艺术”一词作为手机动漫研究的关键词,而非普遍意义上的“增值”、“服务”的经济范畴。手机动漫是由增值业务而诞生,所以,一直以来,业界给手机动漫披上了一件“产业”外衣。在经济语境的当下,业界将其用作“赚钱”的工具,显然没有什么错,但业界只是盲目憧憬于其产业性的无限前景,对其文化软实力、甚至“赚钱能力”的“内容”却不闻不问,导致投放到内容创作与制作上的资金力度很小。便造成了手机动漫产品少、质量低、精品稀缺、主题单一、原创力缺乏等局面。所以,内容才是手机动漫艺术生存和发展的基础,内容创新才是手机动漫产业的核心竞争力。这就需要学界对内容进行解构,对文本结构进行体认,从而为内容创新服务。

在研究内容上,本书对手机动漫进行了全息性的研究。手机动漫是手机传播移动技术与现代动漫艺术相结合的产物。现代动漫艺术是一种建立在科学技术基础上的艺术样式,其艺术形式的生存和发展的基础大多取决于技术的开发与应用,每一次科技革新都会对动漫艺术产生重要影响。手机动漫的这些主体阅听方式的多层面变迁导致了传统动漫的本体改写,不仅仅是在传播方式上进行了移动革命,还在本体层面、视听语言、叙事方式、内容形态、审美时空、文化观照等多方面都具有自己相对的独立性。通过全书七章的论述,较为详尽地勾勒出了手机动漫的文本结构,厘定了手机动漫的本体维度,初步建构了手机动漫艺术论的体系框架。

当然,本书的研究仅为一个起点,同时,手机动漫作为艺术层面所

具有的软实力与经济竞争力强的特点也方才初见端倪。手机动漫在我国甚至全世界发展不很成熟，可供研究的文本资料不多，本书多借鉴与参考国外相关研究，限于研究背景和国情的不同，这些文本资料对本研究成果具有一定的不适性。尽管如此，本书研究仍具有开创性的重大意义。与此同时，权当抛砖引玉，希望通过它能够引起学界同仁对手机动漫艺术本体研究的重视，从而能够看到有越来越多的同道投入到手机动漫艺术的基本问题研究之中，切实推进我国手机动漫艺术与产业的新发展。

是为序。

2012 年 1 月于中国传媒大学

目 录

第一章	绪论	1
第一节	选题缘起	1
第二节	研究意义与价值	5
第三节	文献研究综述	13
第四节	研究思路和基本框架	18
第二章	手机动漫性质论	27
第一节	手机动漫的概念界定	27
第二节	手机动漫的属性	36
第三节	手机动漫的美学特征	48
第四节	手机动漫的演进历程	57
第三章	手机动漫语言论	65
第一节	手机动漫语言	65
第二节	手机动漫的视觉语言	71
第三节	手机动漫的听觉语言	82
第四节	手机动漫的剪辑语言	92



第四章	手机动漫叙事论	97
第一节	手机动漫的叙事特点	98
第二节	手机动漫的叙事类型	107
第五章	手机动漫形态论	123
第一节	艺术形态媒介决定论	123
第二节	服务类形态	130
第三节	游戏类形态	148
第四节	剧情类形态	157
第五节	UGC 形态类	167
第六章	手机动漫传播论	183
第一节	手机动漫的传播特点	184
第二节	手机动漫的受众结构与特点	189
第三节	手机动漫受众群体的审美心理	198
第七章	手机动漫文化论	209
第一节	手机动漫文化	209
第二节	手机动漫产业	225
后记		243
参考文献		245

第一章 绪 论

第一节 选题缘起

近 20 年来,随着移动通信技术的迅猛发展及广泛应用,特别是 3G 时代的到来,手机已经从简单的移动语音通信工具演化成集通信信息、各种文化信息服务、娱乐等为一体的大众传播工具,人们不仅可以利用手机进行语音通话,还可以进行文字、图片、音乐、影视和动漫的传播。手机已不再仅用铃声、文字信息服务于用户,清晰的三维图像和视频通过手机下载、传播、播映已经成为现实,3D 梦想就装在人们的口袋中。由此,动漫艺术也通过手机悄然走入我们每一个人的心,润色着我们的生活。于是,不仅手机媒体成为动漫艺术的一种传播途径,而且,一种新媒体形态的动漫艺术——“手机动漫”也应运而生,并作为一种潜力巨大的文化创意产业引起了各国政府和业界的高度关注与重视。

由于手机作为目前普及率最高的个人媒体,从个人通信终端变成媒体终端,又是一种极为经济、环保的新型媒体,比报纸更有互动性,比广播视觉更丰富,比电视更便携,比互联网更普及。所以,手机动漫打破时间和空间的障碍,以形式小巧、欣赏便捷的优势给整个动漫产业注入



了新的活力。从全球来看,手机动漫产业在总体上呈上升趋势。日本从2000年便开始发展手机动漫业务,并且内容丰富,业务推陈出新。据统计,日本手机动漫产量的年增长率高达400%,国内拥有500多个手机动漫互联网站。众所周知,日本是一个漫画大国,近80%的漫画作品是通过手机进行发布的。在日本,手机动漫用户数量已经占到该国手机用户总数的30%以上。据日本官方数据显示,2009年日本国内手机动漫的市场规模达到了900亿日元(约合人民币60亿元)。由此可见,手机动漫产业已经成为日本动漫产业的重要组成部分。美国也在大力发展手机动漫产业,2009年,美国国内平均每月有5.5万用户订购手机动漫业务。与手机动漫业务相关的产业链日趋完善,如美国的Un-click漫画频道在2008年推出了Go Comics Mobile Comic Book Reader的业务,该业务于2009年正式上线运营,每周都有作品更新,并且通过多种方式把电子漫画传送到客户手机上,取得了较好的效果。韩国始于2002年推出手机动漫业务,并抓住当年传播日韩世界杯足球赛的契机与手机电视同步发展,目前发展趋向成熟。新加坡于2005年开始重视手机动漫业务,并且一出手就把眼光瞄向整个亚洲市场,积极开拓国外市场,稳步推进手机动漫产业。欧洲对手机动漫业务的发展更为重视,他们大都根据不同用户群的特征推出不种业务类型,以适用和吸引更多的用户群,有针对性地进行市场设计,保持手机动漫产业的稳健发展。

近年来,我国新媒体产业发展的总体市场规模保持快速的增长态势,市场的平均增速超过35%,到2011年,产业总体规模达1789亿元。其中,手机动漫业务占据较大份额。手机动漫产业在我国的发展如火如荼,2005年12月,中国移动开通了手机动画业务,数码超智和紫移通公司成为技术标准。2006年底,Adobe的Flashlite技术应用于中国移动通信。2007年3月下旬,中国移动将手机动画在梦网门户中的位置从三级页面上移至二级页面,进一步支持该业务的发展。2009年初,工业和信息化部向中国三大通讯运营商发放了3G业务许可证,3G商用



正式推进，这便大幅度拓宽了无线网络宽带，传输速度以百倍增长，为我国手机动漫产业带来了新的发展机遇。我国具有发展手机动漫产业的有利条件。其一，我国具有世界上最大的手机动漫消费市场。目前我国是世界上手机用户最多的国家，据艾瑞调查统计显示，截至2010年3月，我国手机用户数量已突破8亿，且增速迅猛。其中大多年轻用户追求新潮，在手机型号、性能等方面是绝对的“与时俱进”，频频更换新的手机产品，这些新机型一般都能传播和播放动漫和视频作品，这可是一个巨大的、潜在的手机动漫市场。其二，手机动漫产业市场培育平稳推进。截至2008年底，在没有正式商用和规模化推广的情况下，我国手机动漫彩信用户已经超过80万。据调查，在我国手机用户中，72.2%使用过铃声下载，62%使用过待机彩图下载。另据调查显示，30%的用户愿意通过手机使用手机动漫业务或欣赏动漫作品，按照这个比例计算的话，我国有2.4亿用户的手机动漫潜在市场。其三，从时间上看，我国手机动漫产业的起步几乎与国际市场同步进行，目前基本上处于同一水平，并且得到了国家的政策优惠的大力扶持，2008年10月，文化部下发《关于扶持我国动漫产业发展的若干意见》文件，明确提出将大力发展以数字化生产、网络化传播为主要特征的网络动漫、手机动漫产业，充分利用数字、网络等核心技术和现代生产方式改造传统的动漫生产和传播模式，培育新兴动漫业态，拓展传播方式，推进传统动漫产业升级，延伸产业链条。2009年7月，国务院原则通过了《文化产业振兴规划》，其中明确提出积极发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、手机广播电视等新兴文化业态，手机动漫产业的发展从此提升到国家层面上予以高度关注。

如此看来，技术平台的建设和政策的优惠以及潜在的巨大市场为我国手机动漫产业的发展创造了极其优越的条件。我们也期望手机动漫成为我国动漫产业发展的新的增长点和提升我国动漫产业国际竞争力的突破口。但现实情况着实令人担忧，从目前现状来看，我国针对手机传播



和播放的动漫产品数量较少,虽然也有少量的优秀作品在源源不断地推出面市(如手机动漫连续剧《大闹西游》、《涩涩漫画城》、《漫步古书林》等,手机漫画上线作品也已超过 500 部),但对于广大的手机动漫消费市场来说,可谓杯水车薪。还有就是手机动漫业务单一、陈旧,多限于彩信的图片模式,画质也难言精致。大多作品粗制滥造,存在质量偏低、主题单一、精品稀缺等诸多问题。出现诸类问题的原因主要是由于创作者站在传统动漫的角度上去思量手机动漫。这一新兴动漫艺术,应当具有自身的独特性。首先,在内容上,手机动漫并不是传统动漫的手机版本。其次,在受众上,手机动漫的受众也并非完全是传统动漫的受众。故此,手机动漫并不是传统动漫的手机版本,也不仅仅是为传统动漫增加了一个新的传播途径。手机动漫作品的创作应当结合手机媒体的特性,并不是将传统动漫经过简单处理加工,也非简单地按照手机媒体的要求进行格式的适配、剪辑即可,而是要遵循手机动漫特有的创作规律。除此之外,诸多商家只是盲目乐观于手机动漫的无限前景,但投放到手机动漫内容创作与制作上的资金还远远不够,这也是手机动漫优秀产品滞涨的一个原因。

如果说技术平台和政策环境为我国手机动漫产业铺就了一条“高速公路”的话,那么提升“高速公路”的价值,不仅仅在于它的“车流量”,更在于它的“载货”质量,也就是手机动漫作品内容。内容是手机动漫艺术与产业的生存和发展的重要基石,但内容创新才是手机动漫产业的核心竞争力。手机动漫的发展归根结底是内容和创意的比拼。在“内容为王”的创意时代,只有拥有高质量、多形态的内容才能赢得市场。手机动漫应该寻求理论指导以提高自身的内容质量,走多元化的“精品路线”,精品才能吸引用户的眼球。所以探寻、建构手机动漫相对于传统动漫不同的独特理论体系,方能指导创作实践,从而产生艺术的感动,进而在移动增值业务领域生存并且发展壮大。因此相对于传统动漫,手机动漫必须在内容和形式上进行创新,从手机媒体的特征出



发对手机动漫艺术进行全方位的考察分析，才是目前发展我国手机动漫产业的工作重点和切入点。但是，学界和业界对此几乎“集体失语”，这无疑是一种遗憾，同时也给本选题留下了较大的研究空间。

第二节 研究意义与价值

无论从性能还是功用，手机动漫都将超越传统动漫艺术的生存模式，呈现出一种全新的面孔，并深刻地影响人们的生活。本研究通过借鉴传统动漫艺术甚至涉及影视艺术的研究方法与理论成果，对手机动漫生发的动漫本体性变革及其对传统动漫外延的拓展进行一次深刻探索。旨在将手机动漫的这种“亚艺术”现象纳入艺术范畴及文化视野并予以观照，力求准确地勾勒出手机动漫的生存现状与发展态势。具体而言，本研究意在密切关注手机动漫现象演进过程的同时，思量其对动漫本体理论产生的变革性影响，并初步建构能促进手机动漫艺术与产业健康发展的理论体系，全面而深入地研究手机动漫具有的重要的理论意义与现实价值。

一、对于手机动漫创作实践的价值

手机动漫作为动漫形态的一种延伸形态，它是近年来随着移动通信技术发展而出现的一种亚艺术产物。人们对手机动漫的理性认知与学理把握远远滞后于现象和概念的“炒作”，由此导致“概念大于实质”、理论严重滞后创作实践、创作实践严重“偏航”的不利局面，严重影响了手机动漫艺术现象的生态发展。目前对手机动漫的定义大多从产业性出发，多作为一种移动增值“业务”予以界定，这种界定在本质上忽视了文化之功用，从而否定了其艺术性质。这些认识对手机动漫的创



作实践极其不利,普遍认为手机动漫就是将传统动漫更改格式,能在手机上进行传播即可,这种认识没有全面认识手机动漫的价值。其价值主要体现在以下几个方面。

手机动漫首先改变了受众的观赏习惯,把受众从固定的欣赏模式中解放出来,在移动中随心所欲地欣赏动漫艺术。动漫艺术的传播规律也随之发生变化,传播的即时性更强,动漫内容更有针对性,内容互动性、参与性更为突出,形态趋于短小,娱乐消费性更为明显。这些都是一种新的动漫艺术形态的产生所带来的变化。由于传播方式的改变,手机动漫的内容和形式应该有自己的特点和表现特征,手机动漫应该有自己的独特语言。如果不恰当地理解和运用这些语言,将会造成创作的桎梏。目前进行叙事性动漫艺术的创作对手机动漫存在错误的认识,那就是认为手机动漫就是传统动漫的移植。这种错误观念会给创作造成损失,对手机动漫产业也势必形成伤害。这方面的类例就是在手机电视节目方面,许多业界人士认为把传统电视节目简单地移植到手机媒体进行播放即可,实际上这是行不通的。韩国为此吃尽苦头,韩国是手机电视发展最早的国家,其手机电视的产业化发展起步也很早,当欧洲、美国等还在选择标准的时候,韩国人已经看上手机连续剧和新闻节目了。韩国是全球第一个推出手机电视服务的国家,推出两年后,约有 700 万消费者经常性地手机上观看电视,但是其手机电视内容设计大部分采用照搬传统的电视媒体,视其为传统电视的继承者,结果遭到失败。深究其因,就是没有正确认识手机电视节目的特点。

本课题力图以宏阔视角学理性地把握手机动漫的本质属性,探究其艺术表征,从而揭示手机动漫作品的创作规律。一方面,广泛吸收传统动漫艺术的普遍属性,将手机动漫置放于大艺术的平台上予以多维审视和全息把握,以寻找手机动漫作为艺术研究对象所蕴含的艺术特质和文化精神;另一方面,从手机动漫本体出发,将艺术类别置放于手机动漫的发展新视野,不仅探讨了手机动漫赋予艺术类别的全新命题,而且对



手机动漫必将引发的通过传播形式的改变导致艺术的质性变革现象进行敏感把握。综观各类别艺术的发展史，无不是从诸多的艺术现象中总结出相应的艺术理论，用以指导艺术创作实践，艺术理论研究对于艺术创作实践的指导有着重要作用。所以，手机动漫理论的研究无疑对手机动漫作品创作实践起着指导和引领作用。我们应该创作适合于手机传播的动漫内容来打动受众的情感，愉悦受众的精神，净化和陶冶受众的心灵，升华受众的审美理想，使人们从中获得审美享受。我们必须坚持理论引领实践的原则，引领人们的认识，从而作用于创作实践。只有这样，才能对手机动漫艺术做出实事求是的科学评价，才能帮助受众提高审美修养，才能保障手机动漫的健康发展。而做到这些，对手机动漫的正确认识与理论提炼是必不可少的。从目前现状来看，手机动漫艺术理论研究相当薄弱，甚属阙如。本研究虽不敢言“填补空白”之语，但力求对手机动漫进行学理把握，扩展其在艺术领域的影响，为我国手机动漫艺术产业的发展尽绵薄之力。

二、对于绿色手机文化发展的意义

当今世界各国把抓住技术变革及其与文化产业的融合发展的机遇、应对国际文化产业领域的挑战、积极进行文化建设、推动本国文化产业的发展、维护国家的文化安全，作为重要的国家发展战略。通过对手机动漫这种“亚艺术”的本体生发维度的厘定，总结、完善、创新基于手机动漫自身性质的理论体系，便于人们正确认识手机动漫现象，从而利于引导人们通过手机动漫传播绿色文化，体味手机动漫睿智的文化自觉。覆盖面广、影响力大、渗透性强是手机文化、也是手机动漫的优势所在，在我国精神文明建设中，同样起着“化人养心”的内在功效。如果说主流文艺形式是人民群众精神食粮的“主食”，那么手机电视、手机动漫等这种“微”艺术形式则堪称人民群众精神食粮的“零食”。



“零食”犹如“维生素”，虽少，但每天一粒，亦可“养心健行”。

就精神文化层面而言，有利于推动手机动漫服务的创新，促进我国优秀动漫作品流动，拓展优秀动漫作品的传播渠道和领域，推动绿色手机文化建设和发展，更好地满足人民群众的精神文化需要。随着互联网的高速发展，网络、特别是手机网络已经成为人们信息沟通、情感交流的重要工具，为社会生活的方方面面提供了便利。然而，手机网络空间同时也出现了传播不健康信息甚至淫秽色情内容的现象，严重危害了未成年人的健康成长，影响了社会和谐稳定。清除低俗信息、营造健康的手机文化环境，成为全社会的共同心声，也是保障未成年人健康成长的迫切需要。如果用健康的手机动漫内容占据手机网络空间，对于净化手机网络环境也不失为一种明智之举。手机动漫应当担当起丰富人们精神生活的重任，动漫是青少年喜闻乐见的形式，手机动漫欣赏的便捷性更是深受青少年的青睐。所以，要把以热爱祖国、服务人民、崇尚科学、团结互助、诚实守信、遵纪守法、艰苦奋斗等为主要题材改编或创作成动漫形式在手机上进行传播，把手机动漫建造成主流文化的传播阵地。传统文化手机动漫版会有很好的青少年市场，同时也会收到较佳的教化效果。手机动漫形式，充分尊重了青少年的欣赏阅读习惯，让孩子易于接受，通俗易懂，从“小动画”里学大道理。如果让小孩子去读文字版的《论语》，会枯燥乏味，不感兴趣，也会由于各种原因有时候坚持不下来，更谈不上从中受教育了。如果以动漫形式表现加上手机媒体的“亲密接触”，让孩子们主动熏陶，效果会非常明显，这样就使手机动漫故事成为了孩子身边的一个文化符号，让文化潜移默化地走进他们的生活，走进他们的心田。传播先进文化，传播绿色文化应是手机动漫发展的职责和目标，坚持正面引导，以宣传普及社会主义核心价值体系为根本，努力把手机动漫建设成为宣传科学理论、传播先进文化、塑造美好心灵、弘扬社会正气的艺术阵地。

就行为层面而言，对手机动漫的全息性研究，有利于概括、制订手



机动漫行为规范,引导相关行业和公民形成自律意识,促使手机动漫文化和产业呈现绿色生态发展。3G 技术更是为手机媒体插上美丽的翅膀,通过手机人们能便捷、及时、流畅地享受到手机动漫“盛宴”,手机动漫的优势将使传统动漫的受众人数萎缩。手机动漫的“随身性”对于人们的行为的影响是不可估量的,由于手机正日益赋予许多个人喜好、性格和习惯特征,这与电视、网络等大众媒介形式有着本质的区别,消费需求的独特性决定了消费者的消费行为。移动动漫产品与传统动漫产品在传播特点、消费行为与方式等方面截然不同,这便决定了在创意、策划、开发和生产等环节的侧重点以及方式、方法上有本质区别。传统动漫面向大众和热点,而移动动漫则会侧重于小众和个性化服务。因此,简单的内容平移和形式转化不能满足手机用户的特定要求,个性化服务才是取胜之道应该对手机用户群进行细分,加强用户需求、消费行为、消费偏好的研究。一是对用户特征的聚合度的区分,再就是对工作、情感方面的细分,这样才能使用户随需随取,为用户提供全方位的互动体验。另外,随着技术的不断发展,内容制作愈加方便,用户可以自己创作手机漫画,制作手机动画作品,然后通过手机发给亲朋好友共赏。这对手机动漫内容水平的提升、产业的推动有着重要意义。但是,一些垃圾内容和不良内容甚至色情淫秽内容也会乘虚而入,对手机动漫文化进行污染,通过本论文中基于手机动漫特性的用户行为规制的研究,能加强用户的行业自律意识,从而促使手机动漫艺术的健康发展。

实现社会和谐,既需要雄厚的物质基础,也需要有力的精神支撑和良好的文化保障。大力推进“绿色手机文化”建设,保证移动信息服务健康长远发展,既是广大用户的殷切希望,也是构建社会主义和谐社会的必然要求。通过本课题的研究,使手机动漫与文明同行,弘扬绿色手机动漫文化,营造手机网络文明新风尚,为未成年人的健康成长、全面发展营造良好的社会文化环境,为建设经济文化强国、构建社会主义和谐社会具有积极意义。