



浅析新媒体时代下的 动漫设计与创作方向

■ 王 庆 齐 铮 著

沈阳出版发行集团

 沈阳出版社

——浅析新媒体时代下的—— **动漫设计与创作方向**

■ 王 庆 齐 铮 著

沈阳出版发行集团

① 沈 阳 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

浅析新媒体时代下的动漫设计与创作方向 / 王庆,
齐铮著. — 沈阳: 沈阳出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5441-9358-0

I. ①浅… II. ①王… ②齐… III. ①动画-设计-
研究 ②动画片-创作-研究 IV. ①J218.7 ②J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 115324 号

出版发行: 沈阳出版发行集团 | 沈阳出版社

(地址: 沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮编: 110011)

网 址: <http://www.sycbs.com>

印 刷: 定州启航印刷有限公司

幅面尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 14.75

字 数: 300 千字

出版时间: 2019 年 1 月第 1 版

印刷时间: 2019 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 李珊珊

封面设计: 优盛文化

版式设计: 优盛文化

责任校对: 丁 昊

责任监印: 杨 旭

书 号: ISBN 978-7-5441-9358-0

定 价: 52.00 元

联系电话: 024-24112447

E - mail: sy24112447@163.com

本书若有印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社联系调换。



王 庆

1980年9月19日出生，女，汉族，河北沧州人，文学硕士，河北科技大学影视学院讲师，主要研究方向为影视动漫制作，有多部动画作品获省级以上奖励，多篇研究性文章发表于核心期刊。



齐 铮

汉族，1983年出生于河北石家庄，2007年就读于乌克兰哈尔科夫国际美术学院，并获得硕士研究生学位。2008年于上海北之辰科技有限公司就职于动画建模和动画师职位。2010年在北京汇众教育集团参与教材编写与课程研发，并担任动画教学。2012年至今工作于河北科技大学电影学院，担任动画系讲师。带领学生制作动画短片并获得北京电影学院学院奖以及国内其他动画类知名奖项。



中国动漫自诞生以来一直面临着尴尬的处境：一方面，国内广阔的消费市场大部分被日本与美国动漫占领；另一方面，本土动漫制作单位需要依靠政策扶植才得以存活。这种国外动画垄断市场、国产动画全面势弱的现象，不断促使中国动漫走向产业化发展。而随着新媒体力量的推动，动漫产业现已不仅仅是一种基于专业化分工的经济和产业形态，它也受制于社会、文化等各种要素构成的复杂、多维的社会关系网络，这种社会网络结构直接决定了未来国产动漫的竞争力。

从历史性发展的眼光来看，20世纪60年代的国产动画片也曾惊艳世界，但此后中国的动画事业逐渐衰落，进入80年代，在引进动画片的冲击下，中国动漫产业伴随着新媒体技术的普及开始了其复兴之路。目前中国动漫产业整体规模持续扩大，并初步完成了动漫资源和创新优势的整合。

中国动漫产业要想持续发展，就需要建立各环节风险均摊、利益均分，既相互竞争又互相整合的产业发展链。制作环境、制作团队、播出平台和衍生产品便是其中的具体要素。事实上，社会化与网络化的进程已经为中国动漫产业带来了绝佳的发展机遇，手机、网络等新媒体的普及使动漫产品的传播介质、呈现方式以及消费方式都发生了变化，传统的“报刊、图书、磁带、胶片、光盘介质+物理运输”被如今的“数字格式+网络传输+多种终端呈现”所取代。视频网站、电子商务等互联网模式纷纷实践于动漫产业之中，以IP为核心的多元融合性动漫产业正逐渐成为主流文化业态。

未来在全球化竞争中，在社会化网络时代的产业转型中，国产动漫必须走一条创新发展之路：打造动漫全产业链模式，推行整合传播营销模式，建立专业的动漫产权保护体系，并最终通过产业战略与生产重心的调整，使动漫技术向相关行业辐射，扩大动漫产业的边界，构建科技与文化融合发展的“大动漫”蓝图。

本书由王庆（河北科技大学）、齐铮（河北科技大学）共同撰写完成，其中王庆参与撰写约170千字，齐铮参与撰写约116千字。



目录

- 第一章 新媒体时代动漫设计与制作研究导论 / 001
 - 第一节 动漫设计与制作的研究背景和意义 / 001
 - 第二节 新媒体时代下动漫设计与制作研究内容 / 006
 - 第三节 新媒体对动漫发展的影响 / 025
- 第二章 新媒体时代动漫角色设计研究 / 033
 - 第一节 动漫角色设计教学 / 033
 - 第二节 动漫设计基础训练 / 040
 - 第三节 动漫角色造型设计练习 / 046
- 第三章 新媒体时代手绘动漫角色设计技术研究 / 062
 - 第一节 手绘动漫人物造型与角色概述 / 062
 - 第二节 手绘动漫人物造型与方法 / 074
 - 第三节 手绘动漫人物造型的应用 / 083
 - 第四节 手绘动漫人物的挑战 / 090
- 第四章 新媒体时代动漫形象创意设计研究 / 092
 - 第一节 中外动漫形象设计类型对比 / 092
 - 第二节 新媒体动漫形象的设计定位与方法 / 100
 - 第三节 现阶段动漫形象设计的发展趋势 / 106
 - 第四节 新媒体动漫形象设计思考 / 114
- 第五章 新媒体时代动漫设计与制作的审美研究 / 123
 - 第一节 新媒体动漫艺术的审美构成和审美特征 / 123

第二节	新媒体动漫审美诉求	/	127
第三节	新媒体动漫审美诉求下的设计分析	/	133
■ 第六章	新媒体时代动漫设计与其他艺术设计的结合应用	/	138
第一节	动漫设计在服饰橱窗展示中的应用	/	138
第二节	动漫设计融入中国武术	/	157
■ 第七章	新媒体时代动漫衍生品设计与制作研究	/	174
第一节	新媒体动漫衍生品概述	/	174
第二节	动漫衍生品的设计开发应用	/	182
第三节	新媒体动漫衍生品的转变	/	195
第四节	动漫衍生产业应对新媒体的策略	/	204
■ 第八章	新媒体时代对动漫品牌建设的影响研究	/	208
第一节	新媒体促进动漫品牌建设的思路	/	208
第二节	新媒体动漫品牌建设策略	/	210
■ 第九章	新媒体时代动漫人才培养	/	215
第一节	中国动漫设计人才培养	/	215
第二节	中国动漫专业院校与企业合作的意义	/	217
■ 第十章	新媒体时代动漫产业发展机遇与挑战	/	219
第一节	新媒体时代动漫产业的挑战	/	219
第二节	解决新媒体时代动漫产业发展困境的因素	/	221
第三节	解决新媒体时代动漫产业发展困境的策略	/	226
■ 参考文献		/	230

第一章 新媒体时代动漫设计与制作研究导论

动漫是一种表现形式十分丰富的艺术形式和产业形态,不同的传播媒介直接决定了动漫产品不同的表现形态。在传统媒体上,动漫主要以电视动画、漫画、动画电影等形式出现。目前,以互联网和移动互联网为代表的新媒体正蓬勃兴起,并逐渐普及应用,新媒体不仅影响和改变着人们的生活习惯,还因改变人们的消费方式而呈现出巨大的市场潜力。随着传统传播渠道的日益饱和,许多传统动漫公司开始转向新媒体领域,寻求新的传播方式和运营模式;同时还出现了许多一开始就立足于新媒体市场的动漫公司和创作团队。新媒体动漫应运而生,对它的研究也随之增多,本章将初步研究新媒体时代动漫设计的背景与新媒体的出现对动漫所产生的影响。

第一节 动漫设计与制作的研究背景和意义

动漫是动画与漫画相结合的产物,动漫设计与制作因“动漫”一词应运而生,它是动漫可持续发展的动力与源泉。设计者热衷于制作技术与设计方案,而学者深入研究动漫设计与制作,比如研究背景、意义,与新技术结合会对原来的动漫技术产生哪些影响,在新媒体形式下对动漫未来的发展产生什么影响等。这一系列的研究能够帮助人们提高动漫设计的制作水平,对整个动漫产业未来的发展都有积极影响。

一、动漫设计与制作的研究背景

动漫(Animation&Comic)是网络和数字技术发展的产物,动漫作品的创作需要更多的技术支撑,同时对于既懂艺术又有技术的综合性人才需求量大,除了前期的创作和技术人才外,还需要后期衍生产品生产销售中的营销策划人才及其他相关行业人才。动漫产业的衍生产品很多,使得整个产业链的营销周期拉长,以便获得丰厚的利润。

动漫设计是通过现代艺术之理念和现代艺术之能力实践的专业学习,培养学生的艺术美感、理性思维和创作鉴别欣赏能力,培养学生能使用三维动画软件工具进行三维影视动画艺术作品的创作,能够独立完成动画设计、动画编辑、动画创作等创意任

务。培养影视动画领域的高素质、专业技能人才。

以漫画和动画为表现形式,作为造型艺术的一门分支,动漫一直深受世界各地人们的喜爱。从迪士尼早期的《米老鼠与唐老鸭》、改编自莎士比亚名剧的《狮子王》到风靡世界皮克斯公司的《纸人》《玩具总动员》,从充满浓郁日本文化色彩的《圣斗士》到为全球观众所共赏的《千与千寻》,从 20 世纪 60 年代手绘动画的经典《大闹天宫》到融合大量电脑特效的《宝莲灯》,这些生动活泼、个性鲜明的动漫形象以独特的艺术魅力在各个时期和地区都获得过巨大的成功。

近些年来,随着大众文艺娱乐日趋多元化以及数码特效技术的不断创新,动漫文化又开始得以新的繁荣与飞跃,出现了 Flash 动画、三维动画、全息动画等崭新的动漫形式,在不同的国家与地区都成为主流的文化形式。以漫画、卡通、动画、游戏以及多媒体内容产品等为代表的动漫产业在全球经济中的地位迅速提高,逐步成为继软件产业之后的支柱产业。直至 2013 年,在许多发达国家已经成为重要的支柱性产业。在 21 世纪,动漫产业必将成为引导世界知识经济整体发展的主导产业之一。

随着数字化和知识经济化时代的到来,传统传播媒介向网络媒体新传播媒介转化。新传播媒介为新媒体与动漫的牵手,创造了新的发展空间和机遇。相对于传统传播媒介而言,手机和网络等新传播媒介悄然降临,已经成为人们工作生活必不可少的一部分,数字技术的信息内容与服务产业界限的消解,新兴了许多数字化内容产品,例如:QQ、微信、微博、短信、电子杂志、网络游戏等,这些数字内容产品为受众提供集娱乐、休闲于一体的消费体验。这些数字内容产品不仅依附于手机、掌上电脑等这些新媒介之中,而且存在于这些新媒介之中。许多动漫公司或工作室以商业营利为前提,但同时也在动漫设计与制作方面有着突飞猛进的进展。

一般来说,动漫设计与制作主要有两层含义:第一,动漫的设计,如设计思路、设计方案、草图绘制等,这属于动漫的前期准备;第二,动漫的制作,主要是指制作技术,如数字制作技术、影视制作技术、PC 动画绘制技术、音频制作技术,合成制作技术等。因此,从客观上分析,动漫是在设计与制作的基础上发展而来。

动漫随着科技的发展而创新,动漫与新媒体的结合,不仅扩大了卡通动漫形象的知名度和影响力,同时也扩大了新媒体衍生品的市场占有率,为新媒体动漫衍生品的设计开发注入新鲜的血液。在新媒体的推动下,动漫衍生产品有了新的营销空间,动漫衍生品在新媒体动漫产业链中有着至关重要的作用,也是动漫产业链中最关键的盈利环节,动画衍生产品和动画产品是“唇齿相依”的关系,它与动漫产业链的整体发展息息相关。虽然新媒体动漫的创作成本低于传统媒介动漫创作成本,但新媒体动漫衍生品的设计开发也是产业链中不可忽视的一个环节。衍生品的开发设计,将作品的卡通形象、道具等制作成衍生品进行销售,是新媒体动漫产业获得利润的重要手段。

设计开发符合受众人群的动漫衍生品是其获利最大化的有效途径。

二、动漫设计与制作的研究意义

(一) 动漫设计技能

动漫设计技能包括以下几个方面:

- (1) 前期策划——动漫设计的前期准备工作, 策划设计作品的背景、故事情节等。
- (2) 原画设计基础——学习动漫设计最基础的内容, 其中涉及美术方面的素描, 主要掌握物体的阴暗面和结构形体等。
- (3) 道具与场景设计——道具和场景是一个完整的设计中不可缺少的环节。
- (4) 动漫角色设计——掌握人物比例、人体结构等内容, 再赋予自己的想法和创意进行设计。
- (5) 二维动画设计——二维动画设计普遍指的是 Flash 动画设计。
- (6) 3D 基础知识——了解 3D 的表现形式和掌握 3D 软件的应用。
- (7) 3D 道具与场景设计——利用 3D 软件再加以原画创作构思制作 3D 道具与场景。
- (8) 动漫三维角色制作——利用 3D 软件再加以原画创作构思制作 3D 角色。
- (9) 三维动画特效设计——利用 3D 软件制作动画, 3D 动画制作软件常见的有 3Ds Max 和 Maya。

(二) 动漫设计软件

动漫设计分为三大类: 2D 动漫软件、3D 动漫软件、网页动漫软件。2D 动漫软件包括: Animo、Retas Pro、USAnimation; 3D 动漫软件包括: 3Ds Max, Maya、LightWave; 网页动漫软件包括: Flash。

1. Animo

Animo 是英国 Cambridge Animation 公司开发的运行于 SGI O2 工作站和 Windows NT 平台上的二维卡通动画制作系统, 它是世界上最受欢迎、使用最广泛的系统, 众所周知的动画片都是应用 Animo 的成功典例。它具有面向动画师设计的工作界面, 扫描后的画稿保持了艺术家原始的线条, 它的快速上色工具提供了自动上色和自动线条封闭功能, 并和颜色模型编辑器集成在一起提供了不受数目限制的颜色和调色板。它具有多种特技效果处理, 包括灯光、阴影、照相机镜头的推拉、背景虚化、水波等, 并可与二维、三维和实拍镜头进行合成。

2. Retas Pro

Retas Pro 是日本 Celsys 株式会社开发的一套应用于普通 PC 机和苹果机的专业二维动画制作系统, 它的出现迅速填补了 PC 机和苹果机上没有专业二维动画制作系统

的空白。从 1993 年 10 月 Retas 1.0 版在日本问世以来, Retas Pro 已占领了日本动画界 80% 以上的市场份额, 雄踞日本动画软件销售额之冠。

3. USAnimation

USAnimation 是排名世界第一的 2D 卡通制作系统。应用 USAnimation 可轻松地组合二维动画和三维图像。可利用多方位拍摄, 旋转镜头, 有无限多种颜调色板和无限多个层。USAnimation 唯一绝对创新的相互连接合成系统能够在任何一层进行修改后, 即时显示所有层的模拟效果。

阴影色、特效和高光均为自动着色, 在使整个上色过程节省 30% ~ 40% 时间的同时, 不会损失任何图像质量。USAnimation 系统能产生最完美的“手绘”线, 保持艺术家所有的笔触和线条。在时间表由于某种原因停滞的时候, 非平行的合成速度和生产速度将给予最大的自由度。

4. 3Ds Max

3Ds Max 美国 Autodesk 公司的电脑三维模型制作和渲染软件, 该软件早期名为 3DS, 后改为 Max, 图形化的操作界面, 使用更为方便。Max 历经多个版本, 直至发展到 9.0 以上版本, 逐步完善了灯光、材质渲染, 模型和动画制作。广泛应用于建筑设计、三维动画、影视制作等各种静态、动态场景的模拟制作。

5. Maya

Maya 是美国 Autodesk 公司出品的世界顶级的三维动画软件, 应用对象是专业的影视广告、角色动画、电影特技等。Maya 功能完善, 工作灵活, 易学易用, 制作效率极高, 渲染真实感极强, 是电影级别的高端制作软件。其售价高昂, 声名显赫, 是制作者梦寐以求的制作工具, 掌握了 Maya, 会极大地提高制作效率和品质, 调节出仿真的角色动画, 渲染出电影一般的真实效果, 向世界顶级动画师迈进。

6. Eyeon Fusion

Eyeon Fusion 是一款视频合成软件, 非常适合操作 Maya、Softimage3D 软件的动画师使用。它在电影、高清晰电视、广播电视制作中得到了广泛的应用, 它是 PC 操作平台上第一个 64 位的合成软件, 支持 64 位色彩深度的颜色校正, 这是以前 SGI 操作平台合成软件独有的技术, 它的网络渲染工具 Render Node 可以多线程、多任务实时渲染预览。它支持 PC、SGI 等操作平台上的图像文件格式, 至少作者还没有发现它不能导入的文件格式。支持 Z 通道 *.rla 图像格式文件, 支持多处理器。

7. LifthTwave

由美国 NewTek 公司开发的 LightWave 3D 是一款高性价比的三维动画制作软件, 它的功能非常强大, 是业界为数不多的几款重量级三维动画软件之一。LightWave 3D 从有趣的 Amiga 开始, 发展到今天, 已经成为一款功能非常强大的三维动画软件, 支

持 Windows 操作。被广泛应用在电影、电视、游戏、网页、广告、印刷、动画等各领域。它的操作简便,易学易用,在生物建模和角色动画方面功能异常强大;基于光线跟踪、光能传递等技术的渲染模块,令它的渲染品质几尽完美。它以其优异的性能备受影视特效制作公司和游戏开发商的青睐。火爆一时的好莱坞大片《泰坦尼克号》《阿凡达》中细致逼真的船体模型、《红色星球》中的电影特效以及《恐龙危机2》《生化危机:代号维洛尼卡》等许多经典游戏均由 LightWave 3D 开发制作完成。

8. Flash

Flash 是一种创作工具,设计人员和开发人员可使用它来创建演示文稿、应用程序和其他允许用户交互的内容。Flash 可以包含简单的动画、视频内容、复杂演示文稿和应用程序以及介于它们之间的任何内容。通常,使用 Flash 创作的各个内容单元称为应用程序,即使它们可能只是很简单的动画,也可以通过添加图片、声音、视频和特殊效果,构建包含丰富媒体的 Flash 应用程序。

(三) 动漫设计与制作的意义

现如今,动漫作为一种流行的娱乐方式,逐渐受到各个阶层的喜爱。大多数人都认为动漫仅仅是一种娱乐工具,但事实上它还有更深刻的意义。动漫不仅仅是要让人们感到身心上的愉悦,更是为了传递一种信息和文化。动漫,顾名思义,即动画和漫画。在其诞生之初,只有后者,没有前者,并且只是单幅而非多格。当时,人们的思想刚刚得到解放,中世纪的绘画逐渐由繁到简,被漫画所取代。人们也赋予了漫画更为广泛的政治内涵。

此后的数百年间,政治讽刺漫画逐渐发展,成为漫画的一个分支,也是极为重要的一部分。时至今日,它仍然经常出现在我们的视线里,为人们津津乐道。之后,漫画逐渐由政治讽刺走向社会讽刺、幽默讽刺,不再与政治这样模糊的东西挂钩,而是直接走入了寻常百姓家。

随着彩色漫画的出现,漫画的读者从成年人逐渐转向儿童和青少年。受此影响,这一时期的漫画也从讽刺的主题逐渐走向单纯的幽默,由单幅变为多格,甚至长篇连载,不再是一幅死板、空洞的画,而成为有故事、有情节的作品。

20 世纪初期,电影的发明无疑为漫画提供了一个很好的机会,使之从“纸上谈兵”变为真真切切、活灵活现、动起来的图画,至此,漫画才逐渐走向动画。整个 20 世纪是世界动漫发展最快的一百年。无论是美国的英雄主义动漫,还是日本的风靡全球的动漫,我们都看到了动漫的飞速发展,而在这发展的背后,则是人们对动漫的热爱。人们开始了解动漫,喜爱动漫甚至自己创作动漫。也正因为如此,动漫在这一百年中发展得最快,也最好。这一百年的动漫发展史,是很值得回味和研究的。其间涌现出了大量优秀的作品,如:《超人》《蝙蝠侠》《蜘蛛侠》《米老鼠和唐老鸭》《白

雪公主》《父与子》《丁丁历险记》《爱丽丝梦游仙境》《小飞侠》《大闹天宫》《圣斗士星矢》《哆啦 A 梦》《龙珠》等。这些作品无不说明世界动漫正站在一个全新的高度和起点上。正是由于动漫的火热与流行，我们组才选中这个研究课题。其原因一是由于组员们喜爱动漫，对这一课题有话可说，只有这样才能认真地对待和完成这一课题。二是因为现在的人们对动漫所具有的意义知之甚少，也不甚了解，所以研究这一课题有助于更多的人了解动漫、喜爱动漫。

若要研究动漫，首先应从它的历史开始。从历史中，我们可以总结出动漫出现的原因以及它的一些作用。正如上文所述，动漫出现之初，仅仅是一种政治讽刺的工具。而后，随着科技的发展，社会的进步，动漫逐渐演变为孩子们的娱乐项目，并且融入了社会化的一些东西。应该说，这一时期的动漫已经变得具有初步内涵并且与生活联系紧密。它正在向生活化、平民化、娱乐化发展，在其中掺杂着一些最基本的感情，如亲情、友情等。之后，动漫出现了相当长的活跃期，从漫画直接转到动画，这是一个里程碑式的转变。此后，动漫的题材变得更加广泛，更顺应时代潮流，有丰富的文化魅力。它不再是简简单单的娱乐工具，而变为了社会和文化的代言人，向世界传达着消息。在这里就不得不提到宫崎骏和他的动漫。在宫崎骏的笔下，动漫不再是从前哄小孩的图画，而是充满着人文气息，倡导人与自然和谐共处的美好图景。我们组认为，这才是动漫真正所具有的内涵，这才是动漫所能带给人的深刻的意义。无论是人类或是其他生物，都无法与自然匹敌，也自然都无法脱离自然而生存，当这种矛盾出现时，动漫作为人类最浅显易懂的图画，是最适合用来告诫和警示人们的。

不仅如此，动漫也同时承载着多元的文化。日本和美国的优秀动漫之所以能如此长久地为人们所铭记和怀念，正是由于它们都具有本国独特的文化。也正因为如此，动漫才会拥有如此多的世界粉丝，动漫才能够具有社会意义。从这个角度来讲，动漫对本国文化的承载要远远大于对社会意义的承载。我们研究的目的不仅仅是研究出动漫设计的意义，更重要的是，要让所有人都能认真体会动漫设计，领悟动漫设计，从而真正了解动漫。

第二节 新媒体时代下动漫设计与制作研究内容

随着新媒体技术的不断发展，各种形式的新媒体艺术作品给观众们带来了不同的视觉体验，使我们真正地进入了新媒体时代。新媒体正在以其巨大的渗透性与包容性影响着人们生活的方方面面。动画作为艺术的一部分，也由于新媒体的发展与进步，受到了巨大的影响，对动画的制作方式、传播方式等方面产生了深远的影响。最重要

的是新媒体将动画这个新兴的文化产业推向了一个前所未有的高度,使得行业发展的可能性更多、更稳定、更快捷。

一、新媒体的概念

(一) 新媒体的定义

随着数字技术的提高,人们逐渐进入了数字时代,生活中逐渐衍生出很多新的媒介载体。例如:电子杂志期刊、电子报纸、电子广播、手机短信、移动电视、互联网等,这些新的传播媒体相对传统媒体而言,在内容和存在形式上有着历史性的变革。“新媒体”是在“旧媒体”的基础上发展起来的,它指的是出现于现代的传播媒介形式,是“旧媒体”之后的数字技术媒体,它包括电脑和一切运用微处理器、数码、激光、互联网的技术设备、电子娱乐产品,用于生产和消费的多媒体系统,高科技视频系统,遥感技术,远程通信系统,通过数字手段生产的艺术作品,以及各种含有电子内容的输入、输出和存储设备,等等。但与旧媒体有质的区别,新媒体的传播速度很快,在内容承载量上远远大于传统媒体,以至于互联网正从“第四媒体”逐渐上升为“第一媒体”。互联网媒体正以飞快的速度颠覆人们以往的生活方式和行为方式。以手机为视听终端的第五媒体,是个性化即时信息传播载体,是以大众为传播目标,以定向为传播目的,以及时为传播效果,以互动为传播应用的大众传媒平台。相对于“旧媒体”,新媒体将传统媒体的边界模糊化,消解了国家间、产业与产业之间、接收者与发送者之间的边界,等等。

(二) 新媒体的特征

“新媒体”是相对于“旧媒体”而言的,其特点与旧媒体有质的不同,主要表现在以下几个方面:

1. 承载信息量大而丰富

新媒体对信息数据的传输主要依赖数字信号,这便使得新媒体可以承载的容量几乎不受限制。新媒体依靠数字信号的传输,可以随时跟踪事件发展以及超链接等技术应用,使新媒体拥有巨大的信息量。信息量大再加之产业参与者的转载等,丰富了新媒体的信息内容,使其信息具有丰富性。

2. 消解边界特点

相对于“旧媒体”,新媒体模糊了传统媒体之间的界限,消解了产业与产业之间、企业与企业之间、发送者与接收者之间的界限,等等,提供了信息交流的平台,使得信息能够全球化共享。消解动漫产业链中各环节发展直接的屏障,使其各个环节相互依存、合作,相互竞争,形成新媒体生态的动漫产业链。

3. 信息发布费用低

新媒体与旧媒体在支付播放费用方面有很大的区别,动画影音制品在传统媒体上发行播出,会付出高额的播出费用。新媒体则不同,虽然在研发时需要高额费用,一旦投入市场,信息发布者所需付的发布费用几乎为零,这大大降低了信息传播成本。零费用的低门槛,为受众也就是潜在的传播者,提供便捷的信息发布渠道,为信息的整合提供了新的媒介载体。

4. 交互性传播

以电视、杂志等传统传播媒介所提供信息的内容是以一种不对称的方式传播的,是媒介载体单方向受众群体进行信息传播,是狭窄的一点对多点的传播方式,没有为受众提供信息交流的平台。而手机和网络等新媒体的出现则改变了这一缺乏互动性的传播方式,实现了一点对一点,甚至多点对一的传播方式,也为受众提供了信息交流的平台。充分发挥了受众的自主筛选、淘汰信息的权利,受众的自主权得到实现,也使受众在成为信息接收者的同时成为潜在的信息传播者和制造者,使受众的身份转化成为可能。打破传统媒介压迫式灌输信息的局面,受众的话语权得到了强化。这种交互设计更好地为生产者与受众创造了交流平台,使受众参与到作品的创作和生产过程中,使作品更加贴近受众的生活,符合受众的个性化审美取向。

5. 内容发布及时性

新媒体通过移动通信技术,卫星传输数据信号的应用,将内容以依靠数字信号即时呈现给受众,使受众可以随时随地地不断更新承载内容,在第一时间欣赏、下载、播放自己喜欢的作品,使之达到“时时更新”“第一时间”“现场直播”的效果。

6. 手机和网络构成了主要的传播途径

手机和互联网具有强大的渗透力和影响力,逐渐改变着人们的生活习惯和体验方式。网络、手机新媒介很形象地被称为“第四媒体”和“第五媒体”,并以惊人的速度逐渐上升为“第一、二媒体”,为人们的工作和生活提供了更多的便捷条件。

7. 分众传播

新媒体作为时尚化和潮流化的产物,所传播的对象不可能满足于受众群体中的每一个人。虽然新媒体可以将信息传播到每一个人,但只有部分受众愿意自主性接受,这就体现了新媒体的“分众化”特点,它只能根据不同的受众进行内容归类、市场细分,满足个性化时代的各个消费群体的独特性需求。

8. 自主性

新媒体的出现,使受众不再受时间和地点等条件的限制,可以随时随地地自主选择自己喜欢的产品内容进行欣赏、下载,在新媒体的一点对多点,甚至是多点对一点

的传播形式中强化了用户主体性的特点,其自主性也得到增强,实现了消费者的“所得即所需”。

二、新媒体动漫的概念

(一) 动漫

中国最早使用“动漫”一词源于1998年创刊的《动漫时代(ANIME COMIC TIME,简称ACT)》,该杂志因市场竞争于2006年7月停刊,但它毕竟是中国公开发行刊物当中第一个使用“动漫”一词的。随着时代的发展,动漫已成为流行词语。动漫的形式由影视动画、漫画、连环画、网络动画、动漫贺卡、动漫广告、手机动漫等组成。现在人们只要一提起动漫,就会想起动画片、游戏,甚至动漫衍生品,如动漫图书、动漫电子玩具等,动漫可以说早已家喻户晓,深入人心。通过对动漫的描述,人们可以这样理解,动漫是以动画和漫画为主体内容的图形、图像、声音作品以及与此相关的衍生产品的统称。无论是动漫还是动漫衍生品,都以超越现实的造型设计、炫目的动漫图像,而备受青少年的青睐和追捧。动漫可以说是人为创造的事物,并给人以超越现实世界的幻象空间。这就需要设计者的创意,以获得观看者视觉刺激性的体验。随着社会发展,人们通过现代信息技术创作的动漫,已经被越来越多的人认可和接受。动漫形象的衍生品,无论从数量还是质量上,都有了长足的发展。

(二) 动漫的特征

1. 动漫的艺术特征

漫画最早是一张图或几张图的手绘集合,即可视为绘画作品。那么动画呢?著名的动画家诺曼·麦克拉伦(Norman McLaren)认为“动画不是‘会动的画’的艺术,而是‘画出来的运动’的艺术”。可见无论漫画和动画都和绘画有关,从很多著名的动漫制作名人来看,他们都接受过正规的美术教育,如绘制《父与子》的德国人布劳恩,曾毕业于德国莱比锡绘画学院;《米老鼠与唐老鸭》的作者迪士尼16岁时就读于芝加哥麦金莱中学艺术函授班。这些动漫家都具备扎实的美术功底。当今的动漫无论如何发展,美术功底都是必不可少的,以前的动画片也称美术片就是这个道理。众所周知,美术是艺术的一个种类,属于造型艺术,所以动漫理所当然具有艺术特征。

(1) 审美性

动漫的审美性体现在动漫的角色创意、剧情创作、制作技术、受众情趣等一系列过程中,如深受当今少女喜欢的漫画家夏达的《游园惊梦》,其漫画以中国古代诗词歌赋为基础,所描绘故事中人物服饰均体现出古代的特点,很具诗情画意的美感。它的审美特征以意境、古诗为标准,体现文学素养之美。审美性是人类一种重要的心理现象,既是动漫创作人员在题材、人物、场景及画面设计制作的审美心理,也是大众

对艺术作品的视觉审美体验,通过制作者和欣赏者对美感的追求,制作者可形成美的创作自觉,欣赏者可提高自己的审美情趣和完善自我人格。目前动漫以其丰富的内容,统领着年轻一代的思维方式、生活习惯、消费观念等。很多青少年从动漫中获得他们的审美体验。

动漫塑造美的形象,如早期美丽善良的《白雪公主》、扶贫济困的《神笔马良》、除暴安良的《阿凡提》,这些动漫角色以拟人化的塑造,将现实社会生活中人与人之间的关系,在动漫作品中以简单的善恶进行美与丑的划分,通过对丑的否定而达到对美的肯定;动漫创作者通过展现人世间的真善美,强调要树立亲情、友情的观念,如不畏艰难的《狮子王》和勇于拼搏的《足球小将》等,通过这些角色的塑造,强调要做一个为梦想而敢于拼搏的人。据说漫画《足球小将》连载 20 年,其作品影响了许多日本青年积极投身于足球事业中,日本的足球能够在亚洲领先,《足球小将》功不可没。

(2) 时尚性

动漫所反映的是和大众密切相关的问题,是一种以反映最广大人民群众生存、享受、发展需要为出发点的文化,这种文化能让人们暂时忘却现实生活中的孤独感和危机感。它和官方的主流文化、学术界的精英文化是不同的。官方的主流文化有说教的成分,学术界的精英文化又太过深奥。动漫因其通俗和时尚更让人容易接受,动漫作品的结局无论悲喜,总能使公众获得一定意义上的认可,它能及时满足其精神消费的需求。动漫的主要消费群体是年轻人,年轻人充满朝气,富有幻想精神,又具有很强的叛逆心理,因而动漫的娱乐通俗性要紧跟年轻人的时尚追求,获得更多年轻人的青睐。动漫文化来源于大众,大众文化就是一种时尚文化,年轻人本身又是时尚的代言人,加之动漫技术也是紧跟时代潮流的,所以动漫具有鲜明的时尚性。动漫的时尚性表现在造型的时尚性、服装的时尚性、语言的时尚性、题材的时尚性、剧情的时尚性等各个方面,还表现在新技术、新手法时尚运用等方面。

比如韩国的“爆笑虫子”形象。Larva 是一部风靡全世界的搞笑无对白动画短片,其剧集充满创意乐趣,融合音乐、节奏、丰富的肢体动作,倡导积极乐观向上、忠诚至上、相互陪伴的人生价值观。在全球超过 180 个国家传播,收视率超过 110 亿次,中国主流视频网站的点击率已超过 180 亿次。Larva 在很短时间内风靡世界,前海拉瓦动漫(深圳)有限公司在取得 Larva 爆笑虫子大中华区版权后致力于 Larva 爆笑虫子在中国的本土化、多元化发展,目前 Larva 爆笑虫子主题酒店、主题乐园、大电影、周边衍生产品的项目均在紧锣密鼓的筹备当中。从开播至今,《爆笑虫子》深受青少年的喜欢。前海拉瓦动漫(深圳)有限公司与韩国 TUBAn 公司联合推出的 Larva 爆笑虫子首部大电影,剧本已基本制作完毕,预计 2018 年上线,全球发行。