

浅谈新媒体环境与动漫产业发展

高明月

黑龙江职业学院 黑龙江哈尔滨 150000

摘要: 随着现如今社会大环境在不断改进和创新,对数据信息的传播方式也变得越来越多样化。计算机网络新媒体技术也成为构建国家文化传播的一个重要途径,在国家传播文化的平台中,新媒体也得到了新的发展和应用。

关键词: 动漫产业; 新媒体环境

引言:

新媒体艺术繁荣发展的主要特性是以网络作为传播媒介,然后借助通信设备和多媒体等来完成内容的筛选与规划。将数字媒体的先进技术手段融入具备内涵的动漫艺术当中,是传统视觉艺术的延续,也是现代技术发展的必然趋势。随着现如今社会大环境在不断改进和创新,对数据信息的传播方式也变得越来越多样化。相比于传统媒体,自媒体具有以下特点:主体的平民化、内容的个性化、表达的自由化、时空的便捷化。动漫作者在创作过程中,应加深对网络新媒体概念、现象、特征的理解与分析,充分发挥网络新媒体的作用,来提高自己的创作能力。计算机网络新媒体技术也成为构建国家文化传播的一个重要途径,在国家传播文化的平台中,新媒体也得到了新的发展和应用。日本和美国在动漫设计和制作方面处于世界前列,而我国虽然在动漫产业的发展水平上与之存在差距,但如果能够在新媒体语境下把握特征,也能够突破原有的发展束缚寻求新的特色化文化成果。

一、新媒体和动漫概述

在现如今我国新媒体的发展过程中,计算机、互联网都已经成为新型的发展媒体。这种媒体艺术是以数码艺术为主要基础,进行不断的改进和创新。手机互联网也成为人们日常生活和工作中必不可少的一项互联网技术。新媒体的核心发展内容就是数字技术,数字技术可以给录像数据、多媒体信息等进行传播和连接,多媒体数据信息生产力自身的发展也会对艺术的特点产生影响,现如今,数字化时代的发展潮流也成为制约现代艺术数据网络信息发展的主要依据。

动漫,伴随着如今互联网信息时代的发展,电子信息艺术在各行各业和各个领域的发展中,也体现了自身的发展价值。同时,三维动画也随之诞生,三维动画的意义就是将动漫的角色通过空间和动作设计去遵循一定的规律,呈现给广大群众。在现如今数字化市场发展的

过程中,越来越多的动画爱好者脱颖而出,以及对动画收集的用户也逐渐增多。很多用户为了能够更加进一步的扩大市场的整体规模,也推动了动漫在影视行业的健康成长价值理念。

二、动漫设计与制作的发展演变

2.1 表现诉求要得当,增加作品吸引力

不管是少年儿童还是成人,看动漫作品或者购买动漫作品的首要诉求是感受快乐,这是感性诉求,即满足某种感情的需求。我国大部分动漫作品过多地强调“教育意义”,偏重传道和说教,有教无乐的偏多。有些动画片内容枯燥,情节单调、形象呆板、动作迟滞、缺乏创新,很难吸引受众,如《中华传统美德》、《蓝猫系列》等明显是以传授知识为目的,看似娱乐的《海尔兄弟》等更多时候也在说教。动漫表现诉求在于可爱的形象造型、夸张的动作造型、幽默的语言对话、曲折紧张的情节构建、生动奇特的场面设计和声画匹配的美妙音乐才是引观众的主要原因。在优秀的画片中,既不会把错误的观点灌输到少儿头脑中,也不会设置错误的内容来愚弄成人,其幽默但不低俗,夸张但不失实,把教育融入到动画的情节中,而且隐藏得让受众察觉不到,如在美国的《超人特攻队》中,超人鲍尔的敌人超劲为了圆自己的英雄梦,研究出很多杀人武器,还杀了很多,但超劲变坏的原因是鲍尔在小时候伤了他的心,毁了他的梦想。这点似乎在告诉观众,要关注小孩的成长,不要轻易打击弱小的心灵。“寓教于乐”是可取的,但不要“寓”的得过于肤浅,要在“乐”中潜移默化的接受教育才是上乘之举。美国迪士尼建立了“带给所有人欢笑”的创作目标后,其动画片及其衍生产品风靡全世界,这对我国动漫界应该有所启发。新近的《宝莲灯》算是倾力奉献的大制作,其人物表情之单调呆板,场景描绘之简单粗陋,简直令观众无法容忍。《虹猫蓝兔》人物绘制之粗糙,配音之低劣,以及音乐之不协调以及其中的“暴力”倾向竟一度被停播。国内动画片技艺明显不到

位,当然人才缺乏、运作经费不足可能是一个原因,其实更大的原因是急功近利的表现。目前我国有些动画企业家对动画知之甚少,在盲目跟风、抱着发大财的想法入行,总想要以较少投入获得最大回报。当他们每天看着金钱大把大把花去不见回收的时候、心态自然浮躁,而急功近利的心态往往使他们的产品趋向粗制滥造。需要指出的是,没有精品意识是不可能创作出上乘作品出来,那就更谈不上取得经济效益。

2.2 动漫角色设计与场景设计

网络新媒体技术的普及和发展,改变了信息传播和接收方式,人们的思维方式、心理需要和审美意识等也随之发生了相应的转变,动漫作者可以通过网络新媒体来关注目标受众群体,设计出他们喜爱的角色形象与动漫场景。网络的主力军是年轻人,他们每时每刻都被网络文化所影响着,网络文化是“以互联网为载体、以互动交流为特质的文化形态,通常指网络中以文字、声音、图像等为样态的精神文化成果”。各种各样的丰富的网络文化,一方面满足和滋润着青年人对于精神生活的多样需求、自己的理解与主动体验;另一方面影响并塑造着他们的世界观、人生观和价值观,是追踪和理解年轻人的思想和行为的一把“钥匙”。年轻人正是动漫作品的最大受众群体,动漫作者可以通过网络来了解青年人的爱好、当前流行的文化元素等,在创作过程中,动漫作者要把握住青年人的“脉搏”,关注青少年的心理。比如,在20世纪90年代末,日本电视卡通连续剧《美少女战士》的风靡、《宠物小精灵》在日本境外的巨大成功,就是因为动漫作者创造出的角色形象以及时尚潮流迎合了当时青年人的心理诉求,以及动漫中极具特色的角色人物和跌宕起伏故事情节的完美结合,这也在很大程度上吸引了许多来自世界不同国家、民族、文化背景的观众。

2.3 动漫制作方式的结合

在现如今,我国影视技术人员对于动漫的制作也分为了二维和三维的制作类型。这种新型的制作手法在发展的过程中也存在着特有的优势。设计人员为了更好地将二维动画和三维动画有效结合在一起,通过合理科学性的对比,发现在发展的过程中,其场景的变化、给人的视觉和音效等方面,都有一定的差别,需要经过不断地改进和创新,才可以让人在视觉上感到更加生动形象。技术人员应该根据这些特点,将三维动画的场景作为动漫领域的重要设计理念,将二者之间存在的不足和差距,通过合理的设计完美地融合在一起,给人们呈现更加生动形象的视觉和幽默性。这样才能给作品带来更加高品

质的效果。

2.4 立足审美文化进行创新

现代信息技术的发展让传统媒介的方式变得更加多样化,原有的信息交流开始被图像交流模式所取代,人们的理性感知也开始逐渐地转向于感性认知。对此,动漫设计制作在满足“基础”的需求之后会朝着社会审美文化的角度进行创新,甚至包括一些对传统元素的应用和创造。很多传统的京剧片段都出现了动漫版本,如《红灯记》、《霸王别姬》、《定军山》等京剧剧目都由三维动画技术来重新呈现,塑造出了极具中国特色的文化造型和文化魅力。当然,动漫设计与制作无论朝着怎样的方向而发展,其主要思想都是一致的,并不会因为作品形式的改变也导致价值观的改变。即便是在文化全球化的发展背景之下,动漫设计也只是从形象和手法的角度转变为思考方式的差异,但是在社会文化层面并不会产生差异。中国动漫市场有着良好的发展前景和发展潜力,商业市场竞争模式初步形成,竞争必然带来更加优秀的作品,尤其是一些具有中国特色和民族精神的作品会呈现在观众面前。未来的动漫设计者们将从社会审美文化当中汲取那些有价值的资源,然后将其与设计思维进行碰撞结合,设计不同的动漫主题、动漫形象,完成内容的创作^[4]。

2.5 实现艺术设计与动漫制作的有效融合

在多媒体发展的情况下,对于新闻编程编排工作人员来说,他们会将自己周围所出现的生活和真实事件进行编排和报道。同时,技术型的人才和艺术性的人才,在对动画进行设计和发展的过程中,应该将人文性和技术型的动漫融合进去,这样才可以使专业技能更加高超。同时,设计人员还要根据中国的一些传统文化和动漫艺术剧,让动漫制作更加的具有合理性,这就提高了新闻内容的真实性 and 全面性,与此同时,就对新闻采编工作者的专业知识能力和综合水平能力提出了很大的要求,新闻多媒体相关部门会让新闻编排者对自己生活中所遇到的事情,进行如实的编排,还要将所反映的现实教育性如实地呈现出来。管理人员也会将专业知识和动漫设计理念通过科学的培训灌输给相关的工作人员,技术人员也要将所学到的一些教学内容,通过艺术的形式转化出来。

三、动漫创作能力的提升的思考

在一部动漫中,最关键的是故事创意,创意是一部动漫作品的灵魂,动漫产业是以创意为核心的,但对于动漫作者来说,创意是最难的。如何提升故事创意的创作能力呢?第一要保持对动漫创作的关注与热爱,勤奋

思考, 激发灵感。比如, 魔漫相机, 通过数字化处理将真人图片转化成搞笑的漫画风格, 不管是什么性格或者形象, 拍出来的永远是幽默的漫画, 甚至还有动画表情制作功能, 这些新媒体形式都可以成为激发创意的工具; 在创意瓶颈期, 使用图文并重的思维导图工具, 开发自己的头脑风暴, 进行发散性思维充分地去想象和构思自己的作品。第二善于利用数字化技术, 从繁重的脚本创作、分镜设计、人物设计、背景布局、作画、上色、动画、美术、摄影等等流程环节中解脱出来, 荀子在《劝学》中说“君子生非异也, 善假于物也”, 在人物设计、背景布局、作画、上色等工作中使用Photoshop、SAI等软件, 不仅可以事半功倍, 从而节省时间, 还可增强作品艺术的表现力与感染力。

总而言之, 新媒体平台给多种媒体较差技术提供了融合应用的发展空间, 动漫产业的发展也让新媒体与数字技术的融合趋势越来越明显, 在科技引导的创新潮流之下, 信息传达方式发生了改变, 生产模式也变得更加多样化。从初期的独立动漫设计到现阶段的远程写作规模化运营, 数字化技术的应用让动漫设计和制作更加精细化, 创作形式多样化, 例如立体动画、交互动画等。传播方式的多样化必然促进信息传达的多样化, 新媒体艺术和动漫的结合满足社会信息获取的实际需求, 以移动媒体为平台的各类动漫设计作品必然会走向更高的发展层次。

四、总结

动漫文化已经成为儿童、青年人甚至不分年龄段的人的精神食粮, 动漫作者就是这些精神食粮的生产者, 怎么才能创作出“营养丰富”的动漫作品呢? 答案就是动漫作者要借助网络新媒体来了解青少年, 关注青少年, 知道他们的“喜、怒、哀、乐”, 做他们的“哆啦A梦”, 化解他们身边的种种困难问题, 帮助青少年快乐成长, 并在创作过程中, 积极利用网络新媒体, 提高自己作品的艺术质量和艺术感染力。根据上面我们所了解的情况可以得知, 在新媒体艺术发展和创新的历程中, 动漫设计也给出了自身的发展理念和发展优势。动漫设计可以为新媒体艺术提供更加正确合理、科学性的发展目标。在现如今, 新媒体艺术在动漫设计发展过程里, 已经逐渐地融入创作和设计的理念之中, 通过对新媒体艺术的

改进和创新, 让广大用户在新媒体艺术形态上有全新的体验, 同时人们也有了全新的思考和理解。相关部门根据实际发展要求, 完善动漫设计理念, 也加大了对制作人员的专业知识培训和新媒体艺术灌输。这样才更加有利于新媒体艺术文化在未来的可持续发展。

参考文献:

- [1]汪豪.新媒体对条漫创作的影响[J].新媒体研究, 2018, 4(10): 116-117.
- [2]刘小旭.“互联网+”时代动漫产业商业模式[J].人文天下, 2017, 3(6): 44-49.
- [3]徐群晖.中国动漫产业的新媒体趋势研究[J].社会科学战线, 2018, 41(8) 193-197.
- [4]李文丽.“互联网+”背景下网络动漫产业的发展[J].现代信息科技, 2018, 5(11): 63-65.
- [5]黄鸣奋.品牌: 我国的新媒体与动漫产业[J].南京邮电大学学报(社会科学版), 2012, 14(01): 8-15.
- [6]仇正, 艾胜英, 路盛章.新媒体语境下怀旧动漫的勃兴与品牌重构[J].东岳论丛, 2013, 34(09): 94-98.
- [7]张巧.新媒体时代江苏动漫产业的发展现状与对策[J].艺术科技, 2014, 27(11): 4, 11.
- [8]唐杰晓, 刘义超.新媒体时代的“微动漫”发展优势探讨[J].吉林省教育学院学报(下旬), 2015, 8(11): 134-135.
- [9]张进.新媒体环境下山东“一带一路”的文化产业分析——以动漫产业为例[J].艺术科技, 2016, 29(11): 35.
- [10]王婷.融媒体时代背景下中国林业发展趋势——评《中国林业媒体融合发展研究报告》[J].西部林业科学, 2018, 48(04): 173.
- [11]谭雪芳.虚拟异托邦——关于新媒体动漫、网络传播和青年亚文化的研究[M].广西: 广西师范大学出版社, 2016.kindle538-540
- [12]胡正荣.传播学概论[M].北京: 高等教育出版社, 2017.32
- [13]今日头条全国营销中心.2018抖音短视频营销策略通案[EB/OL].(2018-03-28)[2020-05-11].<http://www.199it.com/archives/704146.html>