

Analysis on Animation Attitudes of College Students

Tingting Qian, Chuanbo Sun*

Department of Psychology, Qufu Normal University, Qufu Shandong
Email: tqian2009@foxmail.com, gudahongdouxue@163.com

Received: Feb. 27th, 2017; accepted: Mar. 14th, 2017; published: Mar. 20th, 2017

Abstract

With the rapid development of economic and the upgrading network technology, animation has already become a global industry. Animation and manga culture have also developed gradually into a unique cultural and social phenomenon by its popularity among fans. Currently, domestic scholars have their research focused on the area of art, communication science, education science etc. However, the field of psychology is less involved. On the basis of understanding the college students' attitudes and opinions on animation and manga, taking students in Qufu Normal University as samples, this study has methodologically adopted questionnaire survey to analyze their attitudes on animation and manga. According to the results, animation and manga have high penetration among college students, they have their own choices on animation and comics, and they are rather rational when participating in relevant activities.

Keywords

Animation Attitudes, Animation Subculture, College Students, Folk Psychology

我国大学生动漫态度的探析

钱婷婷, 孙传波*

曲阜师范大学心理学系, 山东 曲阜
Email: tqian2009@foxmail.com, gudahongdouxue@163.com

收稿日期: 2017年2月27日; 录用日期: 2017年3月14日; 发布日期: 2017年3月20日

摘要

随着社会经济的进步和网络技术的不断升级, 动漫已经成为全球性的产业。动漫文化也在动漫爱好者的
*通讯作者。

追捧和传播下逐渐发展成为独特的社会现象和文化现象。当前国内学者对此的研究集中在艺术、传播、教育等领域,在心理学领域就大学生的动漫态度进行研究的还相对较少。基于了解大学生群体对动漫的态度和看法的目的,本文采用问卷调查法,以曲阜师范大学的在校学生为样本,探析我国大学生的动漫态度。研究发现:动漫在大学生中有高普及率;在动漫作品的选择上是喜好鲜明的;在参与动漫相关的活动时较为理性,以减压放松为主。

关键词

动漫态度, 动漫亚文化, 大学生, 民间文化

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

上世纪五六十年代的中国动画业取得过较高的艺术成就, 并因动画电影片多、风格独特、制作精良而被国际动画艺术届誉为“中国动画学派”(代钰洪等, 2006)。随着经济社会的发展和网络技术的不断升级, 加之社会文化领域呈现多元发展态势, 在当前, 动漫已经成为一个全球性的产业。我国存在有大规模的动画、漫画、网络游戏和周边产品的消费群体, 再加上国家相关政策的推动和扶持, 使得我国动漫市场的发展可以说是势头迅猛、潜力巨大。动漫的受众是很广泛的, 可以说大部分的“80后”和“90后”都是看着动画片长大的一代, 一些经典动漫作品在给他们留下深刻印象的同时也深深地影响了这一代人。2007年广东的一项大型调查显示, 84.9%的青少年喜欢或者较喜欢动漫, 近一半的人接触动漫的时间是5~10年, 接触动漫10年以上的也有10.3%(邓智平, 2007)。与此同时, 在相当数量的动漫爱好者的追捧和扩散之下, 动漫文化悄然兴起, 有学者认为动漫文化已经成为不可小觑的青少年亚文化(石勇, 2006)。中央电视台和各地电视台均设有动画频道或与动漫相关的节目, 甚至还有一些付费动漫电视频道, 专门播放动画或播出以动漫为主要内容的节目; 国内几家主流视频网站买断部分日本动画作品的网络播放版权, 在其网站动漫子板块同步播出, 某网站的视频“弹幕”功能因其即时互动性而深受漫迷的喜爱并被各视频网站广泛采用; 简称“ChinaJoy”的中国国际数码互动娱乐展览会每年举办一届, 吸引了大量的动漫爱好者、玩家、技术人员等; 中国动漫金龙奖设立至今已十四年, 其宗旨是展示原创成就, 挖掘闪亮新星, 褒奖创新精神, 发展动漫产业, 并面向全球华人, 近期还发布了一项金龙奖二次元指数榜单, 指出截止2016年中国泛二次元人群超3亿, 核心二次元用户超8000万, 97%以上是“90后”和“00后”; 动漫出版产业发展势头良好, 涌现出一批深受漫迷喜爱的漫画或插画作者, 动画配音这一职业也备受关注; 除此之外, 还有种类繁多、形式不一的活动, 如漫展、动漫节, 由动漫爱好者组成的动漫社团以及规模不一的COSPLAY比赛等。美国动画电影《功夫熊猫》系列因其“中国元素”而在我国掀起一阵观影热潮, 同样, 作为“中国制造”典型代表的动画电影《西游记之大圣归来》更是口碑和票房双丰收。不过, 值得我们注意和反思的是, 像某村3名不足10岁男童玩耍时模仿动画片《喜羊羊与灰太狼》中灰太狼“烤羊肉”的情节导致其中两名儿童严重烧伤, 10岁女孩模仿《熊出没》用电锯将妹妹的脸严重锯伤这样的事件也时有发生, 还会有一些国产动画片抄袭国外动画作品或是部分动画片遭禁播之类的报道。

对于动漫,国内外有不少学者进行了研究或是给予关注。任频捷(2002)通过访谈法研究了动画片对8~15岁儿童的暴力性倾向的影响;郭虹(2003)深入分析了动画传播的主导、特征、渠道和真实受众,同时还进行了中外动画片的内容分析;石勇(2006)对青少年动漫亚文化进行了解读和思考,呼吁健康亚文化的培育;蒋蝉米(2007)以广州大学生为例分析了当代大学生动漫消费动机;王霖(2008)从思想政治教育的角度对动漫文化与当代中国青少年进行探讨;解立(2010)对动漫文化与青少年犯罪的关系进行了研究;此外,艺术、营销、教育、历史、体育、经济等领域也有所涉及。但是,从心理学角度探究大学生这一群体对动漫的态度还为数较少。从人们观看什么这点来说动画是具有高影响力的,这正是认识动漫的重要之处(Borrelli, 2002)。动画是电影业中的巨大经济动力并且只要消费行为一直持续就会一直极具分量,这是认识动漫的又一重要之处(Lalor, 2002)。为了更好地探析大学生对动漫的态度,本文通过问卷调查法对曲阜师范大学的在校大学生进行调查研究,关注其动漫观和形成原因,这对于更好的理解动漫文化并发挥动漫对其受众的积极影响具有重要的参考意义。

2. 理论综述

2.1. 动漫

“动漫”一词虽被广泛使用,但很难明确界定。王霖(2008)在其文中指出“动漫”这一词汇是一个土生土长的中国词汇,在日本、欧洲和北美都是没有这个词的,国际上通用的名称是漫画和动画,日文中的“漫画”(manga)是为了与英语中的“comics”相区别并为凸显日本现代漫画的新特点而依据日语发音创造出来的,成为国际上对日本漫画的通用名称,动画则是沿用了“animation”这一英文词汇,我国早期较常使用的“卡通”(cartoon)一词实际上多指用绘画语言来讲述故事的电影。马茜(2010)的研究采用了国家对“动漫作品”一词的界定,动漫是指以“创意”为核心,以动画、漫画为表现形式的文艺体裁,其作品形式包含图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种。Sean Leonard (2005)指出日本动画与同时期的美国动画有所不同,“anime”这个词是日本改良后用以指代所有的动画作品,在美国这一词语则专指日本动画产品。李常庆(2011)的书中也提到,日本没有“动漫”这一说法,平时使用的是漫画和动画。一般看来,在日本,从详细分类上来说,“动漫”包括动画、漫画、映画等,动画(アニメ)是日本动画的专有名词,指日本动画制作公司制作的动画,其动画风格特征与一般动画片不尽相同;漫画(まんが)指日本国内制作或发行的漫画,包括故事连环画和四幅一组的组画,它是画面组合作品的总称,也是指刊载这类作品的杂志和单行本;映画(えいが)是指日本动画电影,它可分为电视动画的剧场版和原创动画电影两类。Natsuki Fukunaga (2006)比较了日本和美国动画的不同之处,日本动画发行种类多且没有审查,有独特的艺术风格,古怪的幽默感,详尽且持续的故事线,深入而复杂的人物关系,较强的性格刻画,声音质量高,创新性,还有流行的音乐;而美国动画则是发行种类有限且审查严格,内容被管控,情景喜剧风格,故事幼稚。Samantha Nicole Inöz Chambers (2012)提到即使动画(anime)和漫画(manga)是两种明显不同的艺术形式也经常被混用,漫画指图画小说和连环漫画册,是制作动画的基础,就像静物画是美国动画的基础一样。MacWilliams (2008)认为这两种艺术类型想要彼此区分的话就像是美国动画师想要从画家或讽刺画家独立出来一样。

现在,“动漫”一般指动画与漫画的合称或缩写,指代所有的动画、漫画作品,后又衍生出单指由漫画改编的动画的涵义,有作为动画片的另一种代称的趋向。可是,“动漫”一词并不单指动画片,但被误用的状况却相当普遍。由于日本动漫是其中最为流行的一种,并因此逐渐成为一种文化时尚,所以提及“动漫”时多指日本动画、漫画或日式动画、漫画。有时用“ACG”来表示动画、漫画、游戏的合称,还有目前得到广泛使用的一种指代说法是“二次元”,用来区分动漫中的世界与现实生活。本文采用的是动漫指代所有动画、漫画作品这一涵盖范围较为广泛的概括。

2.2. 动漫文化

谭玲等(2006)在其书中对动漫文化的定义及内涵、外延进行了较为详细的叙述。书中指出动漫文化是指视觉消费时代以动漫形象为基础、以现代传媒为动力支撑的大众文化,从内涵上看,动漫文化以动漫形象为基础;是一种消费性的视觉文化、大众文化;必须以现代传媒为支撑,在其外延上,因为动漫文化可以在一切有形和无形的载体上传播,所以动漫文化的表现形式也多种多样,总体看来,动漫文化以动画、漫画、游戏为核心展开,其外延涉及所有带有动漫形象的事物及文化现象,如组织或参与漫画比赛、在以卡通形象为主体的场所参加游园活动、在家中或其他地方阅读动漫期刊或书籍、COSPLAY、观赏电影动画或电视动画、参与有动漫角色的网络游戏、购买动漫形象衍生产品、成立民间动漫组织、策划动漫活动、分享动漫故事等。莫林虎(2011)指出从动漫文化发展的历程来看,它主要依托报刊、电影、电视、网络四种媒体。国内外的学者对动漫这一流行现象进行研究时,都会提到的一个概念是动漫亚文化(Chambers, 2012; Kinsella, 1998; Leonard, 2005; 王霖, 2008; 解立, 2010)。目前在中国广为流行的动漫文化是以日本动漫为主导的亚文化,所以有很多概念是从日本传入的,以日本国情和语言为依据形成的新兴词汇在传入中国后被中国的漫迷们进行了一定程度的改造,最终形成了动漫文化的核心概念(王霖, 2008)。漫迷分享和漫迷字幕是动漫在世界范围内传播,特别是在将日本动漫作品引入中国、美国以及欧洲等国家中发挥了巨大的作用,提及动漫亚文化,也多指业余漫画运动(amateur manga movement)、同人志(dojin)、御宅族(otaku)、二次元等(Chambers, 2012; Kinsella, 1998; Leonard, 2005; 王霖, 2008)。

2.3. 动漫产业

动漫产业是以创意为动力,以动漫文化为基础,以版权为核心盈利模式,广泛涉及影视、网络、音像与书籍出版以及玩具、文具、服装、食品等行业的现代文化产业,动漫产业起源于美国,真正发展还是要追溯到美国迪斯尼公司。依托报刊、电影、电视、网络四种媒体,动漫产业的发展经历了以书刊为载体的时期;以书刊和电影为载体的时期;以书刊、电影、电视、主题公园为载体的时期;以书刊、电影、电视、网络等立体媒体为载体的时期(谭玲等, 2006)。相对于欧美,日本动漫产业起步稍晚。而提到日本的动漫产业,首先不能不了解内容产业这个概念,因为它比动漫产业具有更广泛的产业涵义与意义,动漫产业是内容产业的一部分(莫林虎, 2011)。在日本,单独讨论漫画或动画时,采用漫画产业或动画产业的名称,把漫画产业、动画产业以及游戏产业等作为一个主题来进行讨论时,往往采用内容产业、文化产业或娱乐产业的说法(李常庆, 2011)。内容产业所包含的各种产业密切联系在一起,相互之间展开相关的商业活动。日本所谓的内容产业的概念在不同国家有不同的称谓,但都包含了动漫。

目前世界范围内流行的动漫文化是基于商业动漫而建立起来的,不得不说是动漫产业化的巨大成功(王霖, 2008)。动漫文化属于文化范畴,动漫产业适用于经济范畴,两者看似关联不大,实则血肉相连、密不可分(夏瑛, 2009)。概括来说,二者互为条件,相互推动。

3. 研究方法

3.1. 被试

采用随机抽样的方法,从曲阜师范大学在校学生中抽取被试共 120 名。其中,男生 50 名,女生 70 名,年龄在 18~25 岁之间。删除无效问卷后,有效问卷 96 份,有效回收率为 80%,删除标准为:(1) 未完成的问卷;(2) 有规律作答或者连续 10 题或以上答案相同。

3.2. 研究工具

本研究采用自编的调查问卷进行数据收集, 此问卷是在参考多项调查、研究中所使用的问题或问卷的基础上编写的。问卷共有 20 道选择题, 题目包括对动漫的理解、态度、参与程度, 接触动漫的时间、渠道, 观看和花费在动漫上的时间, 观看动漫作品的原因, 所关注作品的产区, 喜爱的类型和选择时的依据, 动漫带来的影响和家人的态度, 喜爱的国产作品类型, 在动漫上的花费等。由于本研究目的在于初步探析大学生对于动漫的态度或看法, 故不涉及对被试的喜爱程度即是否是漫迷的区分与评定。

3.3. 研究程序与数据处理

将问卷以 A4 大小白纸打印, 随机发放给被试填写, 填写完成后回收。数据收集并录入后, 使用软件 SPSS 18.0 对所有数据进行统计分析。

4. 研究结果

4.1. 被试对动漫的认知

不同性别的大学生对动漫的理解如表 1 所示, 选择动画的比率最高, 选择漫画的比率次之。不同性别的大学生关注的地区如表 2 所示, 以日本为主。如表 3 所示, 独立样本 T 检验的结果为 $p > 0.05$, 即: 被试在关注的地区上没有显著的性别差异。

4.2. 被试接触动漫的渠道

不同性别的大学生接触动漫的渠道如表 4 所示, 以网络和电视为主。

4.3. 被试选择作品的类型与关注点

不同性别的大学生喜爱的作品类型如表 5 所示, 其中男生选择热血格斗类的比率最高, 悬疑推理类次之, 女生则是选择悬疑推理类的比率最高, 浪漫爱情类次之。不同性别大学生选择动漫作品时的关注点如表 6 所示, 选择故事情节的比率最高, 人物造型次之。

Table 1. The understanding of animation and manga

表 1. 对动漫的理解

	动画	漫画	COSPLAY	游戏	周边产品	音乐	社团	其他
男	27 (79.4%)	27 (79.4%)	9 (26.5%)	8 (23.5%)	9 (26.5%)	5 (14.7%)	1 (2.9%)	1 (2.9%)
女	56 (90.3%)	32 (51.6%)	22 (35.5%)	13 (21.0%)	10 (16.1%)	9 (14.5%)	9 (14.5%)	3 (4.8%)

Table 2. Area attracts the most attention

表 2. 关注的地区

	日本	欧美	中国大陆	港台地区	其他	合计
男	27 (79.4%)	1 (2.9%)	3 (8.8%)	1 (2.9%)	2 (5.9%)	34
女	55 (88.7%)	1 (1.6%)	4 (6.5%)	1 (1.6%)	1 (1.6%)	62

Table 3. Independent-samples T test

表 3. 独立样本 T 检验

	F	<i>p</i>	<i>t</i>	N	\bar{x}	<i>s</i>	Sig. (2-tailed)
Equal variances assumed	6.682	0.011	1.359	34	1.53	1.161	0.178
Equal variances not assumed			1.218	62	1.26	0.788	0.229

Table 4. Access to animation**表 4.** 接触动漫的渠道

	网络	电视	电影	杂志	其他
男	30 (88.2%)	21 (61.8%)	17 (50.0%)	8 (23.5%)	5 (14.7%)
女	47 (75.8%)	53 (85.5%)	33 (53.2%)	20 (32.3%)	8 (12.9%)

Table 5. Type or genre**表 5.** 喜爱的类型

	悬疑推理	魔幻冒险	浪漫爱情	治愈系	热血格斗
男	15 (44.1%)	14 (41.2%)	6 (17.6%)	9 (26.5%)	17 (50.0%)
女	34 (54.8%)	30 (48.4%)	32 (51.6%)	24 (38.7%)	9 (14.5%)

Table 6. Choice preference**表 6.** 选择时的关注点

	故事情节	人物造型	画面音效	娱乐性	原作者
男	26 (76.5%)	18 (52.9%)	16 (47.1%)	10 (29.4%)	4 (11.8%)
女	55 (88.7%)	36 (58.1%)	31 (50.0%)	19 (30.6%)	10 (16.1%)

4.4. 被试对动漫的态度

不同性别的大学生认为动漫的普及带来的影响如表 7 所示, 选择给爱好者减压的比率最高, 选择积极正面能量的比率次之。

5. 讨论

5.1. 结果讨论

研究结果显示, 大学生群体对“动漫”的理解也是指代动画和漫画, 并且通常指的是日本动画和漫画, 其它诸如 COSPLAY、游戏、周边产品、音乐、社团也均有涉及, 并且在各选项上性别差异不显著。此外, 结合其他题目数据分析, 发现大学生群体对于动漫的喜爱程度一般, 一般是在小学或更早时就开始接触, 大多只是观看动漫作品, 进行交流和业余创作的数量相对较少, 这说明动漫在我国大学生群体中有着较高的普及率, 相当一部分的“80 后”和“90 后”的确是看着动漫长大的一代。并且, 与北京、上海、杭州、广州、四川等省市相比, 曲阜的经济相对不够发达, 同时本研究所采用的样本数量也相对较少, 但所得结果仍然与之前国内外学者的研究结果保持一致, 这足以证明动漫文化的影响力和动漫产业的巨大发展潜力。

研究结果进一步显示, 大学生群体主要通过网络和电视这两种渠道来接触动漫, 选择电影和杂志这两种渠道的相对较少, 并且不同性别被试在该问题上的差异不显著。这说明, 网络时代的便利对于动漫文化的传播是一个不小的助力, 这同时也是当前动漫产业发展所依托的主要媒介, 但随着我国自主动画电影的崛起和对于国外动画电影引进的增多, 动画电影也势必将成为今后关注的又一重点。另外, 数据分析还显示, 大学生群体观看动漫作品的时间并不固定, 一般是想看就看或是休息之余观看, 每周花费的时间不超过 7 个小时, 观看的原因主要是休闲娱乐、内容有趣和打发时间。这说明, 动漫已经成为丰富大学生群体生活的一种方式, 他们保持了一定的理性, 并没有因此而沉迷于二次元世界。

Table 7. Impact of animation
表 7. 动漫普及的影响

	积极正能量	给爱好者减压	削弱民族精神	沉湎荒废学业	影响不大
男	15 (44.1%)	18 (52.9%)	7 (20.6%)	2 (5.9%)	9 (26.5%)
女	40 (66.7%)	48 (80.0%)	4 (6.7%)	7 (11.7%)	5 (8.3%)

研究结果还显示, 日本是大学生群体关注最多的动漫作品产区, 并且性别差异不显著。大学生群体喜欢的动漫作品以悬疑推理类和魔幻冒险类为主, 其中, 在较为受欢迎的前五种作品类型中, 男生主要选择的是热血格斗类, 悬疑推理类次之, 这与以往学者的研究结果基本保持一致, 男生更倾向于重度暴力这一类型的动漫(范丽恒, 2011), 且还表明这种倾向并不因年龄的增长而变化, 有较高的稳定性。女生则主要选择的是悬疑推理类, 浪漫爱情类次之。大学生群体选择动漫作品时更看重故事情节、人物造型和画面音效, 作品的娱乐性也是选择时的一个有力的影响因素。此外, 大学生群体喜爱的国产动漫作品以轻松搞笑吐槽类和水墨剪纸传统类为主, 偏日漫风格的作品也是较为受欢迎的作品类型。这些结果说明, 我国当代大学生在动漫作品的选择上有着鲜明的喜好而不是来者不拒。

值得注意的是, 大学生群体中超过半数以上认为动漫作品应该起到教育感化的作用, 在动漫普及带来的影响的问题上, 大学生群体认为主要是给爱好者减压、有积极正能量, 而谈到动漫对于自己的影响, 大学生群体也不认为是负面的, 家人和老师对大学生喜爱动漫的态度是不干涉, 并且大学生群体会在自己特别喜爱和条件允许的情况下购买动漫相关产品或是学习动漫相关知识, 每月花在动漫上的费用少于 50 元。另外, 在对描述的同意程度上进行打分的结果显示, 性别差异显著。这都说明, 大学生群体在动漫消费行为上较为理性, 这也与样本所在地经济相对不发达有关, 并且在动漫上的花费通常是不固定的。虽然家人和老师持不干涉态度, 但也不能认为“动画是小孩子看的”这一刻板印象就不存在了, 从超过半数以上被试认为动漫作品应该起到教育感化作用这一点不难看出。即便一些动画的爱好者清楚地表示动画并不都是鲜血、胆量和色情, 动画与暴力和边缘文化相关联的这种陈旧的刻板印象依旧存在(Borrelli, 2002)。早期的美国动画是面向所有观众的, 但由于工作室制的瓦解, 加之其后动画片被改为周六早上播出, 以吸引赞助商广告费和更大比例的儿童观众, 这就使得在美国动画片被冠上了“儿童专属”的标签, 与成人观众的疏远促使大量衍生英雄动漫作品的出现, 在这些作品中的英雄总是道德正确, 恶人也总是会被打败, 一些家长和伦理组织也施加压力, 让动画内容更为无害, 让暴力、生动描述和熟练工匠远离动画片(Leonard, 2005)。90 年代的反有害漫画活动(anti-harmful Manga campaign)是日本动画和漫画在世界范围内得到传播和认可的一个重要助力, 该活动的支持者多是家庭主妇们, 她们的目的在于能够让色情漫画远离儿童或至少是减少这一类漫画(Yui, 2010)。最初美国观众认为日本动画是与社会不相和谐的, 他们一直认为所有的动画都是给儿童看的, 所以在看到成人动画产品时, 他们会谴责这种风格并且没有试着去理解其艺术价值(Chambers, 2012)。而这些都正好是对动漫在世界范围内传播和获得认可的一种促进。

5.2. 思考与展望

动漫产业在经历了较长一段时间的发展后才逐渐趋于完善。动漫产业的快速发展, 又促使动漫文化在世界范围内迅速普及。而在我国, 其受众群体不可小看。对动漫有所了解的人都知道, 我国早期的动画作品是处于领先水平的, 只是后期错误的理念和落后的技术制约了中国动画的发展。罗江峰(2010)指出由于在我国动漫受众群体虽巨大但层次单一, 主要以少年儿童为主, 这就使得动漫作品单一化, 成人受众流失, 也就使得消费能力受到制约, 但这一群体又恰是动漫产业消费的主要群体, 并且制约中国原创

成人动漫的主要因素是人才、剧本、娱乐性和技术性。受众的年龄和文化背景等有差异,因而在感知事物上也会存在差异,受众分层,那么相应的动漫作品也分级,这或许是一个更好的发挥动漫的积极作用的方法。对于动漫作品来说,寓教于乐和教育感化作用可以说是一种较高的追求,但是一些刻板印象的形成也与过分强调或误解了寓教于乐和教育感化的含义有关,因而也就会忽略一些更为深层的内容。那么,通过探查大学生群体对动漫的态度或看法,我们不难发现,动漫文化,特别是以日本动漫为代表的动漫亚文化在我国相当普及,不管是否喜爱动漫,都能较为准确的指出什么是动漫,也都或多或少的接触过动漫,大学生这一群体在选择动漫时有着鲜明的喜好,并非来者不拒的。

动漫文化在大学生这一群体中兴起和迅速发展是有其原因的。从动漫自身的角度来看,动漫作品的主题和内容十分鲜明,画面和制作十分精良,种类十分丰富,传播渠道十分方便快捷,而产业化的作用也及其显著。从受众的角度来看,大学生群体正处于成年早期青年中期的阶段,这一时期的个体需要与其他个体建立关系,并试图了解真实的世界,动漫作为一种较为便利和有效的调节方式而受到大学生的喜爱。从动漫作品中渗透出的文化内涵、同侪的思维与行为方式等都在潜移默化地影响着我国大学生们。日本动画和其它流行文化促进了学生们对语言、社会和文化的学习与了解(Fukunaga, 2006)。理解日本动画的文化渗透所暗含的意思,以及作为一种软实力的动漫是如何影响观众的是极为必要的(Chambers, 2012)。

美国迪斯尼公司出品的动画电影《花木兰》改编自中国民间乐府诗《木兰辞》,这部作品既有中国水墨画的风格和中国武术元素,又保留了迪斯尼特色。美国梦工厂动画出品的《功夫熊猫》系列动画电影,以中国功夫为主题,从背景到布景、服装、人物形象等都充满了中国元素,虽是美国动作喜剧电影,却依然在我国掀起观影和讨论的热潮,而且观众并不仅仅是儿童。根据中国传统神话故事《西游记》进行拓展和演绎的动画电影《西游记之大圣归来》则是“中国制造”,上映后口碑和票房双丰收,成为一部现象级作品。从这几个例子不难看出,民间文化一直都是孕育各种艺术作品、学术研究的丰厚土壤,早期“中国动画学派”的产生正是源于我们对中国特色、民间文化的把握,日本动漫在世界范围内产生巨大影响也是因为其鲜明的民族特色。大学生群体喜爱的国产动漫作品主要是轻松搞笑吐槽类和水墨剪纸传统类这一研究结果更是有力的证实。片面的理解动漫作品的“寓教于乐”性、盲目追随国外动漫形式,并没有让我们的动漫作品变得更好、更受喜爱,民间文化传统决定动漫文化的生命基因,回归民间文化才能打造国产动漫的核心竞争力,对民间文化、民间故事进行取材(徐金龙等, 2012; 古明惠, 2011; 赵丽敏, 2012),这或许是未来动漫产业发展的重要指向。从民间文化心理学的视角对其进行探讨也势在必行。

从本研究的结果中不难看出,“动漫”并不是什么“洪水猛兽”,“动漫”也早就不是“小孩子的东西”。大学生群体是有判断力和自制力的,与其说动漫影响了大学生不如说两者相互影响。本研究的目的在于了解大学生对动漫的态度或看法,故仅采用了问卷调查的方法,对研究数据只关注了性别差异,方法和结果上略显单薄。未来心理学视角下对动漫进行研究时,应当考虑扩展被试范围,关注被试年龄、心理发展的阶段性和连续性。就暴力对于受众的影响进行研究时,还应关注受众暴露在暴力动漫上的时间、影响作用的范围和持续时间、受众的易感性等问题。同时,文化、同侪、传播媒介的影响也不容忽视。此外,动漫文化的兴起和发展是一个多种因素作用的过程,在心理学领域对此的研究是极为必要和有意义的,需要今后继续努力探索。

致 谢

在研究数据收集和撰写论文期间,任翠、邱红梅、岳海平、徐德娜等对我给予了热情帮助,在此表达感谢。

参考文献 (References)

- 代钰洪(2006). 从动画发展历程看中国动画. *成都大学学报(社科版)*, 4, 78-79.
- 古明惠(2011). 论民间文化对动漫艺术的影响. *中州学刊*, (3), 249-251.
- 郭虹(2003). *中国动画传播状况研究*. 博士论文, 上海市: 复旦大学.
- 蒋蝉米(2007). *当代大学生动漫消费动机研究——以广州大学生为例*. 硕士论文, 广州市: 广东外语外贸大学.
- 解立(2010). *动漫亚文化与青少年犯罪关系研究*. 硕士论文, 合肥市: 安徽大学.
- 李常庆(2011). *日本动漫产业与动漫文化研究*. 北京: 北京大学出版社.
- 罗江峰(2010). 动漫产业成人受众调查研究. *浙江海洋学院学报(人文科学版)*, 27(2), 65-70.
- 马茜(2010). *我国漫迷对中日动漫的甘之差异研究*. 硕士论文, 长沙市: 中南大学.
- 莫林虎(2011). *大众文化新论*. 北京: 清华大学出版社.
- 任频捷(2002). 动画片对中国儿童暴力性倾向的影响. *南京大学学报*, (4), 153-160.
- 谭玲, 殷俊(2006). *动漫产业*. 成都: 四川大学出版社.
- 王霖(2008). *动漫文化与当代中国青少年*. 硕士论文, 上海: 上海师范大学.
- 徐金龙, 叶继平(2012). 回归民间文学传统: 国产动漫困境中的突围之策. *文化遗产*, (3), 95-109.
- 赵丽敏(2012). 经典动漫对民间故事的借鉴. *新闻界*, (8), 22-25.
- 邓智平(2007). 广东青少年动漫消费调查报告. *青年探索*, 1, 3-5.
- 石勇(2006). 动漫文化: 不可小觑的青少年亚文化. *中国青年研究*, 11, 51-54.
- 夏瑛(2009). 日本内容产业对中国动漫产业的启示. *电视研究*, 11, 12-14.
- Borrelli, C. (2002). Everything Anime—Slowly But Surely, the Japanese Style of Animation Is Gaining a Foothold in America. *The Blade*, 10, B6.
- Chambers, S. N. I. (2012). Anime: From Cult Following to Pop Culture Phenomenon. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3, 94-101.
- Fukunaga, N. (2006). Those Anime Students: Foreign Language Literacy Development through Japanese Popular Culture. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 50, 206-222. <https://doi.org/10.1598/JAAL.50.3.5>
- Kinsella, S. (1998). Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement. *Journal of Japanese Studies*, 24, 289-316. <https://doi.org/10.2307/133236>
- Lalor, P. (2002). Turning Japanese, I Really Think So—How Australia Embraces the Old Foe's Exports. *Daily Telegraph*, 7, 36.
- Leonard, S. (2005). Celebrating Two Decades of Unlawful Progress: Fan Distribution, Proselytization Commons, and the Explosive Growth of Japanese Animation. *UCLA Entertainment Law Review*, 12, 189-265.
- MacWilliams, M. W. (2008). *Japanese Visual Culture, Exploration in the World of Manga and Anime*. Armonk: M E Sharpe Inc.
- Yui, K. (2010). Japanese Animation and Globalization of Sociology. *Sociologisk Forskning*, 4, 44-50.

期刊投稿者将享受如下服务：

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：ap@hanspub.org