

论新媒体时代政务宣传中的“动漫可视化”

曾奇琦

(浙江科技学院 艺术设计学院,杭州 310023)

摘 要: 精准、直观、有效的信息不仅有利于政府各部门间的交流,而且更利于面向社会公众的传播,为此提出政务宣传动漫可视化建议。分析动漫作为政务宣传符号的优势和特点,阐述动漫艺术在政务宣传工作中的具体应用,如以卡通形象为主体,漫画图解政府文件,政务动画演示,社会服务科普等。同时,为了提高动漫在政务宣传中的表达效果,从政务解读、制作时效、防止过度娱乐化、增强民众参与意识四方面讨论动漫应用于政务宣传应注意的问题。

关键词: 政务宣传;动漫可视化;新媒体传播

中图分类号: J218.7;D630.1

文献标志码: A

文章编号: 1671-8798(2017)02-0093-05

Discussion on applying cartoon visualization in government affairs publicity in the age of new media

ZENG Qiqi

(School of Design, Zhejiang University of Science and Technology, Hangzhou 310023, Zhejiang, China)

Abstract: On account of the fact that accurate, intuitive and effective information is conducive not only to the communication among government authorities but also to its spread in social public, it is advisable to apply cartoon visualization in government affairs publicity. The article analyzes the features and advantages of cartoon as the symbol of government affairs publicity, and then describes the application methods of cartoon art in government affairs publicity, such as cartoon characters, cartoon representations of government documents, E-government animation and social service cartoon, etc. To improve the expressive effect of cartoons in the government affairs publicity, the article discusses the potential hazards in their application from the following aspects: accuracy, timeliness, excessive entertainment, and public consciousness.

Keywords: government affairs publicity; cartoon visualization; new media communication

收稿日期: 2016-06-20

通信作者: 曾奇琦(1979—),女,浙江省嵊州人,副教授,硕士,主要从事动画、漫画设计研究。E-mail: 19401138@qq.com。

对政府的政务宣传工作而言,信息沟通的有效性尤其重要。近几年国内外学者的研究显示,精准、直观、有效的信息,不仅有利于政府各部门之间的交流,而且更有利于面向社会公众的传播^[1-2]。而数字新媒体技术的高速发展则为政府的政务宣传工作思路的拓展提供了更多的可能性^[3-5]。在信息传播已进入可视化时代的今天,“动漫可视化”的信息在政务宣传工作中扮演了越来越重要的角色^[6-7]。2013 年 10 月,一段名为《领导人是怎样炼成的》动画视频在网上引起全国民众的关注,这是国内首个关于中国领导人的宣传动画,该视频用亲切的带点“萌”的卡通形象,幽默、简洁的旁白,轻快、平实的语调向民众介绍了中国政府领导人的选拔制度和考核制度,短短几天内高达千万次的点击率和转发率表明了这种动漫形式政务宣传的受欢迎程度,同时也表明了中国政府与时俱进,对动漫艺术在政务工作中应用的认可和积极态度^[8-10]。

1 动漫作为政务宣传符号的优势和特点

当今人们所处的时代是个典型的“读图时代”,动漫作为以视觉、听觉等为信息载体的非语言符号,是视觉文化的重要组成部分,不仅因其亲和力和幽默性能减轻公众在获取信息过程中的负担,缓解解读政府文件或政策的枯燥情绪,以及大大降低公众了解政府工作的难度,更因其符合网络媒体、手机媒体等新媒体的传播特性,提高了信息的传播数量和速度,大幅增强政务宣传的效果,因而成为政务工作的重要传播符号^[11]。

1.1 化复杂为简单

政府工作,包括政策文件、各种管理条例等均用词深奥、专业且条款冗长、复杂,涉及的各种数据指标也复杂繁多,不是普通民众所能轻易理解的。动漫设计师从视觉感觉角度出发,以动漫特有的亲和力和幽默特征,将难以理解的宏观、复杂的概念、条款和关系等抽丝剥茧,将繁多的信息整合处理,用卡通或图表形式将复杂过程进行直观演示,以一种简洁明了的方式展现重点信息,提高信息的可看度和传播深度。公众不仅能因此全方位、多角度理解政府工作信息,还能因此获得视听享受和审美愉悦,从而提高公众对政府工作的关注度。比如湖南省新田县以漫画形式图解政府工作报告、政策文件及数据指标等,化繁入简,巧妙表达,让枯燥的政策法规和数据变得生动鲜活。

1.2 化抽象为具象

政府工作的宣传往往采用实拍的视频场景,实拍视频虽然能如实表现政府工作内容,但很难更深层次传达某些内在情感或抽象情绪。而动漫却能打破这一限制,设计师不仅可以将抽象语言符号通过假定性的视听语言转化为形象的非语言符号,还能使用夸张、隐喻、拟人等极富想象力的表现手法将内在抽象的思想加以清晰表达,使之得以更为生动地展示,从而有效地提高信息的传播效率。同时,动漫技术还能突破时空限制,复现过去发生或现在正在发生抑或虚拟未发生之事,使之再现于政务宣传中,从而极大地提高了信息的现场感和可信度。

1.3 化枯燥为生动

“动漫可视化”政务形式以动漫形象、动漫情节为切入点,将复杂深奥的政府工作和政策条例进行“解构”,打破了传统政府传播一贯保持的严肃、严谨风格,通过清晰明了的叙述,“重构”成轻松活泼的动漫个体,深入浅出,通俗易懂,在引导民众迅速领会政府工作或文件精神的同时,也使民众获得轻松、愉悦的视听享受,从而达到良好的传播效果,拉近普通老百姓和政府的距离,形成互动沟通的良好循环。从政府对《领导人是怎样炼成的》等动画在国内外传播的态度来看,政府高层显然已经认可动漫这种喜闻乐见方式在政务宣传方面的巧妙运用,改变了过去生硬死板的传播,这种改变不仅亲民,更反映出目前中国政治风气的宽容活泼、自信开放。

1.4 化被动为互动

新媒体技术的发展使受众变得更为自主独立,他们不再如传统媒体时代被动地接收各种信息,而是可自主选择想要接收的信息,并发出自己的声音。动漫中的交互技术正顺应这一潮流,普通受众可以通

过动漫作品中的按钮控制视频信息的播放进度,通过弹幕等方式表达自己的观点。这些交互技术实现了老百姓对政府信息输入的自由控制,并鼓励了老百姓对政务工作的积极参与和反馈。系列动漫短片《群众路线动真格了?》《老百姓的事儿好办了吗?》等从民众视角出发,使用流行的网络语言直指官场现状,并通过网站、微博和微信等媒体的互动融介,通过弹幕等评论功能,使民众可以自由选择“看不看,看什么”,自由选择“说不说,说什么”,主动性大大增强,这些都是政务宣传发展的成功探索。

2 动漫艺术在政务宣传工作中的具体应用

2.1 以卡通形象为主体

卡通形象包括政府工作的卡通代言角色设定、吉祥物、领导的卡通形象等。卡通形象特有的亲民、友好外表,能让以往刻板的政府形象、严肃的领导人形象变得立体而生动。2014年2月26日,中国政府网发布一组名为《图解2月26日国务院常务会议》的图片新闻,李克强的漫画形象采用扁平化设计风格,深蓝西服搭配浅蓝领带,用色简洁、沉稳,嘴角微扬,显得平易近人。在《图解政府工作报告(2015)》中,同样采用李克强的卡通形象,对“中国制造”高铁、飞机等竖起拇指称赞,可爱的形象、积极的态度受到广大民众欢迎,笑称他为“超级推销员”^[12]。又如深圳网络警察的卡通代言形象“警警”和“察察”,警察制服的蓝黑配色,坚毅的浓眉,充满正气的表情设计,体现了当代警察的机智果敢与严格执法的决心,同时,卡通形象脚下的键盘图形则表明他作为网络警察的身份。

2.2 漫画图解政府文件

漫画《习主席的时间都去哪儿了》以简要清晰的数据、漫画流程图的方式形象地梳理了习主席自履职以来一年辛勤工作的时间安排:国内外访问、会议调研、活动安排及学习生活等,使民众更近距离了解国家领导人。《图解政府工作报告(2015)》是中国首本政府工作报告图解,该书通过漫画图示、图表、图片及相关注释等内容,对政府工作报告的主要内容、框架思路、报告重点等作了清晰明了的阐释。地方政府也相继采用类似宣传手段,比如湖南省新田县首次发布新田政务工作漫画,以6幅为一组,通过生动醒目的图文搭配方式,使全县的整体工作思路在漫画中得以清晰展现。该漫画一经发布,网站点击率增加一倍,各大网站纷纷转载,取得了良好的宣传效果。

2.3 政务动画演示

除了静态漫画外,动态展现的动画艺术以先天的娱乐性和故事表述能力在政务宣传工作中展现越来越大的作用,比如各级政府部门制作的动画版政府工作报告、经济工作报告等,上海市政府的城市形象宣传报告即以FLASH和AE结合的动画演示形式作为展示和阐述手段,化枯燥为生动,相当接地气,普通民众,无论年龄层次、社会阶层,基本上都能看懂,因此有效地拉近政府部门与普通民众之间的情感距离。再如浙江省青田县政府的政策动画演示《3分钟看懂青田如何归零翻篇开新局》,通过诙谐幽默的旁白、清晰明了的表格数据动画,有效地加深市民对政府政策和相关工作的了解、熟悉,同时也帮助政府部门提升了品牌竞争力。

2.4 社会服务科普

“政务动漫可视化”也被广泛应用于社会公共服务等事务上,公安执法部门制作的防诈骗、防盗等卡通宣传海报、宣传漫画^[12],消防部门利用动漫技术制作科普短片告诉市民如何应对险情灾害,交通部门借助动漫交警形象之口诠释各种复杂的交通规则等。比如四川省内江市人力资源和社会保障局制作的养老保险科普短片,利用动漫形式宣传养老保险政策;再如山东省聊城市政务服务中心的动画短片介绍联办手续,用词简单明了,动画轻松活泼,把复杂枯燥的手续流程诠释得浅显易懂,以最大限度提升了政府公共事务管理政策的实效抵达率,而老百姓在网上的高点击率则显然证明了这种“动漫可视化政务”立竿见影的传播效果。

2.5 政府工作评论类动漫

比如国家政府工作宣传漫画、反腐倡廉漫画等都可归入此类动漫。广东省卫生厅通过漫画《医疗广

告禁打“保证治愈”》宣传医疗广告管理新政策,批评医疗广告“奇葩”现状,漫画通过诙谐的画面讽刺各种违规虚假广告,并指出医疗广告内容禁止出现“保证治愈”或“隐含保证治愈”等违规内容,新政策官方语言严肃、深奥,老百姓哪里能懂,漫画则一看便能理解。漫画《推诿扯皮》以漫画形式指出党员干部对于老百姓求助的难题,相互推诿扯皮的怪现状,该漫画受到媒体和民众的好评,也获得不少网友的点赞和留言。

3 动漫应用于政务宣传工作应注意的问题

“动漫可视化”的确为政务工作提供了一个可视化的平台,但也带来了诸多问题和挑战。

3.1 政务解读问题

政务宣传,必须要领会并如实传达上级机关的要求指示,彻底贯彻落实好中央和党的政策精神。虽然动漫技术和艺术可以通过幽默诙谐、别有深意的表现力将抽象转化为具象,结合生活实际对政务工作内容进行精髓提炼、简化梳理并适度夸张,以此达到意想不到的传播效果,但是,如果动漫设计者没有良好的政策解读能力,动漫设计内容与政策精神不相符,就容易出现解读失误、设计失当的情况,对受众产生误导,从而对政府形象造成严重伤害,导致政府公信力下降。因此,必须正确解读党和国家政策方针,尽量避免动漫呈现与政务工作之间的落差。

3.2 制作时效问题

动漫效果虽然轻松愉悦,但其制作难度大、周期长,比如二维动画的制作,以一拍二的制作手法,每秒需绘制至少 12 张画面,而且还必须符合运动规律、角色性格特点、当前场景需求等。而三维动画需要作者对电脑软件掌控能力更强,需要场景建立、角色模型、贴图、动作设计、镜头调整、后期合成渲染等多个环节。因此,政府部门与动漫设计者要建立起良好有效的协作机制,提高政务工作者运用“动漫可视化技术”的水平,其间也不要过度依赖动漫技术,比如浙江省宁波市曾做过一个宣传各区领导人的 APP,里面涉及每个领导人的形象漫画,但其中一位男性领导人居然被设计成男性头部和女性身体,这个就是过于依赖技术而没有好好把关造成的。当然,政府宣传部门也可以吸纳和培养自己的动漫设计专业人员,以提高整个团队的宣传水平。

3.3 过度娱乐化问题

“动漫可视化”政务有其特殊性,它不同于一般动漫,无论采用何种趣味化的表现方式,都必须坚持党和国家的方针政策,绝不能偏离内容的权威性和准确性,在表现形式的趣味性要求下必须保证内容的严肃性。在政务工作的动漫化设计处理过程中,由于追求视觉效果,难免会存在动漫设计者自我想象的发挥空间,尤其是为了博取更多的点击率,有些动漫作品中就会出现添油加醋、偏离实际,甚至为视觉效果刻意“娱乐化低俗化”以哗众取宠的现象,因而要防止政务动漫陷入过度娱乐化的误区,把握好政务宣传趣味化的尺度。

3.4 民众参与意识问题

“动漫可视化”的新媒体政务传播方式使民众与政府的互动性更强,通过微信、APP、弹幕等方式和平台便于民众自由发表对政务工作的看法,在拉近两者间距离的同时,也会由于网络的隐匿性特点而产生另一个问题:异议的出现^[13-15]。网上各种评论甚至会出现针锋相对的意见,这些都是这个自由社会下的必然现象,对此,政务工作人员应持宽容豁达之心,容许甚至鼓励民众发出“不同声音”,对“不同声音”保持平和态度,无则加勉,有则改之,并引导民众尽量理性、公允、负责、积极地发表意见。同时要建立“动漫可视化”政务资源库,以提高工作机制和制作系统的效率,强化新媒体传播平台与民众间的交流,并鼓励民众主动关注政务,提供建议。

4 结 语

在新媒体技术高速发展的今天,“动漫可视化”政务在中国各级政府管理部门中的应用日益增多,用

老百姓喜闻乐见的方式传播政府严肃内容,把深奥的政策、冗长的条例、复杂的数据化繁为简,并以简明、生动“接地气”的效果直达人心,符合“读图时代”的视觉特点,也符合中国政务工作发展的新形势、新需求。因此,相信在迅猛发展的数字技术支持下,“动漫可视化”政务工作方式将焕发出勃勃生机,成为政府宣传手段创新的利器,从而推动政府社会服务效能的提升。

参考文献:

- [1] 彭伟步. 信息时代政府形象传播[M]. 北京:社会科学文献出版社,2005.
- [2] 杨燕. 政府形象塑造策略研究[D]. 武汉:华中师范大学,2012.
- [3] 政务直通车团队. 政务新媒体时代[M]. 北京:新华出版社,2015.
- [4] 唐绪军,吴信训,黄楚新,等. 新媒体蓝皮书:中国新媒体发展报告 NO. 7(2016)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2016.
- [5] 王佳伟. 数字新媒体为我国政府形象塑造提供新思路[J]. 新闻界,2010(2):116.
- [6] 王凌. 新媒体环境中地方政府形象塑造探析[D]. 上海:华东政法大学,2014.
- [7] 秦芹. 新媒体环境下的政府形象传播研究[D]. 呼和浩特:内蒙古大学,2012.
- [8] 褚丽琴. 我国国家领导人新媒体媒介形象传播研究[D]. 苏州:苏州大学,2012.
- [9] 王敏. 领导人卡通形象体现的政治传播变革[J]. 今传媒,2014(5):25.
- [10] 陶淑艳,李蔚,李游,等. 领导形象:新媒体时代领导者形象塑造与管理[M]. 北京:中共中央党校出版社,2012.
- [11] 梁国杰,赵新利. 从多模态视角看动漫政治话语的传播力[J]. 青年记者,2014(16):53.
- [12] 图解政府工作报告(2015)[M]. 北京:人民出版社,2015:52.
- [13] 侯锆,潘建新,寇佳禅. 微政时代:政务微博实务指南[M]. 北京:五洲传播出版社,2012.
- [14] 李秀莹,付玉辉. 我国新媒体研究走向:移动·融合·创新——2011年中国移动新媒体研究综述[J]. 中国传媒科技,2012(3):46.
- [15] 张志安,曹艳辉. 政务微博微信实用手册[M]. 广州:南方日报出版社,2014.