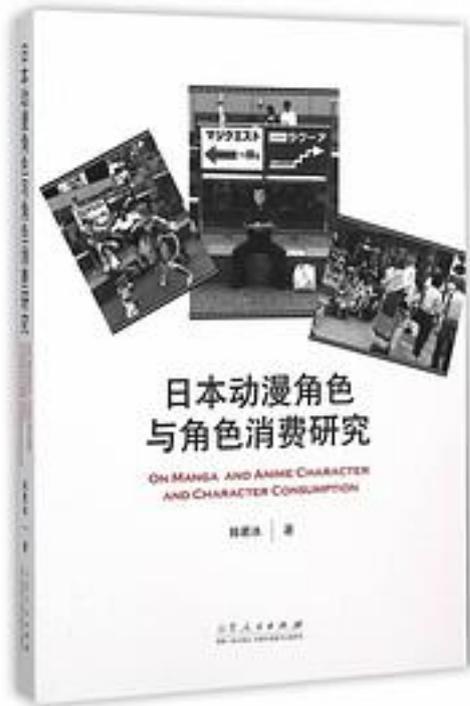


# 日本动漫角色与角色消费研究



[日本动漫角色与角色消费研究 下载链接1](#)

著者:韩若冰

出版者:山东人民出版社

出版时间:2015-11

装帧:

isbn:9787209092364

当代日本社会的角色市场是日本动漫文化产业发  
展链条中的重要组成部分，是动漫产业发展到一定阶  
段而形成的独具特色的衍生品市场。在这里，角色作  
为动漫衍生品，其依托于大众化消费社会环境以及现  
代商业体系并使得自身价值的生产和交换得以自由实  
现。角色消费是当代社会大众文化发展到一定阶段后  
出现的一种文化表现形式，角色通过生产、消费和流  
通过程中来实现其价值和使用价值。韩若冰编写的《  
日本动漫角色与角色消费研究》在总体结构上分为三

大部分，共计九章。其主要观点：一是从经济学角度分析了日本角色消费市场的形成过程及其增益环节。二是在综合分析的基础上揭示了日本角色消费市场持续发展的动因。三是明确指出角色消费如同其他消费形式一样也存在着异化现象。四是论述了后现代消费文化语境下日本动漫角色消费模式的自然建构及发展趋向。主要面向高等学校动漫文化专业方面的师生、从事动漫文化产业以及动漫影视创意、研究、生产、销售等领域的专业人士、爱好动漫文化的普通读者。

作者介绍:

韩若冰

历史学博士（文化资源与文化产业方向），主要从事日本动漫文化产业、日本动漫角色与角色消费研究。曾留学日本国日本大学、荷兰莱顿大学，在国内外发表学术论文20余篇。

目录: 序言

第一章 导论

一、消费文化和文化消费

二、角色消费的意义

三、角色消费市场与角色经济

四、角色消费研究的现状及动向

第二章 日本动漫：故事与角色的历史

一、日本漫画：用故事图解社会

（一）漫画社会百态

（二）故事漫画的成长

二、日本动画：用角色诠释故事

（一）动画：一种动感的故事载体

（二）动画技术的完善

（三）人偶角色的挖掘

三、日本动漫：故事与角色的商业化集合

（一）“动漫”指称的缘由

（二）现代动画体系的引进与探索

（三）手冢治虫的角色创作及其贡献

四、故事角色化与角色故事化

（一）动漫故事角色化

（二）动漫角色多元化

（三）动漫角色故事化

五、日本动漫角色的越境

（一）完美的角色塑型

（二）独特的角色表现视角

（三）超前的创作理念

（四）动漫角色引领产业发展

第三章 角色的本质及意义

一、何谓角色

（一）角色源于图腾崇拜

（二）现代角色及其应用

（三）动漫角色社会化

二、角色的社会价值

（一）自我角色意识

- (二) 角色崇拜意识
- (三) 角色成为政治面具
- (四) 角色成为代言形象
- (五) 萌意识与交流介质
- (六) 拟人化的情结
- 三、角色的文化担当
  - (一) 角色具有世界观和价值观
  - (二) 角色的文化担当
- 四、角色的经济属性
  - (一) 角色具有经济属性
  - (二) 角色的市场价值
- 第四章角色消费的大众化
  - 一、大众化消费社会的成长
    - (一) 消费理念的转变
    - (二) 现代消费意识的确立
  - 二、社会意识转型及价值认同
    - (一) 社会意识的转型
    - (二) 中产阶层的固化及价值认同
  - 三、青少年亚文化的变容
    - (一) 相对个性化的追求
    - (二) 青少年亚文化的变容儿
  - 四、角色消费的教化功能
    - (一) 自娱娱人
    - (二) 寓教于乐
  - 五、角色消费的精神功能
    - (一) 快适与愉悦
    - (二) 慰藉与治愈
  - 六、角色化生存
    - (一) 差别社会
    - (二) 角色化生存
- 第五章角色商品化与消费受众的培育
  - 一、角色的生成及类型
    - (一) 原发性动画角色
    - (二) 漫画角色
    - (三) 游戏角色
    - (四) 商标角色
    - (五) 玩具角色
    - (六) 音乐角色
    - (七) 网络版角色
  - 二、角色商品化
    - (一) 角色商品化的兴起
    - (二) 角色商品化的类型
  - 三、日本角色商品化的发展及途径
    - (一) 日本角色商品化的发展
    - (二) 动漫角色商品化的途径
  - 四、角色消费受众的培育
    - (一) 角色消费受众的内涵
    - (二) 角色依赖症候群
    - (三) 角色粉丝的成长
- 第六章角色消费市场运行机制
  - 一、角色消费市场的生成
    - (一) 角色即是注意力
    - (二) 拥有角色就拥有了市场
  - 二、角色创作机制与转型

- (一) 角色创作机制
  - (二) 玩具的文化智慧
  - (三) 角色的蝶变效应
  - (四) 角色卡片的快乐
  - (五) 难以忘却的童趣
  - (六) 小说的符号性阅读
- 三、角色消费市场盈利模式的形成与发展

- (一) 角色消费市场盈利模式
- (二) 直接盈利模式的形成与发展
- (三) 间接盈利模式的实践与创新

四、角色消费市场营销策略

- (一) 角色预设营销策略
- (二) 多媒体优化组合营销策略
- (三) 角色跨界营销策略
- (四) 角色数字化营销策略

第七章 角色消费市场的拓展

一、角色扮演

- (一) 消费的表现性与表现性消费
- (二) 日本角色扮演的的发展
- (三) 角色扮演市场初步形成

二、女仆咖啡的商业拓展

- (一) 何谓女仆咖啡
- (二) 女仆咖啡的发展

三、萌角色消费

- (一) 何谓萌
- (二) 萌角色
- (三) 角色萌的形象化
- (四) 萌角色消费

四、御宅之角色消费

- (一) 何谓御宅
- (二) 御宅式消费
- (三) 御宅的先进性
- (四) 消费即再创造

五、日本角色消费市场特点及发展走向

- (一) 日本角色消费市场的特点
- (二) 日本角色消费市场发展走向

第八章 角色商品化权与知识产权保护

一、何谓角色商品化权

- (一) 动漫角色商品化权
- (二) 动漫角色商品化权的归属及内容
- (三) 角色商品化权的法律保护及其可能性

二、日本动漫角色商品化权的引入及意义

- (一) 日本动漫角色商品化权的引入
- (二) 动漫角色商品化权保护的意义

三、日本著作权法关于动漫角色保护的内容

- (一) 日本著作权法之基本内容
- (二) 作品制作的权利关系
- (三) 漫画影视化中的法律关系
- (四) 著作权延续的意义

四、日本商标法关于动漫角色保护的内容

- (一) 日本商标法之基本内容
- (二) 注册商标的合法性问题

五、角色商品化权保护的法律基础与实践

- (一) 角色的著作物性及其保护

- (二) 著作权者保护及其法律实践
- (三) 著作物利用许可的法律问题
- (四) 被授予版权方的利用许可合同

## 第九章 角色消费模式的自然建构

### 一、符号价值与角色消费

- (一) 符号的价值
- (二) 符号消费与角色消费

### 二、后现代语境中的角色消费

- (一) 后现代消费文化的特质
- (二) 角色消费异化的消解

### 三、角色的物语消费与数据库消费

- (一) 物语消费的形成与变容
- (二) 数据库消费的形成与发展
- (三) 角色化数据库消费

### 四、角色消费的未来

- (一) 网络游牧文化大众化
- (二) 游弋于虚拟与现实之间

## 参考文献

日文文献

中文文献

英文文献

• • • • • [\(收起\)](#)

[日本动漫角色与角色消费研究 下载链接1](#)

## 标签

动漫

ACG

日本研究

日本动漫角色与角色消费研究

文化产业

产业研究

韓若冰

日本史

## 评论

作为一本糅合了动画、漫画、游戏和其社会表象及内涵的著作还是不错的，作者对日本业界的现实比较了解，涉猎广，资料来源总体准确，也提出了一些有价值的观点。我觉得比我之前看的日本同类型的一些论著要写得好。缺憾是资料性较弱，幸运星、不公正抽签和轻音以后的作品较少涉及。

-----  
对消费者的行为和动机的研究太少了。有种选题过大反而挖掘不深的感觉。不过博士论文写这个题目能想象到作者应该是写得蛮开心的。

-----  
博士论文，虽然关于御宅部分有些细节地方有瑕疵（毕竟不是阿宅），但对于我这种不会日语看不了日本一手资料的人来说，这本作为二手资料的合集还是一个很不错补充

-----  
还想再读一遍。

-----  
[日本动漫角色与角色消费研究\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[日本动漫角色与角色消费研究\\_下载链接1](#)