

【文化产业研究】

动画创意 ——中国动画产业再升级的关键因素

苏 锋

(东北大学 艺术学院, 沈阳 110819)

摘 要: 中国动画产业在不同的发展阶段均不同程度地存在着动画内容创意的问题。动画创意已成为当下推动中国动画产业发展的核心要素。文章从人才供给、人才需求和产业秩序三个方面剖析了中国动画创意缺失的原因,并从技术、政策、学术研究和教育四个角度提出了解决中国动画创意问题的方案。

关键词: 动画创意; 区块链; 动画产业; 转型升级

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1009-3060(2018)03-0030-07

动画创意的缺失,或者说动画编剧的问题,已经不是一个新的话题,而是改革开放以来一直困扰着中国动画产业发展的关键问题。基于此,本文通过回顾中国动画产业发展各阶段中的动画创意问题,找出原因,对症下药,旨在形成可以促进中国动画创意质量提高的系统思想和战略措施。

一、内容创意:中国动画产业发展各阶段的创意表现

1. 中国动画产业发展阶段的历史回顾

新中国成立后,中国动画产业的发展历程,大体可以分为以下四个阶段:

第一,计划经济阶段。此阶段主要包括 1946 年东北电影制片厂美术片组的形成、1957 年上海美术电影制片厂的成立、1995 年国有动画片制作机构的转型三部分。期间,政府有关部门集中了全国最优秀的动画编剧、原画师、摄影师、动画音乐家等相关业界成员来到上海美术电影制片厂,发动他们制作国产动画作品。在老一代动画艺术家万氏兄弟、特伟等人的带领下,诞生了《大闹天宫》《三个和尚》和《山水情》等享誉世界的动画作品,形成了令人骄傲的“中国学派”。可以说,在这个阶段,在体制力量的作用下,中国动画产业出现了初创的辉煌,实现了向高起点的迈进。但是,进入 20 世纪 80 年代以来,中国动画产业逐渐暴露了计划经济体制所带来的局限。

第二,外包出口阶段。1985 年,以深圳翡翠动画公司的成立为标志,境外动画公司利用中国劳动力成本低廉的优势,将动画产品的中期制作环节转移到我国。由此,诱发了我国东南沿海地区大量动画外包公司的成立。同时,动画产业也吸引了来自全国各地、囊括体制内外的动画和美术人才的加入。经过十几年的发展,中国动画从业者不仅掌握了美式动画和日式动画的制作流程和制作技巧,而且极大地扩大了我国动画产业的行业规模,使我国成为世界上最主要的动画外包出口国。可以说,这个阶段主要解决了中国动画产业的制作能力问题。

第三,市场经济初期阶段。进入 21 世纪,特别是 2004 年以后,在国家有关部门的政策引导下,发展动画产业已经被提升至国家战略的高度。此阶段,我国政府主要实施以国内市场为导向的发展战略,这极大地推动了中国动画产业的发展。回顾中国近代发展史,我国政府从未有过对于动画产业以及文化

收稿日期:2018-04-20

基金项目:2012 年度国家社会科学基金项目“中国动画产业国际化经营对策研究”(项目编号:12BGL133)。

作者简介:苏锋,东北大学艺术学院教授,中国电视艺术家协会卡通艺术委员会副秘书长,中国文化创意产业研究会常务理事。

产业如此高度的重视。但是,由于国内市场受到进口动画片的冲击以及电视系统播出模式的限制,国内市场出现了“双重怪圈”的现象,这又极大地摧残了中国动画产业的发展^①。然而,极少数视野开阔的动画公司,如上海今日动画、北京辉煌动画等公司逆势而上,将目光聚焦在国际市场。以《中华小子》(2004)和《三国演义》(2010)在法国和日本的播出为标志,开启了中国动画产业联合制片的产业进程。可以说,此阶段主要解决了中国动画产业在社会经济生活中的地位问题和国际化经营的模式问题。

第四,国内市场阶段。2015年以后,随着视频网站经营模式的不断成熟,又为动画片的播出开辟了新兴渠道。此阶段,最大的突破是摆脱了传统电视系统和电影院线等播出渠道的束缚,可以充分利用网络时代带给动画产业的巨大优势。由此,更大程度地给80后、90后这些动画消费的主体,带来了在网络时代亲密接触动画的便利。同时,网络时代的到来也给国内动画市场带来了宽松的经营环境,这不仅吸引了更多优质资本参与动画产业的经营,而且还宽松有序地提升了动画产业的行业质量和行业规模。可以说,此阶段主要解决了国内市场的经营环境问题和动画企业的经营模式问题。

2. 中国动画产业发展历程的创意之痛

纵览中国动画产业的发展阶段,均不同程度地存在着内容之殇、创意之痛,具体表现在以下四个方面:

第一,计划经济阶段。由于受到特定历史环境的影响,这个阶段的动画创意表现出两方面的特点:一方面,具有浓厚的民族艺术特色。以《大闹天宫》为开端,其画面、音乐和故事情节,都融合了京剧等中国戏曲的多种元素。《三个和尚》和《山水情》等动画片,吸收了中国传统水墨画的技法,配合以中国民间音乐,画风清新,意境深邃,从而创造了迥异于美国动画和日本动画风格的“中国学派”。另一方面,具有强烈的政治色彩。在上海美术电影制片厂成立后的20年时间里,恰逢我国正处于国内政治动荡、国外反华势力猖獗的时期。为了鼓舞国民士气,拍摄了《赶英国》《谁唱得最好》和《原形毕露》等多部配合当时国内外政治形势的动画片。但是,无论上述哪种动画片,都没有充分考虑到动画创意的市场性。

第二,外包出口阶段。这阶段,动画片的内容和创意均由外方设定,中方外包公司只负责中期制作。尽管如此,在中方创意能力缺失的状态下,仍然没有阻碍中国动画产业的发展。20世纪90年代后期,随着中国动画公司的不断成熟和其创意能力的不断提升,它们开始由以往OEM模式向ODM模式转化,甚至有少数动画公司完成了向OBM模式的转化。但是,总体来看,此阶段的动画公司基本是将关注的焦点放在降低制作成本、提高制作质量、提高外包国际的竞争能力上,并没有将动画创意摆在公司经营的重要位置。

第三,市场初期阶段。动画产业界最关心的是提高国内市场播出机构的费用问题。因此,一方面,动画公司努力降低成本,延长动画产业链条,寄希望于其在衍生产品的授权中获利;另一方面,动画公司积极呼吁政府给予各项补贴及优惠政策。通过以上这两方面的努力,力求实现动画公司的财务平衡。事实上,这种经营模式无法保证企业的良性循环。日渐恶化的财务状况,使得动画公司无暇顾及动画内容的创作质量。当动画内容无法吸引观众时,其衍生产品的销售也会遇到极大的障碍。因此,国产动画的创意内容成为消费者和社会各界诟病的主要对象。与此同时,致力于国际化经营的动画公司,在联合制片的过程中,为了适应国际市场的需要,大多倾向于外方的意见,极大地抑制了中方创意能力的有效发挥。

第四,国内市场阶段。视频网站的出现为国产动画提供了宽阔的播出渠道,打破了桎梏国内动画市场的“双重怪圈”。但是,由于时间尚短,市场经济对于优质内容动画的拉动还没有充分释放出来,前几个阶段形成的经营理念和经营方式还没有完全适应新的发展需要。或者说,中国动画产业的供给侧改革刚刚开始。而视频网站为了自身盈利的需要,大量引进了各国优秀的动画作品,这再一次与国产动画形成了激烈的竞争,在通过网络观看动画所产生的经济效益中,国产动画片只占据了极少的一部分。至此,中国动画产业前所未有地意识到了动画创意的重要性。

^① 苏锋、刘新:《新时期中国动画产业的“双重怪圈”——基于“时空压缩”的视角》,载《福建论坛》(人文社会科学版),2014年第6期。

概括起来,中国动画产业经历了“如何制作”“如何经营”的阶段,而此时已经到了迫在眉睫的“如何创意”的阶段。动画创意已经成为推动中国动画产业发展的最核心要素,它不仅关系占领国内市场、弘扬社会主义核心价值观,而且还关乎中国文化走出去、提高中华文化软实力的关键;它不仅具有经济与文化增长的效益,更有产业与社会发展的效益;它不仅是一个学术研究的问题,更是一个亟待解决的现实问题。因此,对于我国动画产业的发展,以及服务“一带一路”的伟大倡议,动画创意的作用重大、意义深远。

二、形成原因:产业恶性循环扰乱了动画人才的供需

中国动画的创意之痛,原因错综复杂,在诸多因素的相互干扰之下,形成了长时间持续的恶性循环,具体表现在:

1. 人才供给的角度:动画艺术的边缘性地位限制了动画创意人才的培养

优质的动画影片会给观众带来无穷的欢乐,而一部动画影片是否优秀,起决定作用的因素就是动画片的内容。众所周知,动画内容脱胎于动画剧本;动画剧本来源于动画创意;动画创意出自于动画编剧;动画编剧又需经过高等教育的培养。因此,编剧→创意→剧本→内容,形成了动画影片前期制作的创作链条。而多年来,我国动画片之所以质量堪忧,恰恰是在整个创作链条的最前端出现了问题。

1952年,北京电影学院创办了动画教育专业,这是当时我国高等教育中唯一专属动画教育的专业。而这种动画专业教育模式一直持续到了2000年。当时本专业总共招收了本科学生41名。与众多高等艺术院校的电影戏剧表演专业、导演专业相比,近半个世纪的时间,招生数量之少让动画专业显得异常孤独落寞。与之相呼应,在中央和地方的众多电影厂中,只有上海美术电影制片厂能够出品动画电影。可以看出,无论在教育界,还是在艺术界,动画都是被边缘化的代名词。而且,即使是在动画专业,被重点强调的仍是动画制作技术,而动画创意没有占据主流的位置。即使是这41名动画专业的本科生,也由于就业环境的原因,他们毕业后大部分改行从事了其他专业的工作。尽管上海美术电影制片厂在20世纪60—80年代拍摄了《大闹天宫》《山水情》和《三个和尚》等享誉世界的经典作品,创造了动画界的“中国学派”,但这仍然没有扭转中国动画产业卑微的社会地位。因此,动画艺术的边缘化,决定了人才培养的短缺,从而也给半个世纪以后中国动画产业的发展埋下了巨大的隐患。

2. 人才需求的角度:产业发展的初级阶段降低了对动画创意人才的需求

第一,寓教于乐的教育理念忽视了儿童的娱乐需求。在应试高考的指挥棒下,众多家长视动画为儿童成长的洪水猛兽,从而抑制了人们对于动画创意和动画编剧的热情。在20世纪90年代,中国动画市场处于萌发之时,以《蓝猫》为代表的百科全书式的动画片大行其道,这与其说是满足了儿童的动画渴望,倒不如说是顺应了中国家长望子成龙的期盼。这样的社会背景极大地制约了动画创意人才的产生以及动画编剧水平的发挥。

第二,外包加工直接降低了对动画创意的需求。20世纪80年代中期以后,中国动画产业开始进入外包加工阶段。此时的动画企业,整体上尚处于初创阶段,企业规模小,企业资金实力和技术实力都很薄弱。在这样的背景之下,它们没有实力进行创意开发和创意团队的建设,即使偶尔产生开发的意愿,也不会得到外方的认可与接受。由此,愈加形成了企业对于外包加工的依赖,愈加侵蚀了中国动画产业的创意能力。因此,在相当长的时间内,外包加工被认为是造成中国动画创意低下的罪魁祸首。

第三,艺术管理理念的扭曲打压了对于动画创意的需求。中国动画产业的快速发展只有近十年的历史,长期的被边缘化地位使得编剧、导演、投资人的素质参差不齐,动画创作在艺术性和商业性的争论中摇摆不定,由此导致动画编剧、动画艺术家与投资人的话语权之争难见分晓的局面。于是在重制作、轻创意的理念支配下,一部动画片制作完成之时,就是动画企业迈向亏损之日。这种扭曲的艺术管理理念,不仅使得企业经营恶化,也极大地损害了动画编剧的价值所在。

第四,“泛娱乐”观念的副作用抑制了动画创意的发展。2015年以后,伴随着视频网站日益成为影

视播出的新兴渠道,同一个动画节目在传统媒体和新兴媒体之间的跨媒体播出,以及同一个IP在动画、游戏和衍生产品中的植入,使“泛娱乐”的观念开始流行。跨界融合、市场扩容使动画产业成为资本追逐的投资热点。与此同时,大批没有艺术鉴赏力的投资人,在片面理解“泛娱乐”理念的指导下,过多迷信IP的作用,谨慎投资的结果就是抄袭和雷同的泛滥,从而减少了对于动画创意的需求,恶化了动画编剧的生存状况。

第五,电视剧与电影的率先发展抢占了创意者的智慧。20世纪80年代以后,电视剧开始在中国市场盛行,这捧红了众多导演和演员,使他们在社会上产生了巨大的影响力。由此,这不但吸引了大批青年投身演艺事业,也吸纳了大量社会资本投资影视行业。与这些充斥着帅哥靓妹甚至财大气粗的影视公司相比,动画公司则显得异常寒酸落魄。优秀的艺术创作和编剧人才对此望而却步,他们转身投入真人影视行业,这使本已缺乏艺术创作人才的动画产业更是雪上加霜。

3. 产业秩序的角度:供求之间的不顺畅扼杀了动画创意人才的职业热情

在动画创意人才的供给与需求之间,产业秩序或称行业惯例像杠杆一般在影响和调节着其两端的供给与需求。但是,在过去近二十年的时间里,动画产业秩序问题频繁,极大地影响了动画创作。

第一,知识产权意识淡薄,侵权现象屡屡发生。在动画行业,有两种行为对于动画创作人员的利益产生伤害。一种行为是直接伤害。表现为:对原剧本进行“剽窃”“抄袭”,而拒绝支付原作者的稿酬。对于这类侵权现象,在法律的审判过程中,存在着举证难、审判难、执行难的问题^①。还有,在没有征得动画编剧的同意就直接删改其动画剧本,甚至拖欠或侵占动画编剧的稿费,这又极大地损害了动画创作人员的权益,严重挫伤了动画编剧创作的积极性。2004年以来多次较大规模的集体维权行动就是典型的例证^②。另一种行为是间接伤害。表现为:对于动画衍生产品的盗版侵权。特别是进入21世纪以来,国内动画产业的企业家们逐渐意识到动画衍生产品的国内市场需求,使得此类盗版侵权行为屡屡发生。但是,无论是早期的“蓝猫”模式,还是其后的“喜羊羊”模式和“奥飞”模式,以及当下的“泛娱乐”模式,都无法摆脱动画衍生产品的盗版,这不仅仅伤害了动画形象版权公司的利益,也间接侵害了动画创作人员的权益。

第二,行业性组织缺乏,动画创意者没有依托。动画产业作为近十几年发展起来的文化创意产业,行业性组织处于空缺状态。既没有保护动画公司利益的行业协会,也没有保护动画编剧的行业工会。当动画形象的衍生产品被盗版的时候,动画公司无法保护自己的权益。在这种情况下,极易诱发动画公司将损失转嫁给动画编剧,进而形成了动画损失从下游向上游的传导。当动画公司与动画编剧产生纠纷的时候,动画编剧因缺少行业工会的保护而处于无奈的弱势地位。由此,这又严重挫伤和削减了动画编剧的创作热情。

第三,法律规定模糊,难以保护创作者的权益。《著作权法》作为保护作者的一部大法被影视圈的编剧们视为维护自身权益的“最后一道屏障”。然而,经过三次修改的《著作权法》不但没有保护剧本原创者的权益,反而在削弱原创的利益^③。尤其是,此次的《著作权法》第三稿第三条指出,“文学作品”是指“小说、诗词、散文、论文等以文字形式表现的作品”,可见,《著作权法》并没有将动画剧本列入其中,完全不能体现对动画编剧的保护。这样,无论从动画编剧的外部氛围,还是从创作者的内心感受,都会不利于动画创作,创作者很难创作出举世的动画大作。

可以看出,上述问题是造成动画创作人才短缺的主要原因。当前,中国动画产业已经从发展的初级阶段向全球动画产业发展轨道并拢的入位阶段。但是,动画创意对动画人才的需求,动画内容对动画编剧的挑战愈加紧迫。因此,在围绕动画市场供需、动画人才短缺的问题上,要将政府推动、产业引导、资金扶持等,嵌入到动画创意的全过程,从而改变中国动画内容质量日趋下降的被动局面。

① 怡梦:《琼瑶于正纠纷,凸显编剧维权真的很难》,载《中国艺术报》,2014年4月18日第1版。

② 郑晓红:《近年我国编剧著作权维权状况述评》,载《中国出版》,2009年第3期,第51-53页。

③ 吴学安:《编剧维权 法律层面需“给力”》,载《团结报》,2015年6月27日第6版。

三、解决方案:多角度聚焦,扭转动画创意的被动局面

动画创意现存的问题原因复杂,既有历史问题的促成,又有现实问题的纷纭。无论从宏观的视域,还是从微观的角度,动画创意问题都必须被提到全产业链各个环节的认识高度来对之加以重视。因此,我们一定要采用系统的思想、多维度的审视理念,科学地拆解缠绕在动画创意问题上的各种羁绊,以动画创意为载体,乘势展现中国动画的魅力所在,继续弘扬五千年的中华文化。

1. 技术的角度:利用区块链技术获得动画创意的确权

区块链是互联网的升级技术,它将引发多个产业的行业生态重塑。此时,动画产业与区块链技术相遇,不仅有利于动画创意知识产权的保护,而且将对动画产业产生更加纵深的影

响。第一,技术进步引发了动画创意知识产权的归属困境。回顾百年来世界动画产业发展的历史,动画技术的演变引发了动画内容、动画制作、动画传播等一系列动画企业经营模式的变革^①。针对动画创意,表现出了以下四个方面的特点:①从创作主体的角度看,经历了从单人创作向多人和众人协同创作的过程;②从创作客体的角度看,经历了动画作品的题材、人物、情节、时长等多个内容要素的转变;③从创作过程的角度看,既包括单人创作的完整作品,也包括多人创作的片段组合;④从传播过程的角度看,既包括在传统播出渠道(如电影院线、电视系统)与观众的一次性见面,也包括在网络条件下的多次链接观看。上述种种转变交织在一起,特别是在中国动画产业“时空压缩”的背景下^②,使得动画创意的归属问题变得异常错综复杂,这给那些蓄意盗版侵权者提供了可乘之机,也使动画创意的产权所有者的权益保护变得异常困难。

第二,区块链技术保护了动画创意知识产权的归属问题。也可以说,区块链技术有力地解决了动画创意知识产权的确权问题。区块链是一种分布式的存储数据库,其本质上是所有节点都遵循同一个协议。该协议规定了所有节点都遵守一个共识算法,依靠该算法使所有节点数据保持一致。因此,任何一个节点都可以成为阶段性的中心,具有“去中心化”的特点。基于此,系统中每一个节点都拥有完整的数据库拷贝,单个甚至多个节点对数据库的修改都无法影响其他节点的数据库,数据不会被篡改。从这个意义上讲,区块链技术可以保存最原始的动画创意数据记录,能够完整地记录动画创意者从最初的灵感到最终动画作品的所有变化过程,并通过“时间戳”链条以及基于密码技术的连续数字签名,为任何一个特定的时间点提供存在证明和身份证明,从而解决了动画著作权的权属问题^③。

第三,将区块链技术渗入到动画创意辐射的各个环节。区块链技术的出现,可以为动画创意的版权带来护佑。目前,中国版权保护中心和华夏微影文化传媒中心共同打造的华夏微电影微视频区块链版权(交易)服务平台,已经实现了集实名上传、审查确权优先、自行定价分销、自动结算分配等多项功能为一体的视频流程服务。因此,中国动画产业应在行业协会或政府部门的指导下,及时引导动画企业和动画编剧,将区块链版权交易服务平台纳入企业或个人动画创意的流程之中,使其参与动画企业的实际经营,成为动画创意的出售、授权和转售的交易平台。同时,此平台还具有动画企业推广、动画作品展示、企业诚信调查的宣传功能。因而,区块链技术的出现,既可以保护动画创意产权所有者的利益,又可以提高动画产品的交易效率。所以,在充分保障动画创意人才权益的基础上,能够更加有效地提升动画创意内容质量。

2. 政策的角度:利用政策的引领获得动画创意的保护

中国动画始终受到侵权盗版的蹂躏,立法的漏洞和执法的艰难,使得动画业界苦不堪言。如何让

① 苏锋、苏少锋:《动画技术:动画产品国际贸易的最大助推》,载《同济大学学报》(社会科学版),2017年第5期。

② 苏锋、刘新:《新时期中国动画产业的“双重怪圈”——基于“时空压缩”的视角》,载《福建论坛》(人文社会科学版),2014年第6期。

③ 孟奇勋、吴乙婕:《区块链视角下网络著作权交易的技术之道》,载《出版科学》,2017年第6期,第25-31页。

动画企业和动画创意者的知识产权获得保护?这种呐喊似乎从未间断过。国家的强大、文化的振兴,动画是最好的代言。因此,保护动画创意的知识产权、护航中国动画产业的发展,已迫在眉睫地摆在国家、产业和社会的面前。

第一,国家重视,将动画创意者作为高级人才予以保护。从国家层面对动画编剧给予精神领域和物质水平的重视。动画创作人员既有较高的文化水准,又有身心具足的创造能力;他们既能将文化演绎成可视能闻的鲜活盛宴,又能播种人类弃恶扬善的精神食粮。动画创作者价值范围涉及领域之广、辐射年龄层次之全,是屈指可数的脑力和体力并重的劳动者。因此,国家主管部门、人大组织,要对这样特有的群体给予充分的保护,应专门讨论补充关于动画著作权的保护条款,切实对动画创意者的知识产权进行应有的捍卫,让法律的光辉照耀动画的创作之路。

第二,产业支持,将动画创作视为行业理顺的前导核心。从产业层面完善行业组织,在建设动画行业协会的过程中,一并建立动画创意者经纪公司。其作用包括:一方面引领动画创意的发展坐标,指导动画制作摄入最新的元素;另一方面,统一行业标准。当动画企业遭受侵权或动画创作者遭受利益损失时,行业协会可以发表权威声明,呼吁有关方面的支持和帮助。另外,经纪公司则以代理人的角色,按照法律条款及行业协会的支持,保护动画企业、动画形象、动画创作的知识产权。进而,实现行业组织与动画创作企业和个人之间的相互依存。

第三,道德约束,将社会文明体现于对动画创作的尊重上。从道德层面倡导社会的美好面。中国即将进入全面的小康社会,生活在华夏大地上的人们已经走向富裕之路。随着经济的发展,带给人们的一定是物质和物质的双重富足。在这样的背景下,人们都在渴望自我价值的实现,剽窃盗版应该被时代所抛弃。但是,这个社会总会存有少数以身试法及道德底线的践踏者。但是,只要我们做到:动画产业自强,动画行业自律,动画创作自勉。我们相信,总有一天,那些动画投机钻营者一定会自怕,一定会自省。中国动画创意版权的保护之路不会太遥远。

3. 学术研究的角度:通过理论的研究来支持动画创意的发展

从1985年到2015年的三十年时间里,由于国内市场的严峻形势,中国动画产业主要依靠外包维持生存,这降低了对于动画创意的需求,更忽视了对于动画创意本身的研究。可以说,今天动画创意内容的质量低下,很大原因来源于我们对于动画创意本体的认识不清,由此才造成了在企业创意管理和国家政策推动的过程中定位不准、路径不明、效果不佳的产业被动局面。因此,细化开展对动画创意的研究,是提高动画创意内容质量的前提基础,也是理论支撑。

第一,对动画创意内容的研究。以往的对动画创意内容的创作主要是从艺术学的角度,关注的是动画人物形象的设计、艺术风格的设定、内容教育的效果,是一种个人感性创作的智慧结晶。而我国动画业界多年来恰恰延续了这样的创作状态,也取得了一些成绩。然而,就目前的创作现状看,这远不能适应当下与未来动画产业的发展需要。予以何种方式扭转?那就是要从叙事学的角度,用“讲故事”的方法,对于百年来世界范围内经典动画作品的题材、叙事模式、图像模式、声音模式,进行逐项的定性和定量分析,概括出每个动画作品的“内容要素组合”模型,从而形成对于动画创意的本体论认识。

第二,对动画创意者的研究。动画创意者是动画创意的主体,其本身所具有的特质对于动画创意将产生主动的效应和显著的影响。那么,动画创意主体需要具备哪些特质和哪些环境因素呢?这些都对动画创意的主体,也就是动画创意者提出了严格的要求。具体来讲,这关联创意者的成长轨迹、涉猎创意者的文化视野、关乎创意者热衷痴迷动画的个人情怀。另外,此研究不能仅仅局限在个体创意者本身,还要包括多个创作主体之间的相互协作、彼此支撑的组织模式等。因此,持续推进对动画创意主体的研究,一定会起到万丈高楼平地起的基石作用。

第三,对动画创意接受者的研究。动画创意接受者是动画创意的消费者,其特征影响着动画创意的受欢迎程度。也就是说,无论是从动画产业运行的经济规律还是文化诉求,按需研究将是永不枯竭的学术灵魂。特别是动画表现手法的夸张度、表达方式的幽默感、渲染主题的独特性,都将要根据不同

受众群体的年龄分布、文化背景、经济状况等不同阶层的诉求来分别构成。因此,对动画创意接受者的研究,既要宏观的主线贯穿于人类灵魂的塑造,又要从微观的视角切入消费者对动画的理解与个性化观赏的需求。因此,动画创意不但要适应中国动画受众的预期,同时也要兼顾不同国别、不同文化背景的全球受众之需要,从而达到动画接受者的精神渴望与实际消费互动平衡的研究呈现。

事实上,动画创意者、动画创意内容和动画创意接受者,三者之间存在着内在的联系,它们既相互独立又相互影响,诠释出系统性、动态性的整体架构。因此,对于动画创意的研究,便集中表现了多学科交叉、多种方法融合的崭新研究特征。

4. 教育的角度:利用教育的手段获得动画创意的滋养

目前,国内的动画教育主要集中在大学阶段。我国现有447所大学设置了动画专业,已经达到每年十万人毕业的规模。但是,大多高校的培养理念由于过多注重动画制作技能的传授,而忽视动画产品的前期制作和后期制作过程,因此,存在动画策划创意、动画编剧等艺术原创人才的缺乏,这某些程度上影响了动画作品整体质量的提升^①。而随着中国动画产业发展新时代的到来,客观上对中国动画教育实施供给侧的改革提出了要求,这主要包括长期学历教育和短期培训两个方面的内容。

第一,改革大学阶段的动画教育。根据调查,现有高校设置的动画专业课程中,直接与动画内容相关的只有动画剧本一门课程^②。与之起间接关联的则有影片分析、中外电影史和影视编导等电影类课程。因此,扩大动画内容创意方面的课程比例就显得十分必要。目前,我国多数高校普遍存在动画师资短缺的问题。为了规避这一棘手问题,高校可以采取以下两种方式来解决:①与动画企业联手,聘请动画编剧、作家开设讲座或相关课程,让他们将动画企业的创作经验传授给学生。②开展中外合作办学,引进国外大学的教学资源,提高教学水平。此外,及时将动画创意内容的研究成果融入教学实践中,让学生掌握动画创意的方法和规律,从而提高动画创意创作者的能力和水平。

第二,强化大学后阶段的在职培训。现有动画企业的动画编剧和管理人员大多没有接受过动画创作专业的培养和训练,这很大程度地制约着他们动画创意的能力,更是严重阻碍了他们对动画作品创作水平的发挥。这也是当前摆在我国动画产业链前端、制约产业发展的尴尬所在。因此,着重培养蕴含在业界内部创作者们的学识水平和上手能力,是实实在在解决动画内容创意的关键举措。所以,采取由行业协会或政府主管部门牵头、国内或国外大学相关专家的配合授课培训、有针对性地对动画企业在创意过程中存在的问题进行答疑解惑等就显得非常必要,以此奠定产学研合作的基础,使高校的教学活动与产业的经营实践形成良性的互动。

综上所述,我国动画产业不同的发展阶段,累积了许多动画创意的核心症结问题。本文在详实分析原因的基础上,不但找到了区块链技术是解决动画创意权属问题的利器,为动画创意的法律保护提供了有力的技术支撑;而且,还建立了在区块链技术基础上动画创意知识产权的保护体系,以此来推动中国动画产业的再次转型升级。与此同时,本文还提出,政策的引导起到了鼓励动画创意的“开源”和解决动画创意权益流失的“节流”作用。如果说,上述措施是为了解决当下的动画创意质量的问题,属于“应急性”的举措的话,那么,开展动画创意内容方面的研究以及实施动画教育的供给侧改革,就是长期性的战略大计。只有在市场需求的拉动下,通过技术变换的引领、国家政策的护航、学术研究的跟进、动画教育的完善,才能规避创作中的瑕疵,才能彰显创意灵感的能动性。本文最后指明:以五千年中华文明为依托,以“一带一路”的文化遗产为契机,中国动画创意一定会横空出世,绽放全球!

(以下“英文摘要”转第98页)

① 苏锋、罗小艺:《“大动漫”:推动动漫教育转型升级》,载《西南民族大学学报》(人文社会科学版),2014年第7期,第165-170页。

② 肖永亮:《中国动画教育启示录》,北京:电子工业出版社,2011年。

The History of Chinese Translation of *The Communist Manifesto* and the Evolution of Its Translated Versions

TAN Yuan

(School of Foreign Languages, Huazhong University of Science and Technology,
Wuhan 430074, China)

Abstract: *The Communist Manifesto* is the most important programmatic document in the international communist movement. Since Chen Wangdao published his first full translation of it in 1920, there have been more than a dozen Chinese versions of *The Communist Manifesto*. In the process of the Chinese translation of it, translators' ideology, value and foreign language background have exerted an important influence on the accuracy and style of the translation. Looking back at the history of translation of *The Communist Manifesto* by the Chinese people over the past century, we can also see the road to a continuous victory for the Chinese revolution.

Key words: *The Communist Manifesto*; Marxism; translation; Chen Wangdao

(责任编辑:王晨丽)

(上接第 36 页)

Animation Creativity — Key Factors for the Further Upgrade of Chinese Animation Industry

SU Feng

(College of Arts, Northeastern University, Shenyang 110819, China)

Abstract: Various problems about animation creativity do exist in different stages of the development of Chinese animation industry. Animation creativity has been a core factor to boost the progress of the industry. This paper aims to analyze the reasons for the lack of creativity in domestic animation in the aspects of talents supply, personnel demand, and industrial order, and proposes solutions to solve the problems from the perspectives of technology, policy, academic research, and education.

Key words: animation creativity; blockchain; animation industry; transformation and upgrade

(责任编辑:周淑英)