

【经管索微】

泛动画产业研究刍议

黄鸣奋

(厦门大学 中文系, 福建 厦门 361005)

摘要: 在新媒体革命推动下, 传统动画产业正朝着以新媒体动画为龙头的泛动画产业演变, 成为各国文化软实力的有机组成部分。对泛动画产业的研究可从下述三种角度进行: 着眼于历史演变, 考察它和传统动画产业的区别与联系; 着眼于价值关系, 考察动画业如何提升自身的文化软实力、国家文化软实力的提升对动画业发展的作用、动画业对提升特定国家文化软实力的贡献; 着眼于实际运营, 从传播要素角度阐述新媒体革命对动画产业转型的影响, 从需要理论角度阐述泛动画产业所具备的基本特征和关键环节。

关键词: 泛动画; 文化产业; 新媒体

中图分类号: G 124

文献标识码: A

文章编号: 1672-3910(2010)02-0065-07

新媒体革命使传统动画产业经历了数字化改造, 以网络动画、手机动画、虚拟现实动画等为代表的新媒体动画应运而生, 动画产业链迅速扩大, 社会影响显著增强, 并与提升各个国家和民族的文化软实力建立了日益密切的联系。魅力四射的动画目前已不仅是艺术界所看好的作品, 而且是各行各业广泛应用的手段。我们将上述发展趋势称为传统动画产业向泛动画产业转型。在这样的历史条件下, 动画产业研究不能将其对象局限于剧场动画、电视动画等传统产品, 而应当将视野扩大到正在崭露头角的新媒体动画; 不能满足于分门别类进行的经济分析、技术阐释或艺术鉴赏, 而应当放眼天地更为广阔的文化战略。

一、泛动画产业的形成

动画有悠久的历史, 其专利发明最早在 19 世纪问世, 作为影片一般认为降生于 1906 年, 作为产业出现于 1914 年(以第一个动画工作室创立为标志)。在 20 世纪所爆发的新媒体革命的推动下, 动画业迅速实现了技术转型, 实现了从产品数量、企业数目、产业规模到社会影响的爆破性增长。这是泛动画产业形成的社会历史条件。

动画发展史贯穿着以下 9 条线索: (1) 动画技

能专门化、动画爱好职业化, 不仅出现了一批批有所专攻的动画师、动画群体, 而且涌现了一个个以动画为主业的工作室、企业集团乃至产业集群; (2) 动画兴趣集中化、动画知识条理化, 不仅产生了相对稳定的动画观众群体, 而且培育了比较专门的动画评论家、动画理论家和动画史专家; (3) 动画传播专业化、动画营销国际化, 不仅有了动画商、动画店, 而且造就了相对专门的动画频道、动画发行公司; (4) 动画工具备化、动画程序软件化, 不仅有了定位尺之类相对简单的手段, 而且催生了高度复杂的图形工作站和各种人工现实系统; (5) 动画内容定向化、动画角色明星化, 不仅有了适宜表现的题材, 而且有了高认知度的动画人物; (6) 动画风格鲜明化、动画产品品牌化, 不仅为动画流派的形成创造了条件, 而且树立了不少动画经典; (7) 动画技巧特色化、动画手法模式化, 不仅在艺术领域标领风骚, 而且为视觉文化的流行推波助澜; (8) 动画环境特殊化、动画娱乐商业化, 不仅有了动画剧院、动画馆所, 还有跨国连锁的动画乐园、主题公园; (9) 动画成果有形化、动画产业独立化, 不仅有了汗牛充栋的动画论著, 还有专门的动画统计指标。推动上述转变的原因主要来自新兴产业发展的一般规律、艺术领域对于动画产

收稿日期: 2009-06-18

基金项目: 国家社科基金艺术学重点课题(09AA001)

作者简介: 黄鸣奋(1952-), 男, 福建南安人, 教授, 博士生导师, 主要从事古代文论、文艺心理学、文艺传播学及网络文化研究。

品的需求以及动画企业的不懈努力。

如今,动画正在向“泛动画”阶段发展。如果说“动画”是艺术范畴的话,那么,“泛动画”则是文化范畴。二者在产业意义上的区别主要表现在以下9个方面:(1)传统动画业以动画师、动画团队、动画工作室为主体;泛动画产业则涉及社会各界用动画来展现自我、彼此沟通及开展业务的活动。(2)传统动画业主要以艺术需要和商业需要为动力;泛动画产业则植根于包括娱乐、医疗、军事、生产、流通、科技、教育、传媒、管理、政治、法律以及宗教等在内的多种需要。(3)传统动画业存在相对严格的角色划分,互动主要是在动画创作者、传播者和接受者之间进行的;泛动画产业不仅增强了角色转变的灵活性,而且大大扩展了互动范围,使之具备跨领域、跨文化、跨地界的特征。(4)传统动画业主要通过影视途径发行其产品;泛动画产业则将发行渠道扩大到包括互联网、手机等在内的各种新媒体,不仅形成了上下游企业通过品牌授权等途径构成的产业链,而且建立了由产品跨媒体流动而构成的产业网。(5)传统动画业除社会生活外主要利用了漫画、儿童文学、电影等艺术类型所提供的素材;泛动画产业则将触角伸入从人文到科技、从宇航到纳米、从远古到远景等诸多领域,并将风头正健的数字化生存、层出不穷的网络服务等作为取材来源。(6)传统动画业以“片”(影片)作为产品的基本单元;泛动画产业则倾向于以“流”(信息流)作为产品的存在形式。(7)传统动画业主要运用了美术、摄影等艺术领域所擅长的技巧;泛动画产业不仅采用了传统叙事学所能概括、心理学所能阐释、文化史所能引据的各种艺术经验,而且利用了包括黑客策略、后现代主义解构在内的多种反常合道的方式。(8)传统动画业致力营造有别于现实的幻想世界;泛动画产业则和混合现实、全球定位、智能建筑、聪明服装、数字地球、人体增强等高科技结合,建设我们所生活的环境。(9)传统动画业是电影电视产业的分支;泛动画产业则是信息产业和文化产业的相互渗透的产物,其发展已经不仅是产业内部的驱动所致,而且来自世界各国对于应用高科技提升自身文化软实力的追求。

在国民经济体系中,泛动画产业与文化产业、信息产业都有千丝万缕的联系。从文化角度看,泛动画产业由创意、技术、媒体、效益、功能和规范

6个要素构成,不妨分别名之为动画创意、动画技术、动画媒体、动画效益、动画功能和动画规范。就分工而言,泛动画产业包括由上述6个要素演变而来的6个分支,即动画创造业、动画制造业、动画传输业、动画营销业、动画养成业和动画管理业。每个分支又可细分为若干子类。动画创造业是泛动画产业的核心,其职能是通过饱含情感的想象活动实现人类对精神自由的追求,可根据创造活动的性质细分为动画创作业(原创)、动画表演业(二度创作)、动画鉴赏业(三度创作)等。动画制造业的任务是实现动画作品的物态化,可根据制造的过程细分为动画设计业、动画用具制造业、动画产品制造业等。经过动画制造业的加工,作为人类精神活动成果的动画作品转化成为具有一定物质形态的动画产品。动画传输业的使命是实现动画信息的传播,可根据大规模传输的性质细分为动画印刷业(诉诸视觉媒介)、动画摄录业(诉诸电化媒介)、动画广播业(诉诸载波)等。经过动画传输业的加工,动画产品扬弃了自身的本真性,成为依托大众媒体不胫而走的信息流。动画营销业的功能是保证动画为生产性消费和生活性消费服务,可根据服务的性质细分为动画娱乐业、动画销售业、动画中介业等。由于动画营销业起作用的缘故,动画产业直接作用于物质生产的发展,并与消费者建立密切联系。动画养成业负责为整个社会的动画活动培养与输送人才,并保证动画之社会价值的实现,可根据活动的性质分为动画教育业、动画竞技业、动画出版业等。由于动画养成业起作用的缘故,动画产业具备了独特的社会效益。动画管理业负责根据一定的社会规范调节全社会的动画活动,可根据管理主体/管理对象的角色伴侣关系区分为动画部门管理业、动画社团管理业、动画场馆管理业。由于动画管理业起作用的缘故,动画产业在社会许可与鼓励的范围内活动,服务于既定的社会目标。对于泛动画产业,可以从多重角度加以研究。这些角度最重要的有与动画创意相关的艺术学、与动画技术相关的信息学、与动画媒体相关的传播学、与动画效益相关的经济学、与动画功能相关的心理学和社会学、与动画规范相关的伦理学和法律学等。

认清当前传统动画业向泛动画产业的转变,有重要的现实意义。它对政府主管部门制定有关动画业的法律法规、方针政策具备参考价值;有助

于进一步开拓动画市场,自觉地将动画产品的流通置于更为宏观的格局中加以思考;有助于拓宽动画人才的就业选择余地,让他们得以在各个行业的相关岗位上施展才能;可以促进动画交流在更广泛的领域进行,引导更多的社会成员关注动画发展;推动动画生产领域的分工合作,形成规模更大、效益更高的产业集群;有利于对多样化的动画产品采用恰当的尺度加以评价,避免“一刀切”的弊端。

二、泛动画产业的价值

泛动画产业是文化产业、创意产业、信息产业的重要分支,与提升文化软实力息息相关。各国政府(尤其是日本、美国)对此高度重视,因为它关系到国家形象、文化认同感和国民(特别是年青一代)价值观,其影响是文化软实力的具体体现。当前,泛动画产业的繁荣是实现中华民族伟大复兴和创新型国家建设的重要条件之一。泛动画产业与提升文化软实力的关系至少涉及以下 3 个具有不同意义的问题:一是动画业如何提升自身的文化软实力;二是特定国家、民族文化软实力的提升对动画业的发展会产生什么影响;三是动画业如何为提升特定国家、民族的文化软实力作出贡献。由于泛动画产业具备多层次、文化软实力具备多要素的特点,二者的互动可能在诸多层面进行。

任何文化都是以信息传播为基础而形成和发展的,因此,我们可以从传播角度考察提升文化软实力的条件。这些条件主要包括:(1)同心同德,和衷共济,将内耗降低到最低水平;(2)联系广泛,“朋友遍天下”;(3)理顺各种社会关系,增进良性互动;(4)能够得心应手地应用各种传媒化解危机、增进沟通;(5)拥有与其历史传统相适应的引人入胜的故事、传说等;(6)拥有作为心理凝聚点的建筑、雕塑、旗帜、歌曲、植物等表征物;(7)善于晓之以理、动之以情、诱之以像,具备较为高超的说服技巧或公关策略;(8)打造宽松环境,开放言路,集思广益,补弊救偏;(9)建立相对健全而且能够与时俱进的观念更新机制。

上述分析不仅适用于特定国家和民族,而且适用于特定行业与企业。对于泛动画产业来说,要想不断提升自身软实力,必须注意如下问题:(1)及时调整相关政府部门、企事业单位和社团组织的关系,避免不必要的矛盾和无谓的冲突;(2)

有意识在社会上培养对于泛动画产业的广泛兴趣,改变“动画是小儿科”之类刻板印象,吸引更多人关注本产业的发展;(3)进行深入的调查研究,了解对动画的社会需要及其变动情况;(4)追踪相关产业动态,密切产学研联系,尽量缩短引入新技术、新发明的时间;(5)使产品内容体现国家和民族的核心价值观;(6)求得作品内容与形式尽可能完美的统一;(7)善于运用各种和自身目标相一致的经营策略;(8)努力培养创新精神,适应环境的要求;(9)摆正长远利益与当前利益、全局利益与局部利益、“本”(如企业诚信)与“末”(如炒作策略)的关系,使发展持之以恒。

国家和民族文化软实力对发展泛动画产业具有不可忽略的作用,因为它制约了泛动画产业的发展空间。从正面角度看,既有文化软实力能够发挥如下积极作用:(1)有效清除各种社会心理障碍,迅速集中为泛动画产业所需要的内部力量;(2)充分利用现有的各种社会资本,拓展为泛动画产业腾飞所必需的外部联系;(3)准确找到利益攸关方之需要的共同点,为泛动画领域的社会互动奠定坚实基础;(4)挖掘既有文化元素的潜力,使泛动画具备富于特色的表现手段;(5)从既有文化传统中寻找素材,使泛动画具备丰富多彩的内容;(6)提供经过历史检验的经典作品,使泛动画具备可以借鉴的典范;(7)提供行之有效的说服技巧和公关策略,使泛动画产业能够更好地从事营销和推广;(8)为泛动画产业创造健全的法制环境、清明的道德环境和良好的社会心理环境;(9)协调泛动画产业与相关产业的各种关系,保证其可持续发展。

另一方面,泛动画产业完全可以为提高国家和民族文化软实力作出贡献。其基本途径如下:(1)从整体上提高国民文化素质,培养想象力、创新精神与团队精神;(2)提高所属文化的国际知名度,加深其他国家和民族对它的了解,纠正可能存在的各种偏见;(3)“以文会友”,使所属国家和民族得以建立和拓展尽可能广泛的国际联系,并在维护世界和平、保障可持续发展等方面相互协作;(4)丰富所属国家和民族的文化表现形式;(5)使所属国家和民族的核心价值观形象化、物态化、情感化,提高其生动性、认知度和感染力;(6)创造可以充当文化表征物的精品,为所属国家和民族建立更多的文化凝聚点,丰富其文化宝库;(7)通过

品牌授权等方式提高其他行业产品的文化含量;(8)改变既有社会生态、媒体生态和精神生态,使之更符合人类的社会理想;(9)在历史和现实的对话中促进所属文化与时俱进。

从文化软实力角度对新媒体和泛动画产业加以研究,是从以下现实需要出发的:(1)深刻认识新媒体对动画产业转型的文化影响。动画由依托电影、电视媒体到向互联网、移动通信等新媒体扩展,进入了以交互性、草根性、流动性等为特征的文化氛围。处在这样的背景下,动画产业不仅要发挥传统优势,更要与时俱进。(2)全面认识动画产业与提升国家文化软实力的关系。我国学术界已达成共识,动画产业是文化产业的重要分支。我国动画产业目前在国际市场上的竞争力还不如美国、日本等强国。这种现象引发了从企业界、学术界到政府主管部门深深的焦虑,由此导致近年来各大中城市纷纷投巨资建设动画相关基地,并运用各方面的力量向外推广国产动画。尽管如此,动画产业对于提升国家文化软实力的价值不是自然而然就能实现的,我们必须将动画及相关产业作为整体来加以规划,从政策法律、市场流通、人才培养、受众引导、产品开发、成果推介等入手,采取切实可行的措施,避免因无序竞争导致的内耗。(3)在实践中促进泛动画产业的经济效益和社会效益有机结合。关于泛动画产业的研究对政府主管部门制定法律法规、方针政策具备参考价值;有助于进一步开拓动画市场,自觉地将动画产品的流通置于更为宏观的格局中加以思考;有助于拓宽动画人才的就业选择余地,让他们得以在各个行业的相关岗位上施展才能;可以促进动画交流在更广泛的领域进行,引导更多的社会成员关注动画发展;推动动画生产领域的分工合作,形成规模更大、效益更高的产业集群;有利于对多样化的动画产品采用恰当的尺度加以评价,避免“一刀切”的弊端。

三、泛动画产业研究

迄今为止,新媒体动画已经被广泛应用于社会生活各个领域,学术界已经对它的某些分支(如网络动画等)进行了不同角度的考察,但成果数量和研究水平远远落后于新媒体动画本身的发展速度。而且,至今为止汉语和英语文献中都未找到将新媒体动画作为整体加以系统阐述的论著。

“泛动画”(Pan Animation)是我国学者李中秋自创的范畴,但其外延和内涵仍有待界定。“泛动画产业”是全新的概念,涉及管理学、文化学、传播学、艺术学、经济学、社会学和信息科学等多门学科,有待从理论和实践的结合中加以探索。“文化软实力”的术语已为我国政府文件和学术文献所广泛使用,成为制订政策和规划的重要依据。尽管如此,文化软实力本身的具体涵义及其和泛动画产业的关系仍然有待阐明。

国外关于新媒体动画研究成果比较丰富。据笔者14年来所作的考察,这些成果大致可以分为以下几类:第一类以技术为主(特别是动画软件的开发和使用),数量最多;第二类从新媒体艺术角度来考察,如格林(R. Greene)的《互联网艺术》^[1]特赖布(Mark Tribe)《新媒体艺术》^[2]等;第三类从经济学、政治学、法学、伦理学等加以研究,如斯托拉布拉斯(Julian Stallabrass)《互联网艺术:文化与商业的在线冲突》^[3]等。笔者2009年5月14日对美国国会图书馆的检索,以“new media animation”为关键词找到网站资源176种、图书在线目录166种;以“Internet animation”为关键词找到网站资源142种、图书在线目录478种;以“mobile animation”为关键词可找到网站资源26种、图书在线目录58种。在全球最大的网上书店Amazon找到有关网络动画的图书50种,有关手机动画的图书32种。就论文而言,在美国最大的图书馆联机检索网络OCLC的艺术与人文社会科学类有950篇论新媒体动画,2240篇论网络动画,290篇论手机动画。

国内关于新媒体动画技术的研究成果比较多,但从文化角度进行研究的相当少。比较专门的著作只有王颖吉《闪客江湖:对中国网络动画的文化解读》(广西师范大学出版社,2006)、米金升与陈娟《游戏东西:电脑游戏的文化意义研究》(广西师范大学出版社,2006)等几部。某些关于新媒体艺术、数字(媒体)艺术的论著述及新媒体动画,如许行明等《网络艺术》(北京广播学院出版社,2001)、王波《Flash技术还是艺术》(中国人民大学出版社,2005)、童芳《新媒体艺术》(东南大学出版社,2006)、廖祥忠《数字艺术论》(中国广播电视出版社,2006)、贾秀清等《重构美学:数字媒体艺术本性》(中国广播电视出版社,2006)、李四达编著《数字媒体艺术概论》(清华大学出版

社, 2006)和《数字媒体艺术史》(清华大学出版社, 2008)、张燕翔《当代科技艺术》(科学出版社, 2007)、马晓翔《新媒体艺术透视》(南京大学出版社, 2008)、石恒利等《网络艺术教育》(人民出版社, 2008)等, 但所用的篇幅很有限。从产业角度多少触及新媒体动画的有王冀中《动画产业经营与管理》(中国传媒大学出版社, 2006)、谭玲《动漫产业》(四川大学出版社, 2006)、李新科《中国游戏产业突围》(朝华出版社, 2006)、李思屈等《中国数字娱乐产业发展战略研究》(社会科学文献出版社, 2007)、信息产业部软件与集成电路促进中心等《游戏运营与管理》(电子工业出版社, 2007)、邓林《世界动漫产业发展概论》(上海交通大学出版社, 2008)、许强《互动休闲软件创意产业》(东方出版中心, 2009)、彭玲《动画创意产业》(东方出版中心, 2009)等著作。笔者 2009 年 5 月 14 日对中国期刊网的检索, 只发现以“网络动画”为题的文章 17 篇, 以“网络动漫”为题的文章 4 篇, 内容分布在评介、技术、版权、教学应用、商业应用、电视应用等方面; 以“手机动画”为题的 1 篇, 以“手机动漫”为题的 19 篇, 内容主要是市场分析和运营模式研究; 以“虚拟现实动画”为题的 1 篇, 是有关技术的。同日对中国国家图书馆检索, 发现以“网络动画”为题的书籍 23 部, 以“手机动画”为题的书籍 1 部, 以“手机游戏”为题的书籍 31 种, 都是技术性的; 以“手机动漫游戏”为题的著作 6 种, 都是设计教程。此外, 还发现以“网络动漫”为题的作品 4 种。笔者对中国期刊网和中国图书馆所做的检索发现有 1675 篇文章、188 本书籍研究网络游戏, 研究角度多样, 涉及技术、法律、经济、教育、艺术等领域, 比较热门。

根据笔者在《传播心理学》(厦门大学出版社, 2007)等著作中所提出的传播原理, 我们可以从下述 9 个角度阐述新媒体革命对动画产业转型的影响: (1)动画创作不再仅仅是动画师的特长, 而是逐渐成为各界人士用于展现自我、彼此沟通的基本技能。网络上恒河沙数的个人主页、博客和网站已经成为动画的快乐家园。成功的动画师所需要的条件也不仅仅是特定的技能, 而是比较全面的素养。普通动画已经逐渐简单到只凭个人力量就能完成, 大手笔动画则复杂到耗资数亿美元、需要跨国团队才能承担的地步。(2)动画应用日益广泛, 相关需求来自各个领域, 如建筑业、商

业、航空航天业等。在这样的背景下, 泛动画产业的发展是社会各界合力推动所致。虽然影视动画以其生动的情节、高超的技巧而显得最为抢眼, 但它们毕竟不能代表动画的一切类型。如果我国所培养的数十万动画专业学生都去开发影视动画, 那好比千军万马挤独木桥; 如果我们意识到动画需求的多样性, 那么, 培养和就业思路无疑可以大为拓宽。(3)由于互联网、手机等新媒体的广泛应用, 动画生产者与动画消费者之间的中介环节已经大为减少, 把关人的作用大为减弱, 角色转化大为容易, 彼此互动大为便利。(4)动画传播拥有越来越多的载体, 这些载体在数字化进程中又具备相互融合的可能性。因此, 动画开发日益需要具备“全媒体”、“大平台”的眼光。(5)动画题材日趋广泛, 遍及社会生活的方方面面。原创动画已经将触角伸到社会生活各个领域, 改编动画在小说、电影之外还将颇有市场的视频游戏等作为取材来源。由于获得日新月异的信息技术的支持, 动画已经成为人类历史上最富有表现力的媒体之一。由于文化研究的影响、衍生产品的流行等原因, 人们对于动画的视野大为拓展。(6)由于信息共享成为草根阶层的强烈意愿、后现代主义流行、复制技术发达等原因, 戏仿、恶搞、未经授权而对作品进行再加工等现象相当普遍, 动画经典、动画品牌面临挑战。(7)动画技巧日益引人入胜。它不仅是面向儿童的启蒙工具, 而且是老少咸宜的交流手段。相关艺术领域的经验, 动画完全都可以借鉴。不仅如此, 动画还以自己的实践提供交互性叙事的新鲜经验、下意识或无意识的深度探索、跨文化沟通的成功个案。(8)动画已经不仅仅是一种媒体、一种艺术或一种表现手段, 而是趋向于成为我们可以居于斯、乐于斯的环境。在和混合现实等高科技结合的过程中, 动画获得了前所未有的活力, 它环绕着我们, 跟随着我们, 成为我们生活环境、工作环境的一部分, 无处不在, 亦幻亦真。在这样的情况下, 我们一方面需要有法兰克福学派那样的理智和批判力, 另一方面需要有大导演卢卡斯 (George Lucas)、虚拟现实开拓者克鲁格 (Myron Kueger) 那样因势利导的才能和驾驭力。(9)动画产业的发展已经不完全是企业界的自发行为, 也不完全为市场所左右, 而是不少国家的政府所精心规划、大力推动的。这种趋势在金融危机爆发之前已经表现出来, 今后还将持续下

去。

人的基本需要由其在进化树上所处的地位决定,包括由低到高6个层次,即生存性需要、生理性需要、信息性需要、心理性需要、实践性需要和成就性需要。由上述需要出发所进行的交往在微观上分别是行为制约、物质交换、经验交流、情感联络、人格归属和成就评价。艺术活动同一切形式的人类劳动一样,都由一定的人员进行,拥有一定的物质条件,了解一定的信息,有一定的需求为动力,创造一定的产品,取得一定的效果。作为人类劳动的特殊形式,艺术活动所不可或缺的人员、物质、信息、动力、产品和效益,便是艺术人员、艺术材料、艺术经验、艺术需求、艺术作品、艺术成就。艺术活动又是在一定社会条件下进行的,社会条件对艺术活动的制约性表现在:艺术人员是由艺术领导管理的,艺术材料是由艺术流通调配的,艺术经验是由艺术扶植传授的,艺术需求是由艺术接受保障的,艺术作品是由艺术生产提供的,艺术成就是由艺术评估实现的。对于泛动画产业来说,上述6个基本环节就是泛动画领导、泛动画流通、泛动画扶植、泛动画接受、泛动画生产与泛动画评估。我们将“文化软实力”理解为由文化决策、文化价值、文化内涵、文化氛围、文化导向和文化标准构成的体系。在这一体系中,文化决策旨在为文化发展选择基本的定位,文化价值指的是特定活动与文化发展之需要的关系,文化内涵意为特定活动所体现的人类精神或思想观念,文化氛围指凝聚于社会心理、生活习惯中的气氛与情调,文化导向是指社会意识中的某种追求,文化标准则是为特定群体成员所普遍奉行的准则。文化软实力的运用不是立足于压制、控制,而是强调吸引、感染,以理服人,以情动人,循循善诱。文化软实力的提升,具体化为制定文化决策、建构文化价值、赋予文化内涵、造就文化氛围、形成文化导向与运用文化标准等活动。综合以上思路可以发现,泛动画产业具备以下6个基本特征:将动画领导纳入文化发展战略,将动画流通当成扩大文化影响的重要途径,将动画扶植当成提高国民文化素养的重要方法,将动画接受当成促进文化交流的重要渠道,将动画生产当成实现文化创新的重要保证,将动画评估当成提高文化品味的重要举措。

在对上述特征加以阐述时,可以采取以下6

种做法:(1)着眼泛动画产业领导的文化决策,分析泛动画产业发展的文化背景,包括前冷战时期的文化风云(1914年-1946年)、冷战时期的文化分野(1947年-1991年)和后冷战时期的文化趋势(1992年-);从企业、国家和超国家共同体三个层面阐述泛动画产业振兴的文化战略;考察泛动画产业管理的文化态势,包括基本格局、政府主管部门和相关部门所起的作用;(2)着眼泛动画流通的文化价值,考察泛动画媒体与文化实力的关系,剖析泛动画技术与媒体变迁、新媒体革命与动画业转型的联系,论证泛动画作为媒体的功能;考察泛动画市场与文化营销的关系,所取的角度有文化增殖、文化细分、文化整合等;考察泛动画传播与文化安全的关系,所取的角度有文化导向、文化制度、文化越轨等;(3)着眼“泛动画扶植的文化内涵”,分析泛动画人才的文化素养,阐明社会对泛动画人才文化素养的要求、泛动画人才对大众文化素养的奉献、提高泛动画人才文化素养的途径;分析泛动画教育的文化视野,论述泛动画教育的由来、理念、措施;考察泛动画企业的文化建设,解剖泛动画企业的文化构成、文化精神和文化工程;(4)着眼泛动画接受的文化氛围,考察泛动画阐释与文化理论,论述泛动画阐释与文化载体、文化语境、文化功能的关系;考察泛动画节庆与文化交流,分析泛动画节庆的文化渊源、文化特性与文化活动;考察泛动画分级与文化管理,论述泛动画分级与文化生态、文化借鉴、文化变迁的关系;(5)着眼泛动画生产的文化导向,考察泛动画思维的文化定位,阐明泛动画思维的文化渊源、文化特性与文化特质;分析泛动画形象的文化意蕴,阐述泛动画形象与文化寓托、文化创新、文化生成的关系;考察泛动画产品的文化依托,分析泛动画产品与文化企业、文化融资、文化保护的关系。(6)着眼泛动画评估的文化标准,考察泛动画评估与文化身份的关系,说明文化身份的由来、构成及影响;分析泛动画的文化价值,包括泛动画作为文化产品相对于社会需要的价值、泛动画作为特定客体相对于文化自身需要的价值、泛动画作为文化映像所反映的价值关系;从发生学、逻辑学与历史学的角度阐述泛动画的文化尺度。

从理论上说,“泛动画”、“泛动画产业”都是外延和内涵有待探讨的新范畴,从文化的角度对它们的系统论述只有在整体考察的基础上才能进

行。与此相适应, 我们有必要将泛动画产业的建设当成系统工程来加以研究。从以上论述我们发现, 泛动画产业研究目标包括以下两方面: 在理论上, 将“泛动画产业”作为核心范畴加以探索, 阐述传统动画产业在新媒体革命推动下向泛动画产业转型的意义, 剖析与泛动画产业相应的泛动画领导、泛动画流通、泛动画扶植、泛动画接受、泛动画生产和泛动画评估的意义, 建立相对完整的泛动画产业分析框架。在实践中, 将通过发展泛动画产业提升国家文化软实力、利用国家文化软实力加速泛动画产业发展的双向作用作为关注重点之一。所谓“文化软实力”, 并不只是制造文化产品的能力, 而且包括创造价值理念的能力、形成文化符号的能力、提供文化成果的能力、传播文化信息的能力。正因为如此, 有必要重视如下问题: (1) 加强我国动画业的整体规划, 将体现中华民族核心价值观、符合我国文化发展战略的理念通过教

材、论著、课程等形式贯穿到院校人才培养、企业文化建设、消费观念引导等各个层次, 进而对我国文化发展起推动作用; (2) 促进国际文化交流, 开拓共同文化市场, 在运用动画形式保护与展现文化遗产方面形成合作机制, 使之成为密切各国文化联系的重要纽带, 并为世界文化繁荣做出贡献; (3) 将动画业的成果与塑造我国 (特别是重点城市) 的国际形象有机结合起来, 使之成为提高文化竞争力的重要途径。

参考文献:

- [1] Greene Rachel Internet Art [M]. London: Thames & Hudson World of Art 2004.
- [2] Mark Tribe Reena Jana, Uta Grosenick New Media Art [M]. Köln: Taschen, 2007.
- [3] Stallabrass Julian. The Online Clash of Culture and Commerce [M]. Milbank London: Tate Publishing 2003.

A New Approach to Study Pan-Animation Industry

HUANG Ming-fen

(Chinese Department, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract Being promoted by new media revolution, traditional animation industry is moving to pan-animation industry led by new media animation, which becomes an integral part of cultural soft power of countries all over the world. There are three academic approaches to study pan-animation industry: historical examination on the relation and differences between it and traditional animation industry; axiological examination on the way to enhance its own cultural soft power; on the role to develop animation industry with a country's cultural soft power on the one hand and on the contribution to strengthen a country's cultural soft power; practical examination on the influence of new media revolution on the transformation of animation industry from the viewpoint of communication factors and on the basic features and key points of animation industry in terms of theory of needs.

Key words pan-animation; cultural industry; new media