

泛娱乐时代 动漫创意人才培养

FANYULE SHIDAI DONGMAN CHUANGYI RENCAI PEIYANG

马中文 著

SPM 南方出版传媒

全国优秀出版社
全国百佳图书出版单位

广东教育出版社

泛娱乐时代 动漫创意人才培养

CHINA ANIMATION EDUCATION IN THE AGE OF泛娱乐时代

王宇 著

清华大学出版社
Tsinghua University Press

泛娱乐时代 动漫创意人才培养

FANYULEE SHIDAI | DONGMAN CHUANGYI | RENCAI PEIYANG

马中文 著

SPM 南方出版传媒

全国优秀出版社
全国百佳图书出版单位



广东教育出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

泛娱乐时代动漫创意人才培养 / 马中文著. —广州:
广东教育出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5548-1804-6

I. ①泛… II. ①马… III. ①动画片—产业发展—
人才培养—研究—中国 IV. ①J954

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第127560号

责任编辑: 黎 雷 熊全慧 谢慧瑜

责任技编: 佟长缨 刘莉敏

装帧设计: 何 维

广东教育出版社出版发行

(广州市环市东路472号12-15楼)

邮政编码: 510075

网址: <http://www.gjs.cn>

广东新华发行集团股份有限公司经销

佛山市浩文彩色印刷有限公司印刷

(佛山市南海区狮山科技工业园A区)

787毫米×1092毫米 16开本 13印张 260 000字

2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷

印数1-3 000册

ISBN 978-7-5548-1804-6

定价: 40.00元

质量监督电话: 020-87613102 邮箱: gjs-quality@gdpg.com.cn

购书咨询电话: 020-87615809

缘起困惑
所以想写这本书

思考实践
所以敢写这本书

相信希望
所以写了这本书

缘起困惑

对泛娱乐时代的困惑

“泛娱乐”一词，自2011年被国内某巨头网络公司提出之后，便迅速蔓延并成为网络的热搜词汇。在这个信息高速同质化的时代，谁都害怕没跟上所谓的大趋势，各种文章、新闻、公司发展计划甚至政府文件中，均有“泛娱乐”三个字的身影。那么，到底什么是“泛娱乐”，而泛娱乐时代的降临，又会对人类社会的政治经济、文化生活、产业结构、人才培养等方面带来怎样的影响？

自1995年中国民用互联网开通以来，短短二十多年来互联网在中国迅速普及，而与智能手机一起到来的移动网络更带来了中国娱乐模式的整合与革新。腾讯公司副总裁程武于2011年7月8日在上海举行的由国家文化部、上海市人民政府主办的中国动画电影发展高峰论坛上首次提出“泛娱乐”一词，“即基于互联网与移动互联网的多领域共生，打造明星IP^①（Intellectual Property，知识产权）的粉丝经济”。虽然泛娱乐化所带来的社会影响仍受争议，但随着国家文化部《2013中国网络游戏

^① IP，Intellectual Property的缩写，原意为知识产权，在泛娱乐语境下，IP可以是一个角色形象、一个故事甚至一个概念，IP需以文学、动漫、旅游、影视等文化产品呈现。

市场年度报告》^①、国家新闻出版广电总局主管的GPC《2014年中国游戏产业报告》^②等中央部委的行业报告陆续收录并肯定“泛娱乐”这一概念，除腾讯外，小米、360等各大互联网巨头企业也纷纷将“泛娱乐”作为公司核心战略加以大力发展，在2015年“泛娱乐”已被业界公认为“互联网发展八大趋势之一”。2017年3月7日，中国国际互动娱乐大会（以下简称“CIGC”）在广州召开，会上，国家工信部信息中心发布了《2017年中国泛娱乐产业白皮书》^③，白皮书在前言中指出了泛娱乐产业“是我国网络强国建设和社会主义发展繁荣的标志性成果”“意义重大，值得深入研究发掘”。而今，泛娱乐所带来的一系列产品已经成为网络核心用户生活中不可或缺的重要部分，并且不断扩大其影响力。

“泛娱乐时代”是一个极具积极意义的新名词，它还代表着多个新时代的发展成果，包括移动互联网时代、智能手机时代、数字娱乐时代、多屏互动时代、虚拟现实时代，等等。它以建立IP为核心，以全新的方式连接内容生产者与全球用户，通过树立明星品牌，把消费者从简单的产品消费转移向一种“有温度”的情感性消费。或者说，这就是感性设计的深度发展。曾经，我们以添加“情感”来刺激消费者购买某种产品或服务，其消费目标依然是产品或者服务本身，这类需求都是很容易被满足与饱和的。而泛娱乐时代，内容生产者依据大数据分析，把消费者的情感需求转化成不同的用户组，以满足人们对更好生活质量的追求。面对人类社会高速发展所带来的生活压力、心灵空虚等负面情绪的产生甚至不断扩大，更需要利用泛媒体文化战略来营造出极易被认同的氛围，再转化为刺激消费的“情感”产品，诱导消费者购买虚拟的“情感满足”，而这些用来填补所谓的情感缺失的消

① 文化部官网：《2013中国网络游戏市场年度报告》中提及“游戏业的‘泛娱乐’文化概念逐渐形成”，<http://www.mcprc.gov.cn> 2014年4月11日发布。

② 国家新闻出版广电总局主管的中国音数协游戏工委（GPC）：《2014年中国游戏产业报告（摘要版）》中提及“腾讯等‘泛娱乐’战略盘活游戏与其他文化产业融合发展”。

③ 国家工信部信息中心官网：《2017年中国泛娱乐产业白皮书》，<http://www.xxzx.miit.gov.cn> 2017年3月7日发布。



费，是永远不会饱和的，因为人类的需求本来就没有实体界限，更不用说还有无数的策划在不断发掘，以填补人们内心的缺憾。

不仅如此，泛娱乐时代还带来了社会的价值观以及评价体系的改变。大量网民通过网络媒介进行极其“自由”的交流和表达，“中国式喷子”“键盘侠”等形容此类网民的新名词已经人尽皆知。网络时代让每一个人都可以成为评价者，而这些评价内容，也正被网络的大数据收录并计算，分析出属于中国泛娱乐时代的价值观，这都将影响着媒体创意作品的设计与发展。我并不认为真理一定掌握在少数人手中，人类的思想史本来就是一个不断推翻常理的过程。但是，大众都以一种无须负责的、娱乐的心态来进行评价，并且这些评价因素还会被转化为新一轮的文化产品进入社会，通过泛娱乐产品铺天盖地地进入国民的生活，影响着未来社会的价值观走向，这种现象值得我们警惕。

泛娱乐时代在为社会经济带来效益、为科技发展带来推进的同时，还会为社会带来怎样的影响呢？我们如何在这个泛娱乐的时代里真正地把握好方向，更好地利用娱乐的功能为社会主义社会的高速发展服务呢？

对动漫行业发展的困惑

“动漫”一词起源于华人地区，1998年随着中国首家动漫资讯杂志《动漫时代》的发行，被正式引入中国内地，当时指的是动画与漫画的合称^①。随着科技的迅速发展和动漫产业的不断扩大，“动漫”这一新名词在不到二十年间已经从单纯的动画与漫画的缩写，逐步发展成流行文化创意产业的代名词。泛动画、泛动漫的概念

^① 也有一说是“动漫”原为会动的漫画，后来被误传才逐步变成动画与漫画的合称。

也随之而来。如今的动漫行业已经涵盖动画、漫画、文学、影视、游戏、广告、音乐、戏剧等，动漫衍生品也从单纯的实体产品扩大至各种虚拟产品，动漫文化随着智能移动端的发展已全面融入泛娱乐生态链的各个环节中。然而，正因为动漫行业的快速发展，行业的覆盖面越大，其发展方向便越来越复杂，泛娱乐时代在给动漫行业带来更多机遇的同时，其错综复杂的关系纽带也给整个动漫行业提出了全新的挑战。

中国的漫画源远流长，中国的动画始于1926年^①，中国的动漫史起步和世界动漫史起步时间相近，其发展却一波三折：位列世界电影史上第四部动画艺术片的《铁扇公主》^②，芭蕉扇扫不走战争的硝烟；20世纪60年代曾惊艳世界甚至刺激了日本动画发展的《大闹天宫》^③，齐天大圣却碰上了“文化大革命”被赶回“西天”念经去了；“文革”期间仅有的几部动画片，神奇地让本来仅属于电影艺术手法之一的动画片，变成了给小朋友看的作品类别；80年代的中国动画片进入了多产时代，但是这期间的作品既没有太多的创新，也没有跟上世界动画技术的发展，导致后期国外动画片大量涌入中国之时，美日动漫便迅速占据了国人的视线，至今仍占有巨大的市场份额。来自日本的典型日系美少年、美少女动漫形象和来自美国超级英雄动漫、迪士尼卡通形象，至今依然影响着中国青少年与儿童对动漫艺术的审美情趣，甚至导致国产动漫作品一度进入一种不伦不类的艺术造型阶段。幸而这个情况在近年得以改善，这除了因为国内动漫行业制作技术的提升外，更得益于全球性的动漫造型审美趣味同质化的发展。

中国动画虽然早在20世纪30年代便开始起步，但并未形成产业链，中国的动漫产业其实是由替美日动漫品牌的代加工产业开始逐步形成的。一方面，以代加工企业为主要资本来源的中国动漫行业，自然缺乏原创动力；而另一方面，内地的动漫翻

① 中国首个动画作品《大闹画室》，于1926年由万氏兄弟制作，长城画片公司出品。

② 《铁扇公主》，1941年由万氏兄弟与中国联合影业公司制作的一部近80分钟的动画片。

③ 《大闹天宫》，1964年由万籁鸣、唐澄联合执导，上海美术电影制片厂制作。



版行业曾经在一段时间内大行其道，赚取了大笔资金，这些资金后来也流入了原创动漫市场，但版权意识的缺乏是原创动漫滞后的根本原因，同时风险资本投入对利润的追求，亦难以真正支持中国的原创动漫创作群体良性发展。民间的动漫文化交流发展也较晚，内地最早的动漫文化交流活动始于20世纪90年代的广州。自2004年国家广电总局印发《关于发展我国影视动画产业的若干意见》，以及2006年国务院办公厅转发财政部等部门《关于推动我国动漫产业发展若干意见》之后，各地大型的动漫会展才逐步开展，动漫行业也进入了一个看似美好的探索发展期。各地方政府虽对动漫产业发展与支持的 policy 不断，但并没有看到茁壮成长的雨后春笋，反而夭折了不少。这其中的原因很多，而动漫人才培养没跟上行业发展需求便是其中重要的因素之一。

在泛娱乐时代下，大量商业巨头的加入，内容生产者的结构变更，产业覆盖面的增大，用户群体的拓展，均使动漫文化生态圈变得更加复杂。中国动漫产业的资本导向情况越来越严重，即使有再好的作品，有充满理想的创作团队，均敌不过资金断链带来的惨痛结局。曾经有一位尝试做独立游戏的80后游戏设计师说过一句让我深有感触的话：“我差点忘记了，在梦想和面包之间，大家都是需要面包的。”在动漫行业的市场发展需求与动漫创作人的艺术梦想之间，存在着永久的纠结与拉锯战。

对动漫创意人才的困惑

“创意人才”一词经常被人们提起，政府、新闻、行业、学术界对创意人才无不向往，谁都知道我们需要更多的创意人才。然而，什么是创意？什么是人才？怎样的人才是创意人才？这是一个听起来简单却不容易说明的问题。

首先，关于人才的概念便十分复杂，且具有相对性。“人才”一词自古便有，从古代的“三才之道”，到如今网络词典百度百科中的有专业能力且能创造价值的人，人才的定义看起来并不复杂。但奇怪的是，当需要把“人才”这个词放到某个具体的工作、行业或个体之上的时候，不同的人却总有不同的看法，似乎每个人都会从不同的角度去判断一个人是否是自己心目中的人才。不仅如此，随着时代的变化，人们对人才的期望也不一样，正如战乱时期的人们期盼智勇双全的将才，而和平时期则是文人墨客更受追捧。或者说，人才的概念虽不复杂，复杂的是关于人才标准的衡量问题。

作为一名“海归”，经常有人问我各种名词的英文翻译，当被问及“人才”这一热门的名词时，我还真的很难找出一个等同于中文“人才”的英语单词来，最接近的可能是“Talented（有才能的）”。然而，我们都应该明白一个道理，人才必定是一个有某方面才能的人，而有才能的人却不一定是人才，例如希德勒。

国内学界对于人才的研究自20世纪70年代逐步展开，中国人才研究会于1981年成立；1977年，邓小平提出“尊重知识，尊重人才”的观点；1978年《人才学报》创办，中国人才研究会于1981年成立；1992年，人才学正式成为一个三级学科。“人才学”在中国仍是一门新兴学科，其源于新中国对社会经济发展的需求，这对“人才学”的研究产生了方向性的影响。而西方学术界中接近的应该是同样形成于70年代的关于人力资源开发与组织效能研究的“人才管理（Talent Management）”。

时至今日，国内对于人才的研究已不断拓展，对于人才的概念、培养的目标、管理、开发等研究也更加多样化和细致化。过去所谓的国家人才标准^①早已过时，新的国家人才标准却迟迟未出台，党的十六大更提出了对劳动、知识、人才和创造的尊重。唯学历或职称等级论人才的时代已经过去，各行各业也根据自身的需求探索着有行业特色的人才期望。随着人民生活水平的不断提高，开始追求精神满足的人

① 1982年，我国曾经确立的人才标准为“具有中专以上学历和初级以上职称的人员”。



们也对人才的概念有了自己的想法，并且通过各种形式参与到人才的评价体系中。鉴于人才的概念本身便具有复杂性和相对性，而且与时代发展变化息息相关。关于人才的标准，我个人并不赞成去制订，而如果必须划定一些条框，也必须根据不同领域、不同专业的情况，并随着时代的发展同步更新。

随着科技的发展，体力型、知识型人才逐步被机器所取代，创意型人才被誉为人类未来的领衔者。那么，什么是创意人才呢？其实，在目前关于人才的主流理解下，人才都是有创造性的，创意人才和人才本质上应该没什么区别，只是其在艺术与设计领域的高频使用让不少人把创意人才和艺术设计人才关联在一起而已。创意人才本身并无行业限制，任何一个岗位的人，甚至从某种意义上说，任何一个人都可能是创意人才。

因此，我们可以直接跳到下一个问题，什么是动漫创意人才呢？尽管人才的概念本身便有着复杂性与相对性，我们还是需要去探索什么是动漫创意人才。至少我们需要知道，泛娱乐时代之下，在动漫行业迎来了巨大的机遇与挑战的同时，社会、行业对动漫创意人才的期望会产生什么转变？动漫专业知识所涉及的内容会产生什么更改？动漫相关的专业技能要求会产生什么改变？泛娱乐时代所带来的观念改变是否会影响动漫创意作品的评价？而动漫创意人才的培养机构以及培养者是否足够了解这种变化？是否已经准备好迎接这个新的挑战？这些都是我所关心并展开研究的问题。

对动漫人才培养的困惑

人才培养是人类最特别的一种社会活动，是人类发展最重要的议题。地球上大多数的生物都有“学习”能力，但只有人类会有组织、有目的、有层次且有针对性

地进行人才培养，这和人类社会文化的形成息息相关。史前人类的教育只为谋求生存，从模仿与口传时代走到文字时代，我们可以把这个时代的教育理解为把劳动力资源提升为人力资源的过程。而随着人类社会结构逐步形成，人与人之间存在管理与被管理的关系，人类的教育则需要想办法把部分人力资源进一步提升为人才资源，才能更有效地引领人类发展，人才培养便由此而来。

人才培养源于教育，高于教育，在人类历史中发展悠久。从孔夫子“有教无类”地推广普及教育，到科举制度下千万莘莘学子为“一登龙门”而寒窗苦读，人才培养在中国走过了几千年，儒家思想一度占据主导地位。虽然历史的碎片并不足以拼凑出儒学成立之初的本貌，儒学主导下的中国传统人才培养理念与模式，确实被封建社会的各种积压矛盾不断迫至边缘。我不打算评价儒学对于人才培养的影响到底如何，因为这根本是个悬案。但从唐宋八大家均为进士出身到明清时期著名的文人墨客均失意科场，唯考试论的人才选拔方式逐步蚕食统治阶层的管理体制，封建王朝最终断送列强之手等历史现实，这与明清时期过于固化的应试式人才培养模式不无关系。但是，我们必须承认的是，为考试论的人才选拔方式是人类发展的一个阶段，应试教育在一段时期曾经为人才培养做出过贡献，后来应试教育不适宜了，那仅仅是因为人类的进步又发展到下一个阶段了。与应试教育相对应的素质教育，其本身和应试教育也应该是相辅相成的。时代不断发展，因此也没有不变的文化。思想学派如此，人才培养也如此。如何让人才培养适应时代的变化，才是我们应该思考的问题。

人类社会发展至今，仍需依赖考试成绩、学历高低等作为人才选拔的参考标准，这必然导致人才培养和应试教育挂钩，在人口众多的东亚国家，这种情况尤其明显。当然，随着时代的发展，人才选拔的形式终会再度改变，而人才培养也需随之改变。泛娱乐时代的来临，为动漫创意人才带来了新的成才方式。动漫创意人才的培养也需因势而变，以适应时代的变革与发展。那么，我们需要做出怎么样的改变呢？



如果说能否进行创造性劳动是人才的核心，那专业知识和专门技能则是人才的基础，根据不同的专业领域，人才培养自然也有所差异。但动漫所涉及的知识与技能本来就很广泛，泛娱乐时代的动漫创意人才所涉及的专业知识成倍增长，技术也高速地更新换代，这为动漫人才的培养增添了许多新的挑战。不仅在知识与技能层面上“能”的培养很重要，而且“德”的培养问题也更为紧迫。泛娱乐时代下所有创作人都有机会或有可能“一鸣惊人”，同时带来了浮躁激进的心态，各种文化运营团队应运而生，各种套路推广让本以复杂的动漫人才培养暗潮汹涌。倘若清流难存，又何谈教书育人？

面对这些变化，维持现状肯定是不合时宜的，否则动漫专业也不会在十年间从朝阳专业变为“红灯专业”。那么，到底我们的动漫人才培养遇到了哪些问题？教育机构与教学者应该如何应对？人才培养的改革是必然的，但是又应该怎么去改呢？如果要进一步细分人才类型培养，那又该怎么分才合理且有效？如果需要退一步回归教育本质，培养人才的基础竞争力，那又如何保障学生的就业问题呢？要是根据行业需求改变培养策略，那动漫行业对人才的需求是统一且合理的吗？如果要调整专业知识与技能教学的比例，该怎样调整才能符合各种不同的需求？如果要改变课程内容结构提高适应性，又该如何预测哪些内容才是未来人才最需要的？如果要改变教学团队的建设和发展方向，在体制内的高校与教学团队实际面对的问题又都有哪些？又或者，是否有更为灵活多样的方式适应泛娱乐时代的动漫人才培养？这些也是我一直致力于思考与研究的问题。

目 录

第一章 动漫文化的发展与影响 / 1

- 第1节 动漫文化萌芽期，是艺术，是工学，也是商业 / 2
- 第2节 从艺术创作到娱乐产业，动漫文化逐渐形成 / 17
- 第3节 走进电脑时代，动漫文化的差异化发展 / 30

第二章 泛娱乐时代对动漫产业的影响 / 41

- 第1节 动漫文化和泛动漫生态圈的变化 / 42
- 第2节 动漫行业结构的变化 / 53

第三章 泛娱乐时代动漫创意人才的需求 / 67

- 第1节 各界人士对动漫创意人才的见解 / 67
- 第2节 对动漫创意人才专业技术的需求 / 75
- 第3节 对动漫创意人才跨界知识的需求 / 86
- 第4节 对动漫创意人才适应能力的需求 / 88

第四章 影响泛娱乐时代动漫创意人才培养的因素 / 92

- 第1节 从创意到创造看动漫创意人才培养 / 92
- 第2节 从人格特质看动漫创意人才培养 / 97

- 第3节 从智力因素看动漫创意人才培养 / 103
- 第4节 从专业素质看动漫创意人才培养 / 109
- 第5节 从其他影响因素看动漫创意人才培养 / 125

→ 第五章 对泛娱乐时代动漫创意人才培养的思考 / 133

- 第1节 从现阶段高教的难题对人才培养的思考 / 133
- 第2节 从艺术与设计的差异对人才培养的思考 / 145

→ 第六章 泛娱乐时代动漫创意人才培养的理念与实践 / 156

- 第1节 培养适应未来的动漫跨界人才 / 156
- 第2节 动漫创意人才培养的教学模式讨论 / 160
- 第3节 引入基于协同创新理念的校企合作平台 / 168
- 第4节 高校课程改革的实践探索 / 176

→ 后记 / 189

动漫文化的发展与影响

泛娱乐和动漫之间的关系可谓千丝万缕。从广义的泛动漫生态圈来说，泛娱乐时代的核心内容——产品，如游戏、动漫、文学、影视等可供互动娱乐的文化创意产品，均属于动漫创意品。是否可以把泛娱乐时代理解为动漫行业磅礴发展的产物呢？很可惜这只是个美丽的误会。泛娱乐时代到来的支撑力是社会和科技的发展，推动力则是巨头企业和资本向导。国内的动漫行业因为各种原因一直跌宕发展，而当腾讯率先提出“泛娱乐时代”这个概念的时候，曾有不少人认为动漫行业的黄金时代又将来临。如果仅从各行各业对动漫作品、动漫人才需求的上升来看，确实可以这么理解。但泛娱乐时代并非因为动漫行业的发展而来，反之，动漫行业将受到泛娱乐产业发展的巨大冲击，从而发生作品表现形式、视觉呈现、内容设计、行业结构乃至人才需求上的转变。

本章根据动漫文化主要的构成内容，动画、漫画、游戏以及其他动漫文化生态圈中的产品、衍生行业的发展历史，揭示其与社会发展、科学技术、文化建设、市场竞争之间千丝万缕的依存关系。在动漫发展史上，有着无数的先驱探索者，他们是最早的动漫创意人才，其中有艺术家、科学家，也有能工巧匠。那些能在动漫史上建起一座又一座里程碑的创造者们，既有科学家中的艺术家，也有艺术家中的科学家。他们发现或者发明，并应用到动漫创作中，他们多数处于某种新型动漫艺术