



动漫：炙热之外的博弈

Animation: Chess Mind Beyond Seething Industry

◎罗力 Luo Li

李芳（以下简称“李”）：现在，动漫可以说是21世纪最具发展潜力的朝阳产业，它的上升势头相当火爆。我们耳濡目染的一些动漫形象大都来自于欧美、日本，像米老鼠、加菲猫、哆啦A梦、Hello Kitty等等。我们可以如数家珍地说出很多这样的名字，也会经常看到相关衍生产品的问世。换个角度看，这也凸现出欧美、日本的动漫产业到今天已经发展得相当成熟了。那么请您谈一下，与他们相比我国的动漫产业还存在着哪些差距，是否依旧有一些症结阻滞着我们动漫产业的发展？

罗力（四川美术学院常务副院长兼影视动画学院院长，以下简称“罗”）：最早在欧美兴起的动画是比较单纯地作为影视作品的独特艺术形式或艺术门类，它的经济效益主要来源于票房和收视率所产生的效益，并且更强调艺术性，因此创作出了一大批艺术价值很高的动漫作品。之后便利用动画作品的影响力，推动了以动画作品为基础的周边产品的开发，从而使动画作品的经济效益最大化。但是日本不一样，日本对发展动漫产业的长远商业目的远远超出动漫产品本身。他们不仅看到了动漫产业的自身经济价值，还在一开始就认识到了动漫作为文化产业所形成的文化影响力对一代人价值观和消费观的影响作用，所以即

便日本的动漫产业起步较晚，但发展速度非常快。可以说，日本就是通过动漫文化推广的手段来培育他们新的经济消费群体。我们年轻时看到的铁臂阿童木、日立宝宝等日本动漫形象，实际上就是一个企业或品牌的形象推广。

谈到动漫产业的“火爆”，我想应该指的是中国。21世纪被人们称为是“图像时代”，图像作为信息交流与传播的一种新方式并成为了主流信息媒介，动漫产品作为图像媒介之一，肯定会有一个比较大的发展空间。图像信息的发展涉及了比较宽的领域，包括了印刷、网络、影视等媒介，动漫只是其中之一，在欧美、日本等一些发达国家，图像媒介之间的发展应该还是比较平衡的，是按市场基本规律发展的。而我们国家的动漫产业原来几乎是“空白”，要大力扶持我国动漫产业的发展必然有一个“热”的过程。以前我们对动漫产业的认识是非常片面的，仅仅把它作为少儿文娱生活的需求，自己的作品不足，采取了大量引进国外动漫产品的措施。而现在才发现在引进动漫产品的同时，也引进了别人的文化价值观和经济消费观念，帮别人培育了一个庞大的经济消费群体。近两年我们国家重视和扶持动漫产业的发展，我认为绝不仅仅是意识形态的考虑，更重要的是经济利

益的考量。

李：那么，您是怎样看待这种过热的现象呢？

罗：目前动漫的发展确实很热，我认为这种“热”是政府为动漫产业长远发展创造的一个机遇，不管是动漫企业还是整个行业都面临的前所未有的机遇。虽然，重庆创意产业的基础比较薄弱，各行业对创意产业的认知还不足，但市政府大力给予创意产业的政策支持和经济扶持。在这种情况下，市政府看好我校的视美动画基地并给予了高度重视，对于我校影视动画学院、动画专业的建设和发展而言，是一个难得的契机。

2005年底，重庆广电集团与美院联合组建了视美动画公司并将动画制作基地设在美院，广电集团还给予了按照成本比例进行扶持的优厚条件，使我们在基地建成后的短短两个多月就实现了原创动画作品在电视频道播出。现在已创作了200多集动画节目，如果没有这个机遇是根本不可能的。视美动画第一步靠扶持政策能保住成本运行；第二步靠扩大节目的播放渠道，可以有一点小小的收益；第三步就需要塑造一些成功的动漫形象来带动动画相关产品的开发，将初步形成动漫产业的基本架构。只有这样才能具备一个自身长远发展的基础。

李：就像您刚才所讲的，现在是动漫产业发展的很好时机。那么，当初我们是从哪些方面考虑来建立视美动画基地的？在为学生提供就业机会或者缓解就业压力方面，我们又是如何具体规划和实施的？

罗：其实，建立基地的初衷是想利用影视行业的社会资源，促进我院动画专业的教学建设，为实践教学提供平台。当时，动画专业处在具有良好的发展势头，但整体上教师的知识背景比较单一，缺乏动画创作实践能力和对行业标准的了解，我们迫切希望搭建一个能够使行业的专家介入教学，能够让教师按行业标准进行实践的平台，这是第一个层面的思考。

影视动画学院周宗凯副院长一贯主张培养专业人才必须了解对应行业的规范、懂得行业技术标准、具有行业的实操能力。这种提法符合当代教育思想。还有，课堂教学与行业的项目操作是不同的，比如本科的课堂教学是要培养学生某一专业领域的基础知识、基本素质和创意思维的能力，而行业的项目操作能力必须是在真枪实弹的实践教学去培养的。第二个层面的思考就是要有不断跟进的实战项目来保证实践教学。

第三个层面的思考，就是对于产、学、研相结合的人才培养模式的探索。整个思路就是这样一步一步演进的。现在的视美动画制作基地较好地解决了以上问题，教师有了练兵、带兵的场所，学生的实践教学环节得到了保证，教学成果是一部又一部符合行业标准的动漫产品。视美动画基地运行虽然不到一年，经济效益还不明显，但校、企互补的优势得到了十分显著的体现。随着视美动画基地的发展，当然可以解决部分学生的就业问题，但更重要是培养了学生在动漫行业就业的实力和信心。

李：那么目前，在全国也有不少动漫产业基地，比如深圳的“动漫产业基地”、杭州的“国际动漫节”等。与它们相比，我们的视美动漫基地的优势在哪里？在实际教学和管理的过程中，又是如何促进这种竞争力的？

罗：据我了解各地动漫基地的建立几乎都是源于政府的推动力，是建立在动漫产业的“热”之上的，有的地方对制作动画片究竟是赚钱还是亏本都不太清楚，对动漫产业的运作规律也不太了解，虽然不好说这个“热”还有多久，但终究是要按市场机制的规律来

决定成败的。如果动漫基地没有来自内部的推动力，没有形成一个较为完整的产业链，它的发展将受到极大的制约。

不敢说我们比别人有多大的优势，但视美动画基地将影视动画学院的研发、视美动画基地的生产、广电集团的播映这三个环节连接起来并形成支持环路，学院集中精力搞创作，基地负责生产制作，广电集团搞推广并向学院提供市场信息，各自发挥优势并实现相应的功能。再就是影视动画学院有700多名学生，形成了基地的强大人才资源库，这是许多动漫企业无法相比的。这些条件保证了我们原创的动画片《麻辣小冤家》从春节初一一开始上电视节目以来从来没有间断过，并由在重庆电视频道播出的方言版改变了普通话版，中央电视台已选播了部分节目，北京电视台也已经预订了两百集，同时还有几个系列动画片及相关产品的研发也不同程度的积极跟进。我认为动漫基地的内部推动力就是来自一个系统的运作机制，保证三个基本功能，储备一批优秀人才。

为了培养动画创作与制作的高端人才，我们还将利用基地的平台试行实验班教学机制，选拔一些有志向并学习优秀的高年级学生进入实验班学习，实验班设在基地，学生完全按行业规范的岗位并带实作项目进行系统培养，学生将得到从普通制作人员开始、一步一步地进入到执行编导的各环节实践能力锻炼。

李：动漫产业作为文化创意产业的一部分，“创意”无疑是它的绝对生命力。那么请您谈一下，作为教学及专业实践的联盟体，我们主要通过哪些途径来激发创意的产生，来促进教学的良好发展？

罗：创意产业主要是对于知识产权的开发和运用，创意产业的人才结构有两个层次，一个是处于创意核心的人才，他们以智慧推动产业的发展；另一个是需要有创意思维和技能资本的人才，在创意产业中发挥专业的应用能力。对于产业来讲，更多的是需要具有专业背景的应用型人才。我刚才所说的实验班，某种意义上就是根据社会的人才需求和学生的自身特点进行分流培养，不同的培养方式可以形成不同的人才类型。

专业艺术院校为国家培养精英人才是不容推卸的责任，但面对高校学生规模的

扩大，以原来精英教育的人才培养模式是无法适应的，必须思考在大众教育背景下的精英人才培养模式的改革创新。否则，生源条件的参差不齐、学生专业志向的不一致、学生构建自身知识体系的选择权利、社会就业的适应能力以及专业精英人才培养中的矛盾是很难解决的。真正成为“艺术家”的还是极少数，多数是作为艺术的普及工作者。试行实验班的机制就是面对这些问题进行的一种探索。

李：我注意到，视美动画基地的教师和学生之间皆为员工，这种新型的师生关系对于公司的管理和生产而言是良性的，对于教育而言也确实存在着诸多优势。但是，这样会不会从一开始就把学生引向了市场这种单一衡量向度的误区？你们是如何把握市场和学术之间的这个“度”的？

罗：实际上，影视动画学院与视美动画基地分别是学校和企业两个不同的概念。刚建立基地的时候，学生和一些老师对这两个概念都不清楚，本来十分融洽的师生关系，进入基地就成了一种共谋关系或雇佣关系，感觉不适应，甚至还出现过一些矛盾。其实，影视动画学院的日常教学跟基地没有直接关系，视美动画基地的实践课程也是按学校实践课程规章制度由任课老师执行管理，同时学生的行为还要遵守基地的管理规章制度。老师或学生利用课余时间应聘到视美动画基地参与产品项目，都与企业形成聘用关系，统一服从企业的管理规范和工作安排，不存在师生雇佣关系，只有不同岗位之间的管理关系，这需要观念转变和角色转换。

我不认为市场与学术有什么明显的矛盾，特别是应用型学科专业，做学术研究不在第一线是很难会有成果的。关键是应对市场还是应付市场，主动地应对市场有许多研究课题，被动地应付市场会陷入眼前利益的追求。视美动画公司把动画基地设在学校就是希望利用高校的学术氛围和研发优势，保证创作出高品质的动漫产品。虽然学生在基地中聘用的角色不同，从不同层面都有需要他们研究思考的问题，但是在评价他们的业绩时，对质量评价重于数量，这是有助于提高学生专业水平的。