第一图书网, tushu007.com

<<动画创意产业>>

图书基本信息

书名：<<动画创意产业>>

13位ISBN编号：9787801869593

10位ISBN编号：7801869591

出版时间：2009-1

出版时间：东方出版中心

作者：彭玲

页数：182

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

20世纪90年代兴起于发达国家的创意产业，21世纪初已在全球蓬勃发展，不仅成为发达国家推动经济和社会持续发展的新引擎，也被认为是发展中国家实现经济转型和跨越式发展的重要战略。
自2004年首届上海国际创意产业论坛发表宣言以来，创意产业在全国各大城市风起潮涌，在政府、企业和社会各界的热情参与和推动下，创意产业的发展速度大大高于《3DP的增长速度，并成为一种推动经济发展方式转变的策动力。
就我国起步较早的城市上海、北京、深圳来看，2007年它们的GDP增长率分别为13．3%、12．3%和15．0%；而创意产业的增长率则分别达22．8%、19．4%和25．9%（《中国创意产业发展报告一2008》）。
虽然各个国家和地区关于创意产业的内涵和范畴界定还不一样。
学术界也还有争论，但创意产业发展的意义已远远超过其作为一个新兴产业在产业层面上的作用，而更在于对传统经济发展模式的颠覆和实现创新。
党的十七大报告从新世纪新阶段中国社会发展的历史高度对推动社会主义文化大发展大繁荣以及提高文化软实力的战略作出了全面部署，并指出“解放文化生产力是实现文化大繁荣的必由之路”。
文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉，在当今世界进入知识经济的大背景下，文化和科技一样也成为一种生产力，其发展和繁荣越来越成为提高综合国力和国际竞争力的重要手段。
解放文化生产力，人们首先想到的是促进文化的产业化，发现文化的价值，以产品和服务的形式来凝聚文化，并以消费的形式来传播文化，即发展我们通常所说的文化产业。
然而文化生产力的释放不能局限于文化产业。
我们说科技是生产力，科技对每个产业的发展都有巨大的推动作用，同样，文化成为一种生产力也能够推动各个产业的发展。
如同科技生产力的释放决不能局限于科技领域一样，文化生产力的释放也应该与各个产业的发展相结合，即文化也可以作为一种资本或要素渗透到各行各业中去，从而提高产业的附加值，实现产业的升级和创新，即所谓推动产业的文化化。
显然，文化的产业化和产业的文化化正是发展创意产业的两条路径。
因此，可以说当前我国风起潮涌的创意产业正是文化生产力大释放的体现。

内容概要

创意产业是无边界产业，它可以融合到任何产业里，并以一种新的思维方式提供新的发展模式，实现产业的升级和创新。
在实践中，传统产业创意化的趋势日益显著，创意农业、创意旅游等融合型的新产业业态不断呈现，我国创意产业的健康发展和文化生产力的大解放需要更多理论探索和实践总结，希望有更多的学者能够加入到创意产业的研究队伍中来，为中国创意产业理论的创新和提升贡献智慧；希望有更多的企业家和创业家能够投身到创意产业的“蓝海”中，为社会和自己创造新财富；同时希望有更多的出版部门能够关注创意产业新思想、新实践成果的传播和推介。
　　本书可作为高等院校动画专业或相关专业的教学参考书，也可供从事动画创伤和相关研究的人员以及其他专业人员参考。

作者简介

彭玲，上海交通大学媒体与设计学院教授、动画专业主任，全国哲学社会科学规划办专家库专家，上海市文化发展基金会特聘专家。
长期在高校从事传播学导沦、影视心理学、动画导论等课程的教学工作，主要研究方向：传播心理学研究、视觉文化创意与传播研究、动画文化创意产业发展研究。
2004-2005年主持完成上海市哲学社会科学规划课题《中外动画原创性比较研究》。

书籍目录

总序前言第一章 动画本体特征的基本认知　第一节 动画的基本概念　第二节 动画的基本分类　第三节 动画的基本原理第二章 动画创意产业的基本问题　第一节 动画创意产业的基本概念　第二节 动画创意产业的基本特征　第三节 动画创意产业的生态界定第三章 中外动画创意产业发展扫描　第一节 美国动画产业发展沿革　第二节 日本动画产业发展回眸　第三节 韩国动画产业发展概况　第四节 中国动画产业发展简述第四章 动画创意产业的运作模式　第一节 动画创意产业链的基本流程　第二节 动回严品的前剽调研策划　第三节 动画产品的后期营销策略　第四节 动画创意产业的集群化发展　第五节 动画制片　第六节 动画制作的融资问题第五章 动画创意产业的产品开发　第一节 动画产品开发概述　第二节 中外动画影视产品创意风格比照　第三节 中外动画衍生产品创意风格扫描第六章 动画创意产业的技术应用　第一节 动画技术发展掠影　第二节 动画技术在影视范畴的应用　第三节 动画技术在广告领域的应用　第四节 动画技术在新型媒体中的应用第七章 动画创意产业的传播平台　第一节 动画产品传播平台概述　第二节 我国动画产业播映市场　第三节 我国动画传播策略反思参考文献

章节摘录

第一章　动画本体特征的基本认知认知动画的本体特征问题是了解与动画相关的一切领域的“敲门砖”，为此本书首先探讨动画的基本概念、基本分类以及动画的基本原理，这些都将为探讨动画创意产业打下重要的基础。
第一节　动画的基本概念在《英汉大词典》中，动画（Animation）一词译为“赋予……以生命”，意指赋予本无生命的静态图画以动态的生命活力。
以这样的定义诠释动画，使动画从被冠名之日起便呈现出其所独具的创作与观赏特质：一是美术层面上的图像创作；二是在某种特殊技术的运用下，使原本静止的图画呈现运动状态。
于是如何使动画从静态到动态形成合理演绎，如何让这种演绎更加丰富多彩、更加逼近真实，就成为一个世纪以来影视动画人孜孜不倦的探讨与追求。
不论种族，不论国别，不分性别，也没有年龄差异的障碍，动画在伴随着一代代人成长的同时，也在不断地形成和完善着自我的发展体系，成为艺术研究中越来越受到人们关注的领域。
探讨动画，一个不可避免的问题是如何理解“动画”这个基本概念。
今天，当动画被广泛地应用于各个领域，并以自身独特的经济魅力、技术魅力和文化、艺术魅力吸引着人们的视线时，动画也就跳出了原有的狭小框架，而成为一个充满多元色彩的综合概念。
一、动画的本体形态本体是依据本性而存在的对象和事件。
今天，当世界动画越过百年，新中国动画历经半个世纪（自1957年上海美术电影制片厂成立算起），动画以其独特的文化、艺术、经济和技术魅力越来越吸引人们的视线，并被广泛地应用于各个领域之时，以现代视野来重新审视动画，其本体特征便跳出了传统的狭小的认知范畴——“一种提供儿童观赏的美术电影”，而成为一个充满多元性的立体交叉层面的综合概念。
1.动画的物质本体——由技术创造出的虚拟现实光影动画的物质性存在是建立在现代科学技术与艺术相结合的基础上，创造出来的一种可视的运动光影图像。
这也就决定了动画与漫画的根本区别：从物理层面上看，前者是能够从银幕（屏幕）上看到的活动光影物质，后者只是一支笔和一张纸；从视知觉层面上看，前者刻意追求动态视知觉效果，后者则属于静态视知觉范畴；然而从创作层面上看，动画与漫画又是无法完全割裂开来的一对，它们呈现着亲密的联姻关系。
具体说，漫画是生成动画的美学和美术基础，也是动画创作素材的丰富资源。
许多动画大师的动画创作都是从漫画创作开始的，人们所熟知的日本动画大师手冢治虫就曾被人冠以“日本漫画之父”的称号。
正是因为动画的物质本体形态核心是由各种技术创造出的“运动的光影图像”，因此动画又被称为“人类时尚技术的产物”。
从中国的走马灯、皮影戏到、西方活动视盘的发明；从透明赛璐珞胶片的产生到现代计算机图形技术的出现，动画艺术在不断更新的动画技术支持下，获得了质的飞越。
它不仅拓宽了人们的思维想象空间，创作出更为逼真的、完全可以与电影相媲美的作品，也使动画艺术的创造走出原有的“象牙塔”模式。
尤其是近年来Flash网络动画的流行，使得更多的人群可以直接参与到动画的创作之中。
可以说，动画技术是使动画艺术走向大众化的重要基础。
高新技术的加盟，特别是动画虚拟现实技术的应用与发展，不仅为动画艺术的创新注入了新鲜活力，使人们享受到前所未有的视觉“大餐”，也引领动画的应用领域走向更为广阔的空间。
2005年10月，中央电视台推出了《故宫》系列长片。
由于故宫上空是绝对的禁飞区，无法航拍全景镜头，而故宫部分宫殿的尚未对外开放，也使人们无法入内拍摄。
为此，该片采用了动画虚拟技术来展现一个完整的故宫场景，弥补了这些缺憾。
无独有偶，在央视拍摄的大型数字电影纪录片《圆明园》中，也大规模运用了三维仿真动画技术，首次以实景和三维动画相合成的方式将圆明园建筑全景呈现在观众眼前，揭开了中国这座“万园之园”的神秘面纱。

事实上，动画虚拟现实技术早在“二战”期间就被运用于国防训练之中，当时美国就曾利用动画游戏的博弈性体验训练培养了数千名飞行员。
可以说，现代动画技术已成为各行业、各领域最为普遍运用、也最受欢迎的技术工具之一。
2.动画的艺术本体——美术与影视联姻的“宁馨儿”从艺术本体视角审视动画，动画是绘画艺术与影视艺术有机结合的产物。
首先，动画是以绘画的各种手段作为创作基础，并借助于科学技术来表现事物、人物的运动规律和发展过程。
它既囊括了传统的绘画技巧，也涵盖了现代的美术风格；既有写实、写意、抽象的表现手法，也有平面和立体的造型设计，可以毫不夸张地说，动画是一部绘画的百科全书。
除此之外，动画最具魅力的表现，是它能够不受工具材料的限制，突破和超越美术传统的静态表现局限，以其任意的想象和发挥来虚拟现实和非现实情境，为人们创造出一种别具一格的、活动的视觉艺术享受。
在动画艺术的表现中，另一个重要的不可或缺的基础是影视艺术的表现元素，即影视镜头语言、编剧技巧以及画面的运动规律等等。
这也是动画艺术与纯粹绘画艺术之间的实质性区别。
可以这样说，动画艺术是融合了美术和影视艺术的诸多共同之处，又具有独特规律和表现特征的综合性艺术。
长久以来，我国一直将动画教育定位于美术学科，而弱化了动画艺术最有价值的电影思维特征，这与动画的本质特征是相悖的。
纵观日本动画的崛起，其成功很大一部分得益于将故事电影的蒙太奇语言和各种叙事方式得心应手又真实再现般地运用在动画电影之中，不仅迎合了受众的观赏心理，也获得了高额的利润回报。
3.动画的文化本体——传播民族品质的载体从文化本体视角俯瞰动画，动画带有明显的大众文化品质。
台湾学者杭之曾提出，大众文化是“一种都市工业社会或大众消费社会的特殊产物，是大众消费社会中通过印刷媒介和电子媒介等大众传播媒介所承载、传递的文化产品，其明显的特征是，它主要是为大众消费而制作出来的，因而它有着标；隹化和拟个性化的特色。
”、。
大陆学者孙占国认为：“大众文化是指一种随社会发展而出现的信息化、商业化、产业化的现代文化形态。
”文化原本是一种精神产品，而非具体的物质。
文化解决和满足的是人类生存中的精神建构和需求。
因此文化消费是人们消费行为的一种现象，是人类心理需求的外化表现。
尽管动画是以幽默、夸张、假想作为表现的主要特征，尽管动画存在着浓重的商业色彩，但就其文化品质而言，它所承载的依旧是动画人希望传达的审美理念、行为规范和道德准绳，其文化精神依旧是创作人内在所追崇的民族文化基因。
可以说，动画创作如同一个宽阔的文化精神展示舞台，为人们揭示着人类各民族的文化风采与精髓。
我国动画人就曾借鉴中国美术手法创作了水墨动画，借鉴剪纸镂空艺术、折纸艺术和皮影戏制作方式，推出了剪纸和折纸动画，借鉴木偶技术，生成了别具一格的木偶动画等等，这些作品都曾经在世界动画舞台上大放异彩，并形成了独树一帜的“中国动画学派”。
现今，随着信息传播技术的飞速发展，现代动画的文化传播价值也从单纯的艺术展现、单纯的经济获益，拓展到了塑造国家形象、扩大本民族文化传播影响力这样一层更高也更为宽泛的理念中。
例如近年来，日本、韩国等一些新兴崛起的文化输出强国，政府不仅将动画文化输出作为提升本国声誉资本的文化攻略来实施，其主要官员还亲自担当“总导演”、“总设计师”甚至前台“演员”。
从日本前首相安倍晋三出书宣传“美的国度的建构”，到日本外务大臣麻生太郎宣扬的动画外交理念，以及当年韩国总统金大中亲自出任韩国形象大使拍摄宣传广告等举措，都折射出当前包括动画在内的娱乐文化在传播国家形象方面所占据的重要分量，也为现代动画的文化本体诠释注入了新的内涵。
4.动画的经济本体——创造财富神话的商业元素人们在创造动画艺术的同时也创造了动画的商业神话

。
因此倘若以经济视角丈量动画，动画又可视为一种商业元素，一种商业经营行为。
以迪斯尼为例，该公司除了多年来连创美国乃至世界电影票房佳绩之外，更以其成功的商业运作跻身于全球企业500强，成为全球媒体巨头之一，这也正是动画从其诞生之日起就以巨大的经济效应吸引各路商家纷纷驻足的缘由。
随着网络和数字技术的发展，现代动画产业已经成为以动画卡通、网络游戏、手机游戏、多媒体产品为代表的新兴产业，也被视为21世纪创意经济中最有希望的朝阳产业。
目前动漫创意产业是英国的第一大产业；美国网络游戏的产值已经连续4年超过好莱坞电影业，成为全美最大的娱乐业，每年的动漫产品和衍生产品的产值高达50多亿美元；日本动画业年产值在国民经济中位列第六，动画产品出口额超过钢铁；即便是后起之秀的韩国，动漫产品的产量也占全球的30%，产值仅次于美、日，成为韩国国民经济的六大支柱产业之一。
此外，现代动画创意产业发展也越来越呈现出多种资源整合、共同开发的态势。
目前，日本采取了将动画片、电子游戏和漫画视为一个经济整体——AGC（anime，game，comic）进行齐头并进、共同发展策略。
而美国迪斯尼公司除了继续营造和开发传统的衍生产品和主题公园外，还将动画明星形象授权的经济效益发挥到极致。

编辑推荐

《动画创意产业》可作为高等院校动画专业或相关专业的教学参考书，也可供从事动画创伤和相关研究的人员以及其他专业人员参考。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com