

中国动画

承

百年新火

扬

民族之风



编者按

动画,是陪伴了一代又一代人成长的重要精神食粮和美好印记。翻开中国动画发展史,从1922年的《舒振东华文打字机》算起,已经走过整整百年。100年来,中国动画从无到有、从短到长、从黑白到彩色、从无声到有声、从二维手绘到数字化设计,在继承传统和推陈出新中,在塑造典型形象和创作经典作品中,讲述着中国故事,传播着中国文化,弘扬着中国精神。

站在中国动画百年的时间节点,我们有必要回望过去、静思当下、展望未来。一些国产老动画为何会成为经典?一些国产新动画为何能走红?如何进一步生产更多优秀作品?如何更好地让国产动画“走出去”?如何发展国产动画周边产业?本期话题对此予以探讨。

新作篇 苑广阔 树立了一个个新标杆

最近几年,国产动画悄然迎来“黄金时代”,不但数量越来越多,而且品质有了很大提升。从《喜羊羊与灰太狼》动画电影,到后来异军突起、每年年底都要上映一部的《熊出没》动画电影,都为自己积累了一大批观众。

如果说《喜羊羊与灰太狼》《熊出没》动画电影,有电视上早已播放了多年的动画片作为基础,更容易取得票房成功,那么,诸如《西游记之大圣归来》《大鱼海棠》《哪吒之魔童降世》《白蛇:缘起》等国产动画电影,最终能赢得票房和口碑双丰收,不得不承认国产动画能够走进“黄金时代”依靠的还是自身实力。尤其是《哪吒之魔童降世》与《西游记之大圣归来》,因为本身制作精良,伴随着口碑一再升高,最终获得了高票房,为国产动画电影树立了新标杆。

有人不禁会问:新时代这些国产动画取得成功的原因是什么?很多人也许已经发现,不管是《西游记之大圣归来》《哪吒之魔童降世》,还是《白蛇:缘起》《姜子牙》,它们最大的共同点,就是都以优秀传统文化为基础。文学名著、神话故事、民间传说在国人心中有着巨大的影响力,加上多年来制作的多个版本的影视剧,培养了基础庞大的受众。国产动画从这些优秀传统文化中汲取营养,当观众走进电影院,观看这些具有优秀传统文化基础的动画片,自然没有陌生感,甚至还充满了亲切感。

当然,只有文学名著、神话故事、民间传说作为动画电影改编的基础,还远远不够。一些优秀国产动画电影的制作方,既从优秀传统文化出发,又不拘泥于优秀传统文化,而是在其基础上进行了天马行空的想象,进行了贴近现代观众审美需求的再创作。比如在《西游记之大圣归来》中,孙悟空依旧是主角,但江流儿在原著中并不存在;再比如在《哪吒之魔童降世》中,虽然使用了《封神演义》中的很多人物,但故事完全是新的。这就跳出了旧有的牵绊,给了电影创作者以极大的创作自由。

此外,随着近年来国内电影工业的不断积累,技术的日益成熟,新时期国产动画的制作水平有了很大的飞跃。制作越来越精良,人物建模、场景画面、动作设计等都自然逼真,而且特效炫酷,营造出“沉浸式”的视听体验,备受观众追捧。国产动画讲故事的能力,也得到诸多观众的肯定。这些都让国产动画焕发出新活力,也为国产动画未来更好的发展,奠定了坚实基础。

从1922年的动画广告片《舒振东华文打字机》、1926年的《大闹画室》,到1941年的《铁扇公主》、1960年的《小蝌蚪找妈妈》、1961年到1964年的《大闹天宫》,再到1986年的《葫芦娃》、1995年的《海尔兄弟》……在中国动画的百年历史中,不乏诸多闪耀光芒的经典之作。其中一些经典,我们依旧能够清晰地记得其中的主要角色与情节。

动画片,是少年儿童快乐源泉,丰富了他们的精神世界,潜移默化地塑造了他们的内在品质。孙悟空“大闹天宫”时的勇敢、小蝌蚪找妈妈时对母爱的渴望、葫芦娃面对邪恶时的正义、海尔兄弟面对困难时永不放弃的精神……这些精神品质,是经典动画走进观众内心的根源,被孩子们潜移默化地吸收,成为他们心中的一道光,伴随他们成长,指引他们前行。

经典动画之所以堪称经典,是因为它们的内容、情节等,均契合当时观众的认知和感受,纵使岁月流逝,都难以冲淡它们在观众心中的印记;是因为它们蕴含的思想、哲理、真理能够穿越时空,照亮一代代人的内

心。一位动画研究专家表示,在文化产品匮乏、文化娱乐单一的年代,每一代少年儿童,从动画片中到底能够汲取多少成长的养分,不仅在一定程度上影响他们个体的成长、成熟与成功,也在一定程度上影响那一代人在时代浪潮中奋楫争先的精神。也有教育专家表示,好的教育,不止在课堂,更在电影里,每一部经典动画都有着巨大的教育价值,值得我们去挖掘。因此,家长如果有时间,可以陪孩子感受一下那些经典动画的魅力。

回望老经典,也期望涌现更多新经典。创作者要把“守正”放在第一位,要汲取传统文化,要弘扬真善美,又要创造性转化传统文化、创新性发展动画产业。时代在前行,社会在发展,一代又一代孩子既有共性特点,也有个性区别。唯有在传承中创新,才能让国产动画片出现更多精品。

让动画成为孩子们心中永恒的光,这是中国动画人需要不断追求的创作目标。在滚滚向前的时代洪流中,中国动画人在新的起点上加速奔跑,中国动画下一个百年的探索与奋斗会更加精彩,也将留下更多具有中国精神、中国价值和中国气派的不朽佳作!

陈孝斌 经典是心中永恒的光

未来篇 涂后智 多维发力再创新辉煌

百年中国动画,再启新的征程。开创更加辉煌的未来,是每位中国动画人的使命与职责。

动画是一种综合艺术,是集合了绘画、漫画、电影、数字媒体、摄影、音乐、文学等众多艺术门类于一身的艺术表现形式,它并不是“小儿科”。著名导演徐克曾说:“动画是一个电影类型,不是儿童片。”因此,在创作中,创作者要注意避免以往部分国产动画的剧情及画风整体过于浅显、简单甚至低幼等问题。

换言之,动画理应老少皆宜,富有思想与情感等内涵。无论是过去还是现在,一批深受观众喜爱、影响深远的国产动画,均制作精良,故事情节扣人心弦,表现形式推陈出新,还具有思想、精神、情怀等方面的丰富内涵,契合时代精神,蕴含家国情怀,引发观众共鸣。

比如经典动画《大闹天宫》,通过孙悟空闹龙宫、反天庭的故事,集中而突出地表现孙悟空大胆反抗天神权威的无畏精神和斗争性格。可以说,《大闹天宫》在当年走红,就是扣准了时代脉搏,凸显了时代精神——社会发展进步,无不建立于人们勇于变革的基础之上,要变革,首先就要破除迷信、解放思想,要有打破阻碍社会发展的既定秩序的强烈愿望。

国产动画要创造新的辉煌,除了

要追求一些优秀动画的品质之外,还应从以下三个方面努力。

首先,突破题材局限。许多优秀国产动画比如《大闹天宫》《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》等,都是取材于神话故事或民间传说等。从这些方面寻找动画题材,有很大的想象与发挥空间,但有一些短板,即距离尘世烟火较远,题材内容不够接地气。今后,在注重从优秀传统文化资源中选取动画题材时,还应注重选择贴近生活、富有时代感的题材,丰富与拓展国产动画的题材领域。

其次,主题挖掘要有广度、深度,在给观众带来审美体验的同时,也要带来精神的洗礼和情感的共鸣。要让国产动画蕴含着对人生、生命、生活的深刻认知与感悟。即使是古代题材,也要进行时代性处理,使古代题材具有现实的教育意义。

再次,要增加原创成分。国产动画要从模仿与原创交织,向打造更多原创的目标转变,打造一批具有中国文化特色的国产动画,使它们不仅在国内外有市场,也能在国际动画的舞台上展示风采。

此外,还要融合文化资源与科技资源,用人工智能、虚拟现实等新技术,为国产动画赋能添彩,打造观赏性与体验感俱佳的动画力作。

出海篇 樊树林 让国风成为世界风尚

近年来,中国动画不再满足于“墙内开花墙内香”,而是以自信的姿态走向国门,俘获了不少外国观众的心,为世界讲述了中国故事,传递了中国文化,弘扬了中国精神。

“中国文化是中国的,也是世界的。”要展现一个真实、立体、全面的中国,逐步提高国家文化软实力,中国文化必须进一步走向国门,走向更广阔的天地。浓缩中国元素、展现中国文化的国产动画,能让世界观众了解中国文化,从而更加喜爱中国这个古老而现代的东方国度。因此,要让更多国产动画“扬帆出海”,中国动画人需要更有更强烈的使命感和责任担当。

在“走出去”过程中,中国动画要坚持守正创新,筑牢中华民族的“根”与“魂”。从中华文明与世界文明的交流互鉴历程来看,中华优秀传统文化完全可以跨越时空、超越国度,在全球展现独特魅力和当代价值。因此,中国动画在“走出去”时,要守住中华优秀传统文化这一独特的精神标识,此为守正。在守正基础上,要坚持对中华优秀传统文化进行创造性转化、创新性发展,比如运用让各国观众都明白、能接受的表达方式,使产品的供给和需求匹配,让故事的叙述风格适合海外市场,等等。

国产动画“走出去”要“求同存异”。既要立足本土、弘扬国风,也要寻找不同国别间的表达共性、文化共性,以人类共通的情感价值作为内核,

建立中外文化沟通的纽带,这样才能打破文化壁垒,提升海外传播效果,让国风成为世界风尚。

国产动画“走出去”要注重打造动画IP。审视那些走进国门的海外优秀动画,毫无疑问都打造出了大IP,建构了自己独特的“动画宇宙”。中国动画“走出去”,需要打破“各扫门前雪”的藩篱,加强创作联动,打造中国自己的动画IP,并在产业上下游不断延伸,继而形成一种现象、一种文化符号,推动中国动画在海外的品牌效应得以彰显。

国产动画“走出去”要加强宣传推广。据报道,近年来,有的优秀国产动画仅在国内进行了大规模宣传,“走出去”后,在海外市场却很少见到相关宣传物料,有的还存在发行错位,导致海外市场反响不佳。因此,国产动画“走出去”,必须解决宣发渠道不畅,少面向当地相应观众群体的精准营销宣传等问题。

国产动画“走出去”的形式也要丰富。既要走好商业路线,主要包括海外授权、联合制作、中外合资等,也要走好文化路线,比如参加动画节展、国际评奖等。同时也要拓展海外影院、电视、互联网流媒体、手机和电脑等渠道,让中国动画的影响力越来越大。

当然,中国动画“走出去”,仅仅依靠动画作品本身还不够,还需要相关部门以强有力的政策、资金等扶持作为坚实后盾。

产业篇 江德斌 做好动画衍生品开发

中国动画走过百年,动画全产业链已经形成。在未来,希望该产业链逐渐壮大。

众所周知,动画片具有投资大、制作时间长、资本回报周期长等特征,比如《西游记之大圣归来》经过八年酝酿、三年制作期,远超普通电影,经历了诸多波折,有很多不确定性因素。所以,单纯依靠动画片的放映收入,远不能支撑动画片的发展需求。需要拓宽动画片的收入来源,通过开发动画周边产业,形成系统化发展,实现源源不断的持续性收入,使得国产动画产业的“造血”功能增强,进而形成良性循环,为做大做强国产动画产业提供充足的支持。

动画衍生品开发是多方共赢的市场模式,具有广阔的市场前景,且产业开发模式多样化,已经得到市场验证。动画IP所有者可以通过自主开发衍生品,获得持续性收入;如果缺乏商业运营经验和能力,对消费市场的了解也不够,则可采取IP授权

模式,将动画人物形象、IP品牌等授权其他商家开发,收取授权费,实现IP版权的专业化商业运营。如此,既可扩大动画IP的社会影响力,也可实现反哺效应,支持动画可持续发展,并将动画延伸至更多消费领域,让更多消费者接触动画IP,培养更长期的消费群体。

经过多年探索与发展,国产动画已初步形成一定的产业链,下游产业主要为动画周边产业,诸如手办、海报、玩具、卡牌、服装、食品、饮料、图书、文创等,在多方作用下,越来越多的国产动画项目正在基于内容向衍生品行业拓展。如今,一些具有影响力的国产动画IP,拥有大量忠实粉丝,从内容制作到衍生品开发,已形成一定的市场规模。比如,小朋友最熟悉和喜欢的《喜羊羊与灰太狼》《熊出没》等动画片,在持续制作影视内容时,都将IP授权给其他商家,开发出大量衍生品。

当前,年轻人越来越具有文化自信,对中国文化的认同感越来越强,国潮回归就是明显信号。与此同时,国产动画的制作水平明显提升,一些长期制作放映的动画片亦积攒了大量年轻粉丝,形成了强大的IP效应,给衍生品的开发提供了坚实的市场基础。因此,国产动画衍生品开发潜力巨大,市场前景一片大好,期待相关各方把握机遇。

动画全产业链还有重要的一环,“跟着动画去旅游”。在一些动画产业发达的国家,建有相关动画的主题公园、城市综合体、街区、酒店等,围绕优秀动画打造的各环节,给人们提供了丰富的消费选择。这是国产动画IP可以努力的方向。

