程参与内容监制的动画片《无敌鹿战队》讲述的故事。

无

敌

鹿战

队

相

继

陆

亚

洲

欧

洲

大洋

洲

并

在美

国

画成功"出海"的范本。

灿烂的阳光洒满美丽的森林,新兴科技城市"铂金城"欣欣向荣。凯奇、娜娜、多比和雷米 这4头小鹿拥有大自然赋予的超能力量,每当危机发生、问题出现,鹿战队就驾驶战车即刻出 发,帮助他人……这是由爱奇艺出品、美国维亚康姆旗下尼克儿童国际频道(以下简称尼克)全

2020年7月15日,《无敌鹿战队》第一季在爱奇艺上线,其后作为首部在尼克播出的中国原 创动画片,相继登陆亚洲、欧洲、大洋洲,并于2021年1月25日在美国播出。至今,《无敌鹿战 队》已在160多个国家和地区播出,并被翻译成英语、西班牙语等30多种语言,成为中国原创动

人的教體

向年轻一代 讲好党史故事

任 超

日前,中央广播电视总台 推出5集纪录片《红色密 档》,为中国共产党成立100 周年献礼。该片以一系列极具 代表意义的档案为切入点,聚 焦大时代背景下档案背后的真 实故事,通过寻访者、亲历 者、见证者、知情者的视角, 拨开层层迷雾,系统展示了从 中国共产党建党到中华人民共 和国成立之间28年的光辉历 程,还原了那些峥嵘岁月和传 奇故事,以档案实证、探求了 中国共产党的胜利密码。

再现历史细节

制作团队的足迹遍及全国 20多个省、自治区、直辖市 的50余处档案馆、纪念馆以 及红色地标,对数千份档案资 料进行了收集拍摄、深入挖掘 和比照分析。在片中亮相的档 案资料,不仅包括中国共产党 多次重要会议的决议、发言 稿、电报等,还包括革命先烈 的书信、日记以及当时的报 刊、录音、影像等。其中有 48份珍贵档案资料首次向媒 体公开, 例如毛泽东撰写的 1927年8月9日参加中央政治 局第一次会议的发言原稿。这 些档案,是中国共产党历史的 真实记录。

片中的机密档案,清晰 呈现了书写者的细腻笔触, 还原了历史细节。比如通过 中央档案馆保存的一封封密 电,观众能了解很多战斗的 全过程。从《1948年12月林 彪 罗荣桓 刘亚楼向军委的 请示》可以看出我前线部队 对张家口之敌的制胜策略; 随后的《毛泽东修改的新华 社新闻稿: 收复张家口全歼 逃敌》则印证了张家口战斗 的胜利,也透露出这次胜利 对平津战役的重要意义:这 场战斗用时两天, 歼敌5.4万 人, 切断了敌军西线的退 路,为北平和平解放奠定了

制作团队有一个强烈的愿 望: 向年轻一代讲好党史故 事。主创打破了理论文献类纪 录片惯有的模式,运用悬念叙 事的手段开展多个时空维度的 叙事。档案研究者、亲历者来 到档案记录的事件现场,通过 档案中的线索寻找档案记录的 人物,讲解其中的事件,在时空 交错、今昔对比中,层层抽丝剥 茧,秘密豁然打开,革命先烈的 故事更加引人入胜,也为红色

档案的价值提供了现实注脚。

故事引人入胜

例如为挖掘上海解放前夕 中共地下党组织提供给解放军 的《上海概况》背后的故事,摄 制组重点采访了对该档案资料 的形成作出过重要贡献的3位 老人,重走了当年他们收集档 案资料的路线,逐步勾勒出当 年上海"第二条战线"上的进步 青年们艰辛、危险但又英勇无 畏的工作图景。依托这样的方 式,《红色密档》在努力呈现层 次鲜明的理论框架的同时,也 贯穿了有血有肉的故事,使宏 观的家国历史与微观的个体命 运交融, 尘封的档案与现实的 故事交织,扣人心弦。

观众深切共鸣

《红色密档》在央视播出 后,在线上线下都受到了热烈 关注。微博平台相关话题累计 阅读量超过2.4亿次。微信公 众号"CCTV纪录"发布的《50 多封穿越战火的家书,从解放 战争写到抗美援朝……》等,阅 读量达到了10万+。

这是广大观众对中国共产 党百年奋斗史的深切共鸣。与 人民同心,与时代同频。《红 色密档》通过档案资料走近革 命先辈,与历史对话,让观众 体会到中国共产党人对初心和 使命的坚守。

(作者系纪录片《红色密 档》总导演)



国产动画"出海"新探索

近年来,随着中国文化影响力的增 强和国产网络视听产品品质的提升,内 容"出海"已经成为常态。

爱奇艺创立于2010年4月22日,如 今已成功构建起业务种类十分丰富的娱 乐王国。爱奇艺副总裁、总编辑王兆楠 介绍, 爱奇艺自2017年开展海外发行 业务,从古装剧《剑王朝》到以"迷雾 剧场"为代表的现实题材剧、以《无敌 鹿战队》为代表的动画片等纷纷输出海 外,国际市场对中国影视的原创能力和 内容水准有了全新的认知。

《无敌鹿战队》的小鹿形象诞生于 2015年, 历经各种修正、尝试和国际化 IP发展目标的确定。在剧本打造和形象 迭代基本完成时, 爱奇艺接触了尼克。 "当时我们的想法特别简单,就是看能 不能在尼克播出,也就是版权预售。" 爱奇艺副总裁、《无敌鹿战队》总制片 人杨晓轩说。

尼克是美国维亚康姆旗下知名的有 线电视频道,是全球辨识度最高、分布 最广的针对儿童和家庭的国际娱乐品牌 之一,曾出品《汪汪队立大功》《爱探 险的朵拉》等动画片,风靡全世界。尼 克的内容标准、技术标准和中国不同; 而中国原创动画"出海"那时也大多限 于非洲、东南亚和日本。尼克提出,如 果想在尼克播出,尼克能不能全程监 制。但当时这在尼克也没有先例。经过 近一年的商谈,"预售+监制"的全新 合作模式终于确认下来。

2020年7月15日,《无敌鹿战队》 第一季40集在爱奇艺上线,随后又在 北京卡酷少儿频道、湖南金鹰卡通频 道、央视少儿频道和央视综合频道播 出,都取得了良好收视和口碑。

在海外, 尼克有自己的编排播出方 式,会先看亚洲、欧洲已播出地区的收 视率,再确定美国本土的播出日期。 《无敌鹿战队》相继在新加坡、泰国、 澳大利亚、英国、法国等地播出。当尼 克提前一周告知将于2021年1月25日在 北美开播时,爱奇艺方面感到速度之快

根据尼克的收视数据,《无敌鹿战 队》在全球多个国家平均收视率排名第 一,在英国播出时甚至曾经超过《小猪 佩奇》;美国首播也取得了收视排名第 三的佳绩。尼克高层对这一成绩感到惊 喜,称"这是一个新的也是非常成功的 尝试"。

《无敌鹿战队》开启了中国动画 '走出去'的新篇章。"中国传媒大学动 画学院院长黄心渊说,"互联网平台是 无国界的,这为国产动画出海提供了更 便利的渠道。"

爱奇艺笔芯工作室负责人、《无敌鹿 战队》制片人郄一鸣告诉记者, 尼克播 放的《无敌鹿战队》和爱奇艺APP上的英 文版完全一样。在配音方面,每个语言 版本都会有本土化的润色,用小朋友更 熟悉、听得懂的方式去表达,"英文版是 在美国当地请的配音演员"。

坚持自我又灵活变通

杨晓轩认为,尼克之所以把《无敌 鹿战队》推向世界, 归根结底还是因为 他们觉得中国动画已经发展到了相应的 阶段,"他们想先于竞争对手去做这样 的尝试"。

双方在沟通合作过程中也曾有过摩 擦。杨晓轩把两方的差异总结为三点: 首先是动画片四大元素"教育、知识、

娱乐感和爱"的排序,我们通常会把教 育和知识排得比较靠前,但尼克认为有 爱更重要, 先要让小朋友喜欢看, 再把 教育、知识融进片中。其次,我们更注 重情节和故事,尼克对"秃子""胖 子"等词会更谨慎,甚至禁用,他们认 为每个有缺陷的孩子也恰恰有自身的特 点。再次,尼克特别重视孩子们的安全 问题,比如小鹿从高处下来不能蹦跳,

只能滑下来。 "'我们眼中的国际化'和'老外 眼中的中国风'都存在一定程度的片面 性。"杨晓轩说。单纯迎合外国人口味 和极端固守民族化的做法都是片面的, "双方必须找到人类的共通点、共情 点,我们既要有自己的坚持,又要灵活 变通。比如《无敌鹿战队》涉及到中国 的金木水火土五行,但尼克说火太危 险,我们就把火变成了光"。

据王兆楠介绍,2019年爱奇艺正式 开启国际业务布局,推出爱奇艺国际版 APP, 在东南亚、北美、中东等地区提 供在线视频服务,并开启新加坡、北京 双总部模式, 在北美、中东、东南亚、 韩国、日本等多个地区和国家设立了本 地运营团队和内容获取团队。《无敌鹿

战队》不仅通过尼克顺利出海,也通过

为,这种平台优势使得爱奇艺能更加便 利、深刻地理解海外用户的需求,双方 的沟通交流和文化传播更加便捷。

郄一鸣介绍,尼克监制的团队在英 国和新加坡,双方是通过电子邮件沟通 的,起初也曾顾虑双方不在一地,能不 能很好地沟通。"后来发现其实语言、 时差、地域都不是问题",有需要的话 还可以开视频会议,新冠肺炎疫情暴发 也使大家更认同这种方式,"随着大家 对片子的理解越来越趋同,想法也越来 越一致"。

做小朋友都喜欢的动画片

爱奇艺选择鹿的形象来打造国际性 IP, 既符合全球市场的审美口味, 又巧 妙地将中国元素融入其中。此外, 鹿的 形象还有一层含义: 鹿是"路"的同音 字,而且鹿跑得快,鹿角形状和WiFi 符号类似,"就像爱奇艺要把一个个优 秀的视频产品,通过信息高速公路,快 速传播给每个用户。"杨晓轩说。

黄心渊认为,现在的儿童受众也 接触了很多世界优秀动画作品,有很 高的欣赏能力。"培育一个动画 IP, 最 关键的是品质和内涵。品质决定大家 能不能一下子就喜欢上你, 内涵决定 你能不能走得远。"他说,我们要更多 地思考怎样发挥"国潮"的引领作 用,"用动漫这种国际化的语言,讲好 中国故事"。

海外平台的成功运营和《无敌鹿战 队》等作品成功"出海",给了爱奇艺 信心。王兆楠深有体会地说:精良的影 视作品是国际交流的通用"语言"之 一。他表示,海外发行合作是提升中国 影视内容国际影响力和口碑的重要方 式。作为影视大国,我们在内容构建。 叙事方式等方面还有更多的探索空间。

《熊出没》经过大约5年的孵化才 成为一个国民品牌,《喜羊羊与灰太 狼》的品牌孵化期大约是10年。杨晓 轩表示,对《无敌鹿战队》来说,现在 还只是刚刚开始。"动画片的变现和电 影、电视剧不同,孵化时间非常长,只 有足够优秀,长线开发,才有可能爆发 成经典IP。"好在"互联网+动画"已 经加速了国产原创品牌的发展。"我们 要承认和国际一流动画作品之间的差 距,也要有创新的模式去追赶。虽然很 困难,但我们有责任和热情去做一部海 内外小朋友都认可的动画片。"她说。

2022年元旦前后,《无敌鹿战队》 二季将在爱奇艺APP上线,4头小鹿 再次出海的日子又指日可待……



《无敌鹿战队》海报

本文配图均由爱奇艺提供

聚焦数字文化产业高质量发展 2021文化科技创新论坛举行

本报电 (记者郑娜) 2021 文化科技创新论坛日前在深圳 举行。论坛由文化和旅游部科 技教育司指导,深圳市委宣传 部、南山区人民政府、深圳大学 主办,深圳大学文化产业研究 院、深圳大学社会科学部承办。

文化科技、艺术学领域各 界人士200余人齐聚深圳,围 绕"文化创新的科技赋能" "数字文化产业的新场景""数 字文化产业的区域与行业发 展"等相关议题展开研讨。

专家指出,新形势下推动 文化产业高质量发展,要不断 顺应数字产业化和产业数字化 发展趋势,实施文化产业数字 化战略,加快发展新型文化企 业、文化业态、文化消费模 式,改造提升传统业态,提高 质量效益和核心竞争力, 健全 现代文化产业体系,同时也要 积极融入以国内大循环为主 体、国内国际双循环相互促进

图片新闻

的新发展格局,促进满足人民 文化需求和增强人民精神力量 相统一。论坛上,也有不少专 家和业界人士关注到"数字劳 动""科技伦理""元宇宙"等新 现象和新问题。

2021年,文化科技创新 论坛已举办10年。10年来, 该论坛紧扣文化科技前沿和国 家方针政策, 立足深圳的文化 科技融合实践,围绕"产业升 级""文化品牌""移动互联" "开源创新""创新生态构建" "数字创意产业""粤港澳大湾 区协同发展""数字人文与文 化创新""云端与现场"等诸 多议题展开研讨,推出了一批 有影响的学术成果。

论坛上还发布了《文化科 技蓝皮书: 文化科技创新发展 报告(2021)》,该书已经连 续9年出版,是全面反映海内 外文化科技融合创新领域的权 威性、原创性、前沿性成果。



▶作家要积极投身于伟大的时 代与生活, 脚踏实地、埋头苦干, 孜孜不倦、如饥似渴, 在冷板凳上 写出有温度的作品, 矢志追求更有 高度、更有境界、更有品位的文学 人生,把满足人民精神文化需求和 增强人民精神力量作为文学创作和 文学工作的出发点、落脚点,书写 出具有家国情怀、人民情怀、艺术 情怀的优秀作品。

——中国作协书记处书记**邱华** 栋谈作家与创作

▶任何一个时代的文艺工作者 只有融入时代的发展, 才能获得更 加广阔的发展空间和更为持久的艺 术生命力, 只有同国家前途和民族

才能发出振聋发聩的声音。曲艺最 鲜明的特征就是与时代如影随形, 与国家和民族的现实紧密相连。

——中国曲艺家协会主席**姜昆** 谈曲艺与时代

▶在保障网络信息交流的自由 度和平等性条件下, 相关部门要加 强网络治理, 促进网络资源的合理 分配和有效使用。平台公司要充分 发挥公共性和公益性的社会功能, 大数据"算法"既要保护用户的数 据安全和隐私, 也要平衡生产者和 消费者的利益, 为用户营造更加多 元化、多样性的文艺生态。同时, 受众也应该在文化消费和文艺欣赏 中不断提升媒介素养。只有这样, 数字空间才能与现实社会形成良性 的互动和互补, 构建更具理性和公 共性的文艺生态。

——北京大学新闻与传播学院 研究员张慧瑜谈网络文艺生态

(杨文瑛整理)



命运紧紧维系在一起,休戚与共,

北京卫视播出纪录片《紫禁城》

王萌芽

立冬,初雪。故宫在一片静谧安 宁的洁白中,迎来一年中最美的时 刻。从北京景山公园万春亭俯瞰,红 墙朱瓦的古建筑仿佛在与初雪进行着 一场浪漫的交谈。作为中国最负盛名 的文化地标之一,紫禁城承载着历史 的辉煌与沧桑, 见证着民族的屈辱与 复兴。北京卫视正在播出的大型纪录 片《紫禁城》让观众的目光再次聚焦 这里。

今年是紫禁城落成第601年。该片 立足于中国明代以来历史进程中的若 干变局,以翔实的纪录要素,完成了 对波澜迭起的众多事件的清晰呈现, 通过对历史的叩问和追寻,激发观众 的深思与探索。

该片用编年体的方式构建起篇章 架构,从细微处着眼凝视历史,打破 了历史的间离感,以文物为依托,以 建筑带故事,以故事塑人物,以人物 见古今。虽充满观众熟知的元素,但

对紫禁城风貌的捕捉,已潜入其骨骼 与肌理。如《王者》聚焦朱棣迁都建 城的王者之举;《基业》讲述永宣盛 世高光背后的复杂与暗潮;《远路》 依托郑和下西洋的传奇经历, 还原以 古中国为中心构建起来的海洋亚洲的 黄金时代……人、景、事、情四者合 一, 纪实影像与电影化历史再现交 叠, 使得该片既有传统纪录片扎实深 邃的格调,又有新式影像的绵长后 劲;现代与历史交织,审美价值与精 神内核相携,充分展现出紫禁城在第 二个600年开启之时,迎来了青春的 鲜活与新生。

这部纪录片的播出, 既是对故宫 601年过往的深情回望,也是对其开启 新征程的崭新抒写。《紫禁城》中的紫 禁城,不再是静默如迷的建筑,而是 以纵横古今的蓬勃姿态,持续喷涌着 绵延不绝的文化力量,在观众心里炽 热地奔腾。

