

# 百年中国动画加快“走出去”步伐——御风出海向世界

符亦文



▲从左至右依次为《小蝌蚪找妈妈》《大闹天宫》《牧笛》

从中国第一部广告动画《舒振东华文打字机》(1922年)开始算起,到2022年,中国动画已走过漫漫百年。

100年来,中国动画始终以民族化为基础,进行着“走出去”的努力。1942年,万氏兄弟的《铁扇公主》在亚洲上映,引起轰动。20世纪50年代至80年代末,以上海美术电影制片厂为主创作出的《小蝌蚪找妈妈》《大闹天宫》《哪吒闹海》等一大批优秀动画,频繁在国际上参展并摘得奖项,收获“中国学派”美名。此后一段时间,中国动画在精进技艺、熟悉国际动画制作流程的过程中等待“破茧成蝶”。新世纪尤其是党的十八大以来,在发展动画产业以及一系列促进中国文化“走出去”的利好政策中,众多动画企业扬帆出海,以动画为媒介,与他国进行互动交流,传播魅力中国。

## 方式新变化： 百花齐放，灵活多元

百年来,中国动画“走出去”积累了丰富的经验,在探索中前行。党的十八大以来,中国动画加快步伐走出国门,在“走出去”的方式上发生了许多新变化。

首先,“走出去”的主体由之前上海美术电影制片厂的“一枝独秀”,变为由众多动画企业参与的“百花齐放”。其次,出海的动画数量在整体上有升有降。

以电视动画为例,在2011年至2016年间,除了个别年份因为动画产业转型升级等原因导致出口时数有所下滑之外,电视动画出口时数基本维持在每年2500至3100小时左右。在动画电影领域,根据中国电影博物馆和北京师范大学新媒体传播研究中心的《中国电影海外网络传播力研究报告(2018-2020)》显示,中国动画电影在海外网络中的传播表现突出。《哪吒之魔童降世》《雪人奇缘》《罗小黑战记》《姜子牙》《飞奔去月球》《动物特工局》的海外传播力都在年度前五之列。网络动画则在自我提升的基础上,借力数字媒体快车,在疫情中异军突起,涌现出一批作品,在海外众多平台收获无数粉丝。

参加海外节展向来是中国动画“走出去”的重要渠道。“中国学派”动画就曾以此为契机开展海外交流。现在,参加海外节展也依然是国产动画出海的重要途径,只是现在“走出去”的同时又增添了“请进来”的新内涵。

在这方面,“动漫之都”杭州表现亮眼。中国国际动漫节通过连续10年参展法国戛纳,成功引进法国戛纳电视节这项国际影视内容产业的第一品牌,在杭州举办亚洲专场。至2021年,已连续5年成功举办的戛纳电视节中国(杭州)国际电视内容高峰论坛(MIP China),有效开阔了中国影视动漫企业的国际化视野,拓宽了国际合作交易渠道,增进了中外合作的机会,推动了中国影视动漫作品“走出去”。2020年,以网易雷火和电魂网络为代表的杭州动漫游戏服务



▲从左至右依次为《白蛇:缘起》《大鱼海棠》《大圣归来》

出口达72.3亿元人民币。此外,国际合作成为“走出去”的重要方式,主要体现在合作拍片和海外授权两方面。2016年,由东方梦工厂联合美国梦工厂出品的《功夫熊猫3》在全球获得5.21亿美元的票房。2017年,“大闹天宫”与加拿大“九故事传媒集团”就电视动画《洛宝贝》签订授权协议,由后者开展大中华区以外国际市场的发行和授权业务。现在《洛宝贝》已用23种语言,在全球200多个国家和地区发行。

## 内容新突破： 精品迭出，讲好中国故事

随着中国动画“走出去”步伐的加快,优秀作品层出不穷。2010年,杭州盛世龙图的《梦回金沙城》成功入围第83届奥斯卡最佳动画长片奖候选名单,成为中国首部入围奥

## 《哗变》再登首都剧场 传承外国剧目本土化经典

本报记者 郑娜

扣人心弦的法庭交锋,紧张激烈的唇枪舌剑,7月2日至12日,作为北京人艺建院70周年纪念演出系列的重头戏之一,经典话剧《哗变》又一次登上首都剧场的舞台,演出9场。

《哗变》改编自美国作家赫尔曼·沃克的小说《凯恩号哗变记》,曾在百老汇上演400余场。1988年,北京人艺特邀美国导演查尔顿·赫斯顿排演该剧。2006年,曾经的副导演任鸣重排该剧。全剧透过演员们精湛演技的塑造,令中国观众感受到了熟悉而陌生的二战情境,而全剧以法庭为舞台的特殊设定,也令这部作品成为了不少津津乐道的话题。

作为一部诠释了“话剧姓话”的舞台教科书,《哗变》在没有复杂动作调度的前提下,完全靠着不同人物各具特色的语言塑造出了诸多有血有肉的形象,将事件全貌逐渐勾勒清晰,在事件的末尾,又恰到好处地进行了一次反转——这样一部“烧脑”的作品以戏剧性的要素,充分调动着观众的观剧热情,也成就了一部人艺常演不衰的舞台佳作。

“这个戏所有的舞台行动都是在内心,除了语言动作以外就是内心的动

作,你要坐在那就能让观众看清楚。《哗变》是在台词和表演方面具有独特魅力的一个戏。”剧中饰演魁格的冯远征说。在他看来,剧中对台词的处理对于演员而言是一种挑战,而台词的环环相扣也与本剧的法庭主题相辅相成,让全剧精彩不断的同时也具备着相当的严谨性,使得《哗变》具有了更高层次的艺术性。剧中饰演格林渥的吴刚也表示,出演这部作品需要把剧本吃透,深层理解故事的逻辑与人物的背景,才能进行成功的演绎,“从一个演员自身的角度来说,格林渥这个角色可以磨练演员,锻炼演员,格林渥把控着整个戏的节奏,对演员而言真是万分难得的一次非常好的机会。”

在70周年院庆之际演出《哗变》,无疑证明着这部作品对于人艺而言也有着特殊的纪念意义。冯远征认为,一方面《哗变》代表着北京人艺出演的剧目独特风格,代表着剧院独具特色的本土化二度创作理念,另一方面,这部作品对于每一位人艺而言也有着强烈的历史意义。“向我们的前辈、大家们致敬,是出演《哗变》的最大意义。”吴刚



▲冯远征在《哗变》中饰演魁格

表示,“他们非常有前瞻性有眼光,把这个剧本引进到中国,并且邀请了赫斯顿到中国来排演这部戏。他们知道戏剧是没有国界的,它是互通的。”

从1988年首版演出,到2006年重排上演,对于北京人艺而言,《哗变》无疑还有着传承的意义。曾经在台下欣赏前辈演出的青年演员走上了台,如今的演出中,既有冯远征、吴刚、王刚、张福元、丛林、张万昆、高冬平、丁志诚等人艺实力演员坐镇,也有着包括王雷、何靖、邹健、徐白晓等人艺中坚力量参演。本次的演出中,为了纪念去世的任鸣导演,排练厅属于导演的位置被留了下来,剧本与导演铃也摆在了导演

城,完成个人成长的经历,演绎出了人与自然、动物和谐共生、共存、共融的中国传统理念。题材选取更加宽广。除了古典小说、神话传说、民间故事等传统文化题材之外,中国动画开始聚焦科幻预言等领域。如《未来机器城》在讲述机器人7723与少女小美共同成长的冒险故事时,还展示了许多功能先进的机器人,借此传播了“智造中国”的形象。人物设定上更加多元。从“我命由我不由天”的哪吒,到“天下再无不公”的姜子牙,再到《冲破天际》中实现“飞天梦”的现代花木兰“露娜”……一个个崭新的动画形象,以现代化、年轻化的审美表达,描摹了当下中国人的思想情感、价值理念,展现了一个充满活力的当代中国。

## 出海新趋势： 壮大IP，抓住新媒体机遇

中国动画近年来屡创票房佳绩,但海外票房在其中占比还比较小,其中有文化背景差异,也有播放生态不同等原因。在国产动画复兴的当下,应意识到,巨大的国内市场不应成为阻碍国产动画出海的“隐形舒适区”;“走出去”不易,但我们可以做得更好。

票房收入也许能保证动画在短期内获益,但想要长期受益,就得布局IP授权和衍生品开发,这样不仅可以进一步放大IP的价值,还能提高其可见度,永葆其生命力。数据显示,美国迪士尼旗下8大动画IP的累计经济价值现已高达3736亿美元。中国动画不缺IP,应将IP作为核心,深入服饰、音乐、电视等领域,构建起一座泛娱乐的商业帝国。

细看近年来的高票房动画可以发现,它们大都建构了属于自己的“动画宇宙”。或是围绕主线展开一系列的叙事,或以破圈的方式同看似风马牛不相及的角色进行跨界组合、艺术混搭。如美国动画片《神偷奶爸》就属于第一类,它的第一、二、三部在播映当年分别位列全球票房第九、第三和第四。漫威更是将“跨界+系列”的组合拳打得虎虎生风,将神魔、科幻、现实、童话等元素结合在一起,打造出一个全新的“漫威电影宇宙”,在此宇宙观下创作的4部《复仇者联盟》,票房全部闯入前五,其中有三次是第一。近些年,已有中国动画公司尝试构建自己的“动画宇宙”,但还需要打破“各扫门前雪”的藩篱,加强联动。长远计,建立独特却联动的国漫电影宇宙势在必行。

近年来,新冠肺炎疫情改变了动画的发行方式,也改变了观众的观影习惯,网络动画风起云涌。一些中国网络动画的点击量惊人,让以奈飞(Neflix)为代表的海外流媒体平台赚得盆满钵满。相比电视动画、电影动画,网络动画优势明显,成本低,接触面广,互动性强,反馈迅速。抓住流媒体机遇,国产动画将更好地乘风破浪,扬帆远航。(作者单位为浙江大学)

## 拥抱数字化潮流， 讲好文物故事

贾梦

博物馆作为保护和传承人类文明的重要场所,如今正迈向高质量发展的新阶段。在全球文化多元化、开放化的背景下,越来越多的中国博物馆借助数字化手段,以人们喜闻乐见的短视频、直播等新媒体形式,让“沉睡”在博物馆里的一件件文物跃然于“大屏”“小屏”。中华优秀传统文化通过新媒体焕发出新的生机和活力。

自2020年起,三星堆博物馆联合中央广播电视总台,借助新媒体数字手段,架起博物馆与公众沟通的新桥梁。如在《12K微距看国宝》节目中,利用超高清技术近距离展示文物细节,讲述细微之处不为人知的国宝故事。在前不久的三星堆遗址考古发掘阶段性成果发布中,双方再次合作,在技术和策划上创新,一方面面向公众近距离直播考古挖掘现场,另一方面多维度呈现文物发掘过程及其历史文化背景,同时在直播间加强互动营造“沉浸感”,并请专家随时进行专业讲解补充,趣味性与专业性的强强联合丰富了用户的观看体验。同步发布的系列短视频《文物初醒瞬间》,带领观众30秒速览古老文物的“面世”瞬间。优秀传统文化与硬核技术手段相结合,通过新媒体为观众带来前所未有的视觉感受,打造出一场围绕三星堆遗址的视觉盛宴,使文物从历史中“走出来”,在屏幕中“活起来”。

今年国际博物馆日当天,河南博物院联合人民日报合作推出的创意视频《古乐新声越千年》,赢得了高达1.1亿次的视频全平台曝光量。古代乐器与流行音乐的碰撞,让观众通过历史与艺术的对话产生共鸣。虎年春晚的火爆作品《只此青绿》,将静止的《千里江山图》转变成一场诗意震撼的舞蹈盛宴,悠远绵长的中国传统绘画被赋予无限的生命力和想象力,在网络上以短视频的形式被广泛传播。这些作品之所以能够“出圈”,就在于借助博物馆得天独厚的内容优势,将传统文化资源通过新的形式重新整合。在新媒体的助力下,文物被赋予更多现代趣味,博物馆的文化辐射范围得以扩大,内涵深厚的中华优秀传统文化烙印在国内外观众心中,从而实现了传统与现代的“美美与共”。

新媒体不仅可以穿越时间的阻隔,还可以打破空间的距离。7月6日,中国国家博物馆联合国内外33家博物馆发起“手拉手:共享世界文明之美——全球博物馆珍藏展示在线接力”活动。10位中国博物馆馆长携手向世界传递中国声音,并与各国博物馆一起通过珍藏向海内外观众展示人类文明的璀璨成果。活动以直播作为开端,通过数字虚拟技术等形式,将甄选的藏品高清呈现在观众面前,同时利用动画特效阐释藏品背后蕴藏的历史文化价值,观众还可以通过“博物馆珍藏”小程序,实现“全球漫游”的文化体验。博物馆作为向世界展示中国形象、彰显中国风貌、发出中国声音的一扇窗口,正借助新媒体的传播力和影响力,让文物说话,让历史说话、让文化说话,使全球观众共享中华文明之美。

“如将不尽,与古为新”,创新是文化发展的活力源泉,也是文化发展的动力根基。中华优秀传统文化只有不断拥抱新技术、新潮流,方能历久弥新。新媒体的出现推动了多种传播方式的融合,使博物馆的信息传达摆脱了时空的桎梏,插上了文化传播的“翅膀”。利用新媒体讲故事、传文化,是博物馆拥抱数字化潮流的必经之路,更是向世界讲好中国故事、促进文明交流互鉴的必由之道。(作者为文化和旅游部恭王府博物馆馆员)

## 蒲剧艺术周展示河东文化

本报电(文纳)为期一周的2022首届蒲剧艺术周日前在山西省运城市开幕。活动由中国戏曲学会、中国戏曲表演学会、山西省戏剧家协会、中共运城市委市政府、中共临汾市委市政府主办。

蒲剧是中国戏曲艺术苑中的璀璨明珠,因元末明初诞生于运城古蒲州地区而得名,又名蒲州梆子、乱弹等,主要流行于晋、陕、豫、甘、宁及内蒙古等地区,唱腔慷慨激昂、粗犷豪放,又不失委婉缠绵、优美抒情韵味,对多种戏曲的形成、发展与成熟都产生过重大而积极的影响,被誉为梆子戏的鼻祖。几百年来,蒲剧的舞台上产生了大量名家大师。新中国成立以来,以王秀兰、任跟心、郭泽民、武俊英、王艺华、景雪变等为代表的几代蒲剧艺术工作者,为蒲剧艺术发展作出了杰出贡献。

运城古称“河东”,是中华民族和中华文明的重要发祥地之一。运城戏曲文化源远流长,素有“戏曲之乡”的美称。蒲剧,是运城独具特色的文化符号,也是承载河东文化的亮丽名片。首届蒲剧艺术周以“传承优秀传统文化,促进蒲剧繁荣发展”为主题,举办了蒲剧艺术电视专题展播、蒲剧发展史展览、蒲剧传承发展研讨会、王艺华和景雪变蒲剧艺术传承专场、蒲剧青年新秀演出专场、“蒲苑芬芳”交流展演等精彩活动,集中展示蒲剧艺术传承发展盛况,为人民群众献上一场精品荟萃、异彩纷呈的蒲剧艺术盛宴。



▲蒲城戏曲周开幕演出上演的戏曲联唱《蒲乡新韵》片段。