

中国风动画电影中色彩的民族性表达

■文/潘琳

动画作品中不同的色彩会给人不同的感受,也承载着不同的文化与民族表达,是一部动画作品必不可少的重要组成部分,它不仅可以通过渲染气氛、丰富画面、揭示主题,还可以提高动画作品的感染力。在近年来越来越受到世界动画界瞩目的中国风动画作品中,色彩的表达不仅是一种对客观事物色彩还原与描绘,也不仅是一种带有主观性的个人创造,更是一种承载着民族性的文化传承,更是一种肩负着传承与发扬中国文化使命的文化建构。一定程度上,中国风动画中的民族性表达是一种对中国立场的坚守,它承担着表达国家文化自信的使命。

一、水墨动画中诗意化的文人表达样式

中国风格、民族特性是中国风动画视觉表达体系的文化主体与精神核心。设计、制作和传播中国风动画在表达民族性的过程中,必须原汁原味地传递本土文化中的基本内容。因此,信息等值传递和效果灵活对等就成为中国故事讲述与中国风动画制作的重要基本原则。中国风动画要想展现民族文化特质,需要在造型、表演及叙事等动画制作各层面做出相应的努力,在一种和谐统一的风格中使作品的媒介形式与表现内容达到统一。首先,脱胎于文人画的水墨动画是最具有典型性与代表性的民族表达样式,也是最为诗意化的民族表达样式之一。中国风水墨动画的经典色彩表达样式确立于上世纪60年代,这也是中国动画电影的第一个黄金发展时期。在《乌鸦为什么是黑的》“乌龙”事件后,上海美术电影制片厂在60年代初推出了中国首部水墨动画《小蝌蚪找妈妈》。《小蝌蚪找妈妈》可以称得上是动画领域“中国风”的一大创造性体现。它借鉴传统的水墨画色彩,在颜色的选择、配合、上色及晕染方式方面大胆创新突破,在虚实结合的笔触下用水墨绘制出了青蛙、蝌蚪、莲叶、鲤鱼等自然晕染的图像。《小蝌蚪找妈妈》善于利用纸的空白描绘澄澈的水中世界,色彩搭配做到了淡中有物、浓而不闷,即使是画面中的主体较少或重复,也能利用色彩的调配调整画面空间的整体感受。例如当小蝌蚪找妈妈找到小鸡时,岸边的小鸡一只为深褐色,另一只则为鹅黄色,两相对比之下沉稳耐看而富有生机,两只鸡仔的头上还点缀着青黑相间的瓜叶,进一步丰富了画面的色彩。片中最惊艳的场景之一,是小蝌蚪找到了几尾游动的金鱼,导演用晕染开的橙红色作为金鱼在水中摇曳的尾巴,很好地呈现出了金鱼尾部半透明的情状。在小蝌蚪终于找到自己的妈妈——青蛙之后,画面中绘制了一只大青蛙带着两只小青蛙站在荷叶上的情景。由于青蛙背部黑,胸前白,颜色较为单一,导演还特地在画面右侧绘制了一朵盛开的荷花,以荷花的红色与花蕊的黄色,将画面衬托得生机勃勃,富有活力。

在中国画中,墨水的色彩与浓淡讲究自然均匀,图像浓淡配合,疏密有致,无论是平涂的重色,还是晕染的轻色,都“尚化而成”。水墨动画也是一样,它并非设色勾线,而是让颜料自然渲染出浑然天成的图像,线条与图形本身紧密结合。《小蝌蚪找妈妈》中的

色彩借助彩色墨水在画布上晕染,不同色彩的运用得巧妙、适当,金鱼则会呈现丰富的变化。这样疏密结合、浓淡有序的质感,优美灵动的表情动作,正符合水中童话世界的轻灵优雅,且兼具中国画意大于形、气韵生动的特征,使动画片的艺术格调有了重大的突破。此后,上海美术电影制片厂又制作了《小燕子》、《牧笛》、《鹿铃》、《山水情》等多部水墨动画,均获得观众的好评。在黑白两色勾勒出的辽阔旷野中,《山水情》中老琴师在羽化飞升前将心爱的古琴转交给琴童,琴童倾尽毕生所学以一曲《山水情》相送的一幕,在80年代末的出现颇具符号意义。一方面,它所采用的水墨动画气质和山河大川所呈现出的淡然幽远之境不谋而合,这种形式显示了这个古老国家顽强的文明惯性;另一方面,它所传达的内容,学琴的女孩与闲云野鹤似的琴师,却是一种香火孤传式的忧伤与苍茫。《山水情》本身就如古诗般清淡雅致,始于因缘巧遇,终于翩然离去,令人回味无穷;配合潏潏悠扬的琴声,与淡阔疏朗的山水形成了诗画般的呼应。一曲毕,少年抬眼远眺,老琴师的船已渐行渐远,飞鸟也翱翔远去,充满悠远的传统文化韵味。至今,水墨动画中的“山水情”仍然备受许多中国风的动画制作者青睐。

二、民俗动画中生动活泼的民间表达样式

动画设计与制作既是一种以色彩与形象表现立意的艺术活动,又是一种承载着本土文化的思维活动。在制作中国风动画时,不仅要继承和发展中国传统美术体系中的符号信息,更要传递其所承载的文化信息,并尽量保持传递信息的多元化。

在水墨画的文人谱系之外,来自民间劳动人民的智慧也始终是讲述中国故事、传播民族声音的重要文化资源。我国民间艺术是我国不同地域、不同生活习惯的劳动人民在漫长的历史进程中不断探索与创造出来的艺术。与诗化、意境化的水墨动画相比,许多讲述民间故事的民俗动画也在形式上借鉴了木雕、年画、民间戏曲、民间玩具、剪纸等各类民俗活动等“大景观式”的传统文化元素,用看一场民间生活大戏的逻辑,将诸多可供观赏的视听元素以独具匠心、生动活泼的色彩搭配显示出另一重迥然不同的生命力。线条跃动、流光溢彩间的美术语言与神态气韵,也表现出中华民族的血脉之根、精神之魂。

通过对中国风动画电影中色彩的剖析,色彩不单只是代表颜色,而是通过创作者精心设计出的带有内涵美、视觉美并服务于影片的艺术色彩。动画电影是通过色彩揭示传统与现代、文人与民间两方面内涵的。只有在电影中灵活的运用充满民族性的色彩,才能将中国风动画电影的深刻内涵完美的表达出来,所以一部好的动画片单纯有个完美的故事是远远不够的。中国风动画鲜明的民族性特征不仅决定了中国风动画的传统元素继承与保留效用,还显示了未来中国文化发展的动力机制和思想资源。这不仅是一种历史选择,更是一种文化选择。

(作者系上海出版印刷高等专科学校文化管理系讲师)

中国电影产业链的现状与优化路径

■文/张言坤

电影产业链是指以电影为载体,融合创意、投资、制作、宣传及发行等环节的集合体。无论是前期电影的融资和制作,还是中期电影的宣传和发行,以及电影完成后的放映等,都是电影产业链的分支。当前,互联网的发展正在逐渐改变传统中国电影产业链的生态格局,海量互联网数据已全面渗透电影产业链各个环节,推动中国电影产业的全方位变革。然而任何事物都具有两面性,中国电影产业唯有充分遵循互联网时代中国电影的生产逻辑,不断挖掘新时代电影产业链的全新价值,持续健全和优化产业链布局,才能推动中国电影行业进入健康高效的发展轨道。

一、中国电影产业链的现状

当前,中国电影产业发展迅速,票房增长速度和规模均全球领先。据《2021中国电影产业研究报告》显示,受新冠肺炎疫情影响,中国电影市场受到极大冲击,2020年全国电影总票房204.17亿元。但随着疫情逐渐可控化,中国电影行业逐渐回暖,2021年中国电影总票房达到472.58亿元,行业市场规模高达2349亿元,同比增长23.2%。这表明中国电影市场正在逐步进入调整恢复期,市场活力和产业动力将进一步迸发。

近年来,中国电影全产业链布局逐渐向其上游的内容制作和投资、中游的宣传发行及下游的院线影院终端放映和衍生品开发等方向发展,电影产业链的整合趋势日益明显。同时,互联网公司充分介入中国电影产业链的各个环节,使电影制片、宣发及电影放映逐步互联网化,全方位改变中国电影产业格局。

中国电影产业上游投资制作方是电影产业链的先导和关键环节。传统电影产业主要依赖政府资助、影视公司投资及银行贷款等多种融资渠道。众筹作为拥有互联网基因的新型融资方式,为电影产业市场带来新思维,使电影产业投资主体日趋多元。电影制作方首先在众筹平台将预期的投资回报率进行公示,然后由用户自主决定是否参与投资。这种方式不仅为用户参与文化投资、共享文化产品高附加值提供了一种可能,而且为一些中小电影公司及优秀的电影产品找到更多的融资途径。以百度十元众筹项目“百发有戏”为例,该项目上线仅两分钟便获得1500万的投资意向,既可有效解决小成本电影融资难的问题,也可为消费者提供一个投资理财的新产品。另外,以“BAT”为代表的互联网龙头企业通过开发在线票务、付费视频等内容逐渐延伸产业链,促使大量互联网用户参与电影投资,使电影产业链的投资渠道不断完善。

中国电影产业中游发行和营销环节在注重品牌塑造的前提下,更加注重发行模式的创新。一方面,受新冠肺炎疫情等因素的影响,许多影片的发行计划被打乱,影片临时撤档成为常态,时刻考验着片方的宣发和营销能力。基于此背景,网络电影便成为特殊时期中国电影产业链全新的营销模式。据《2021中国网络电影行业年度报告》显示,2021年上映的网络电影共551部,正片有效播放量达452亿,其中85%的网络电影均采用自主营销的模式。各大互联网视频网站分别采用点播付费分账模式、多平台联播的发行模式及短视频推广等方式进行电影营销,可为优质影片提供广阔

的市场空间,激发其票房潜力,而且可降低投资风险,持续引发电影投资热度。例如,爱奇艺和优酷通过多平台发行模式推出网络电影《无间风暴》、《新进学威龙》、《黄皮子坟》等,均获得上千万的分账票房,实现了票房和投资回报的双丰收。另一方面,在线票务平台也是近年来电影发行的主要模式之一。该模式是基于互联网平台的在线售票行为,产业链上游连接内容生产方,下游直接连接消费者。据艾媒咨询数据显示,2022年有超过九成的用户使用猫眼、淘票票等在线票务平台进行购票,在线票务平台成为电影宣传、发行和售票的主要窗口,持续推动中国电影产业链的转型升级。

中国电影产业链的下游终端环节直接与消费者对接,主要包括院线放映和衍生品开发两种形式。院线电影是实现电影价值、实现投资回报的关键环节,也是整个电影产业链的基础。近年来,得益于中国有效的疫情防控措施,中国院线市场整体趋于平稳,但是相较于2019年仍呈大幅下滑趋势。据国家电影专资办“中国电影票房”App显示,受疫情等因素影响,2020年中国院线电影总票房202.74亿元。其中,票房过10亿的影片有4部,《八佰》以31.09亿登上年度票房冠军宝座,《我和我的家乡》、《姜子牙》分列第二和第三。不仅如此,从全国影院市场来看,一二线城市影院市场逐渐趋于饱和,而三四线城市影院的观影需求得到充分释放。从票房收入的市场份额来看,一二线城市依然是中国电影市场的主力军,但整体市场份额逐渐下降。巨大的市场潜力和相对合理化的成本投入,引发各大院线加快布局三线以下城市。

二、中国电影产业链的优化路径

近年来,移动互联网已成为中国电影产业链各个环节全面升级的重要力量,特别是2020年新冠肺炎疫情的发生使人们逐渐意识到网络对于电影行业的重要性。互联网技术正在全面渗透电影产业链的各个环节,推动其投资制作、发行放映与电影衍生品开发等产业链的全方位变革。但同时,互联网技术的应用也为电影产业带来许多风险和不确定性。在此背景下,中国电影市场应充分遵循以互联网为纽带的电影产业链的健康可持续发展。

互联网金融为中国电影产业链的融资环节注入新活力。电影产业本身具有的融合属性和广泛的受众市场与互联网金融的核心理念和价值功能十分契合,这是互联网金融能够全面介入中国电影产业链的重要基础。在现有的互联网金融体制下,中国电影产业应构建科学、完备的电影产业融资体系,拓展电影融资渠道,开创电影融资新模式。一方面,应健全互联网金融相关法律法规,完善和优化互联网环境下的金融业务规则,健全互联网金融体系,从而拓展电影产业链融资渠道。另一方面,中国电影企业应结合中国电影融资需求,积极主动探索灵活多样的融资模式。众筹融资作为中国电影产业融资模式探索过程中的重大创新与突破,不仅可使处于电影产业输出端的受众成为电影投资方,而且可有效破解中小电影企业的融资困境,为中国电影市场提供全面多元的发展环境。以阿里巴巴、百度为代表的互联网企业均依托自身发展优势搭建互联网众

筹平台,其中《西游记之大圣归来》、《大鱼海棠》等电影的推出均离不开网络众筹。同时,中国电影产业需进一步完善电影保险业务,逐步建立完片担保机制,全面评价剧本质量、电影收益及从业人员,从而规范融资环境、降低融资风险。

网络电影为中国电影产业链的发行环节提供新渠道。2020年新冠肺炎疫情蔓延对传统院线电影带来巨大冲击,严重制约中国电影产业的发展。网络电影作为新时代中国电影产业链全新的发行模式,不仅打破了传统院线电影和网络电影的发行边界,而且有助于拓展互联网电影市场的受众群体,形成与院线电影差异化竞争的产业格局。一方面,视频网站通过推出网络电影分发项目以推动网络电影的多元化、精品化发展。例如,爱奇艺推出PVOD发行模式,旨在为电影市场提供广阔的发展渠道,进一步构建电影产业链发行环节新业态。另一方面,在新媒体时代,需依托于大数据体系,有效监管在线票务平台,摒弃行业市场不正当竞争,保障电影产业的良性发展。例如,优酷视频网站依托于阿里生态的大数据体系,深入介入电影产业的宣发环节,为影片提供资源和策略方面的技术支持。当前,在线票务系统“淘票票”与优酷的用户数据已全面打通,并且利用大数据分析促进电影宣发环节的全面升级。

新型影院为中国电影产业链的放映环节提供新思路。电影院作为中国电影产业链的终端环节,不仅是电影变现的主要渠道,而且在电影产业的生态格局中扮演着至关重要的角色。随着电影市场环境的改变,观众的认知需求和消费理念发生变化。同时,随着3D影院的普及,观众的观影需求进一步升级。技术的进步促进4D/5D动感影院、VR电影、球幕电影等新型影院产生,不仅可为观众带来独特的观影体验和视听享受,而且可促进电影院走向精细化、特色化发展道路。因此在新媒体时代,网络电影行业应紧跟时代变化,创新电影放映模式,以满足当下不同观众的观影需求,甚至应引入多元跨界业态,提供与电影文化相关的特色产品,改变传统电影院的产品形态。一方面,影院应顺应科技演进趋势,借鉴汲取高新技术先进理念,激发影院发展内生动力,不断推进产品业态和模式创新。影院可结合AR/VR、实时交互、三维立体等数字技术,为观众打造沉浸式的多元立体场景。另一方面,电影院应围绕电影主体品牌,吸纳与之相配套的产品业态,打造综合型的电影文化中心。例如,中影泰德旗下的产品“电影文化中心”就是一个涵盖影院、书店、剧场、新零售等多元业态的电影综合体,旨在为消费者打造体验式的文化场景和氛围。

三、结语

综上所述,中国电影产业在经历黄金10年的高速发展后,正在逐步进入调整恢复期,市场活力和产业动力得到持续激发。同时,互联网技术已全面渗透电影产业链的各个环节,推动其上游融资制作、中游宣发及下游的院线影院终端的全方位变革。中国电影产业链应顺应时代发展要求,充分考虑各个环节的优化和整合,不断健全产业链布局,推动中国电影产业链进入一个崭新的发展赛道。(作者系安徽财经大学经济学院本科生)

《声屏世界》征稿启事

《声屏世界》是由江西广播电视台主管主办,是全国广播影视十佳学术期刊,荣获“全国中文核心期刊(1992年)”称号。《声屏世界》1988年创刊,全国公开发行。

国内统一刊号:CN36-1149/G2
国际标准刊号:ISSN1006-3366
投稿邮箱:jxspsj@163.com jxspsj@126.com
电话:0791-85861504 0791-88316904

