

中国动画仍有巨大成长空间

近年来,国产动画快速发展,总产值已突破2200亿元,年播超过200部,用户数以亿计。质量优良的动画作品与不断扩大的产业规模,共同构成蓬勃发展的大趋势,不仅提振了行业信心,也培养了一大批忠实受众。但我们在为这些丰硕成绩感到欣喜的同时,也应看到国产动画发展还存在巨大的成长空间。比如,动画电影偶现票房和口碑俱佳的黑马,却未能达到广有良驹的程度。即便是在动画电影票房达到2020—2022年均值两倍以上,2023年,全年上映62部动画电影,仅有4部国产动画电影票房过亿。电视和网络动画领域,能打破既有受众圈层的爆款作品也屈指可数。国产动画在国际市场能见度还不高,能被外国人广泛认知的IP或作品有限,能在国际重要动画节展上获得奖项的更是少之又少。之所以出现这种现象,其核心问题在于国产动画原创力不足,应该引起业界关注。



图片来源:网络

同质化制约行业发展

国产动画原创力不足,涉及题材选定、剧本创作、美术设计等诸多方面。近年来,国产动画出现一种同质化现象。要么如《白蛇:浮生》《落凡尘》一般以神话传说为基底,要么像《熊出没》系列、《武庚纪》那样围绕游戏、漫画、网络文学等领域已有作品的改编续写做文章。观众对这些IP衍生作品的故事大多比较了解,创作者们进行艺术创作时难免“束手束脚”“进退两难”,向前一步怕观众觉得“过于创新”,偏离固有认知中的故事走向;往后一步又容易陷入乏味无聊,让人看了开头就知道结尾的窘境。

国产动画在题材选择上体现了鲜明的中国特色,但在美术呈现方面却还没有建立起一套独特完整的体系。有的2D作品弥漫着日本二次元风格。无论是背篓中会眨眼睛的植物的设计,还是打篮球的运动少年的形象,都能看出模仿痕迹。3D动画里则出现一些“欧美范儿”的“建模脸”,似乎“共享”了一套高鼻梁、深眼窝以及僵硬的面部表情。还有部分作品把古老的历史、当下的现代和未来的想象放在同一个情境中。古今中外,各种风格、元素杂糅拼贴,给观众带来混乱之感。

“精美画面和震撼视效不少,但逻辑严密、情感真挚、韵味悠长的好故事不够多。”除了美学呈现的不足,很多观众还看到了国产动画在故事讲述上的短板。一些作品为了适应当前短视频传播的特点,堆砌多个具有话题性的桥段,却忽略了故事的完整性和思想性,徒有碎片化的“高光时刻”,却缺乏连贯的叙事线索和鲜明的主题立意。一些作品只专注于高概念的故事设定,却没有鲜活真实的人物形象和符合逻辑的故事细节支撑,结果虎头蛇尾。还有一些作品为了制造戏剧冲突,牺牲了人物塑造的合理性,导致一些形象成了机械化推动剧情走向的“工具人”,缺乏自洽的行为逻辑和价值理念。凡此种种,都是原创意识不足的表现,这成为制约行业高质量发展的主要症结。

原创力不足仍是问题

国产动画原创力不足,是诸多因素共同作用的结果。中国动画发展早期,以上海美术电影制片厂为代表的国营制作单位将国画、剪纸、皮影、木偶等传统艺术手法与彼时的手工动画技术相结合,创作出以《小蝌蚪找妈妈》《大闹天宫》为代表

的一批具有中国特色的经典动画电影作品,创造了国产动画的艺术高峰。20世纪90年代,电视兴起,市场对动画的需求量激增,原有的动画生产效率一时间难以跟上市场扩张的节奏,于是引进大量外国动画。这些外国动画快速占领市场,成为那个年代孩子童年记忆的一部分,也对动画创作带来深远影响。随着改革开放进一步深入,各种民营、合资的动画公司出现,主要以承接外国动画代工项目为营利模式。中国动画人受日本、欧美动画创作理念和美学观念影响,即使独立创作亦有意无意地模仿照搬,使创作呈现一种“二手美学”倾向。

近年来,随着3D技术发展,游戏业蓬勃发展,很多成熟的动画人才转投游戏领域。面对经营压力,一些动画制作公司开始承接游戏广告片、过场动画等利润相对更高的项目。这些代工经历使中国动画形成一种重技术轻艺术、重画面轻故事的固有思维。相较于扎实的剧本创作,动画出品方更愿意将预算用于中后期制作,尤其是少数几个“名场面”的打造。

此外,行业规模有限,容错率较低,也是导致原创土壤匮乏的一个原因。除了少数出圈的动画电影,其他动画作品尤其是电视动画、网络动画,既有用户规模小于真人影视作品。但动画作品尤其是原创动画作品的制作成本却与同等规模的真人影视作品不相上下。在这种情况下,相较于开发周期更长、结果更难以预测的原创动画,部分创作者出于经济利益的考量,更倾向于改编经过市场检验、流量和口碑较好、故事情节相对成熟的IP,只求在美术技术、编导手法等层面进行“微创新”。这样创作效率相对较高,投资风险相对较低。

向传统文化深处开掘

原创力包括对现实生活的提炼、题材选择的开拓、主题意蕴的探索、故事构思的想象、艺术内涵的传达等,既有对现有故事内容、表现形式的创新,也意味着对隐藏在内容形态背后人类艺术审美共性、共同规律的多维度拓展。原创力的高下,是衡量动画发展水平的重要指标。提升中国动画原创力,是一个系统性工程,需要多方发力,协同作战。

动画人自身要扭转思路,将创作重心放在如何提高原创水平上,不怕出错,不断试错,探索具有中国特色的动画故事和美术风格。比如在剧本创作上,应强调编剧在主创中的地位以及剧本创

作在动画生产流程中的重要性。与其他基于摄影机记录性的影视创作相比,动画由于生成机制不同,具有高度假定性。剧本创作是动画影视创作开始的第一个步骤,是一部动画片从无到有的最初工作,动画各部分的创意设计都基于此展开,是作品能否让大家认可的关键。所以,动画人必须将编剧当成创制流程的重中之重,为其提供充分支持和足够空间,助力其创造既符合逻辑性又富于想象力,能让观众充分沉浸其中的动画故事。在美术呈现上,动画人应从中国传统文化角度出发寻求解决方案,探索中国动画美学的突破口。比如动画片《大理寺日志》,虽然是架空故事,但其在美术上遵循唐代风格,打造较为真实可信的美术情境,使观众产生代入感。在题材选择上,可以积极投入短片创作。动画短片集在创制上与动画电影、电视动画等相比投入更低,自由度更高。它不仅可以成为新人或跨界者入行的敲门砖,亦可以通过互联网传播发酵,发掘观众新的观赏需求,筛选具有创新可能性的选题。比如,《中国奇谭》中的《小妖怪的夏天》因具有社会话题性的切入视角和与之匹配的复古美术风格,被观众津津乐道,主创已立项,打算将其改编成电影。广州美术学院的毕业设计短片《落凡尘》因独特的人物设定以及新颖的故事架构受到网友喜爱,很多人表达希望看到电影版的诉求,主创用五年时间将其拓展为长片。这些成功经验值得业界推广借鉴。

专业院校、制作公司、媒体平台也应为建构更有利于提高原创力的体制机制、营造健康的行业生态和良好的社会语境做出努力。比如在储备人才上,深耕产学研一体化,培养创新型动画艺术人才,让课堂教学、技术研发、产业实践三者相互促进、相辅相成,形成“教学为主导、科研为支撑、产业为导向”的培养机制,按照产业链条布局专业模块,组建工作室,以“项目制教学”形式由企业、学校共同开展实践教学,用行业生产流程、岗位标准和职业导向强化人才培养,实现专业模块与就业岗位无缝对接。在行风建设上,在全社会范围内大力倡导保护原创、鼓励原创、尊重原创的理念,严厉打击抄袭剽窃行为,保护原创权益。

只有多管齐下,提升中国动画原创力,勇于开发新选题,尝试新风格,打造新故事,动画精品才能源源不断地涌现出来,进而汇聚成一股巨大的文化能量,成为打破中国动画市场规模天花板的增长点,讲好中国故事、探索中国影视国际传播新表达的突破口,助推影视行业在高质量发展的道路上稳步前行的不竭动力。

来源:光明日报