

媒介“补间”与文化资本搬运： 基于 Flash 动画的知识溯源

聂伟¹，陈焕庆²

(1. 上海戏剧学院，上海 200040；2. 上海大学上海电影学院，上海 200072)

摘要：Flash 动画的知识溯源工作，有助于管见国内媒介语境近 20 年间的迭代转换。早期 Flash 动画因顺应视觉文化的“简约化”风潮而流行一时。随着网络文化产品生产与传播方式的迭代式升级，Flash 动画以融入其他媒介的方式复现，表现为技术演进、资本搬运和文化基因赓续的动态过程。上述考察，对于理解新世纪以来中国媒介置身“百年未有之大变局”之中，有关技术、资本、生产力与生产关系等要素的变迁，具有案例借鉴价值。

关键词：Flash 动画；技术补间；媒介更迭；复现

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2023) 06-0071-08

在世界范围内，媒介技术的迅猛发展不断推动影像表达、信息传播与文化产业形态的演进。回望传统媒体时代，技术迭代周期可能需要几十年甚至更长历史时段，后续媒介通常会完成对前身的补偿与完善；及至新媒体时代，这一周期被迅速加速“折叠”，其生成逻辑不复于对前身媒介发展的正向延长，而是另辟新篇，“将一切媒介作为自身的内容，成为一切媒介的媒介”^[1]。

上述情形，在新世纪以来中国媒介置身“百年未有之大变局”的语境变迁中，表现得尤为显著。本文拟以 Flash 动画为研究个案，在中国新媒体快速演进的变化中，努力描摹其“转瞬即逝”的动态画像。从新世纪之交的初兴与盛行，到 2020 年的“官宣退场”^①，短短 20 年间，Flash 动画在中国度过了一个相对完整的生命周期。理解 Flash 动画兴衰演变的文化逻辑，梳理其与媒介语境的同频共振，亦可理解近 20 年中国媒介技术、资本、生产力与生产关系的迁演。

一、技术“补间”：突破硬件与场景局限

回溯 Flash 动画，首先要重返其诞生的历史现场，追溯“旧技术仍新之时”^②。我们将借助媒介考古学“恢复物质性”“寻访异质性”“捕捉复现性”^[2]的实践策略，同时为避免落入窄化媒介历史的窠臼，辩证地汲取媒介考古学所排斥的“历史叙事”，试图丰富对媒介更迭与复现事件的认知。

首先是视像折叠。Flash 动画得以创制的物质基础，有赖于个人计算机的普及，以及一款名为 Flash 的交互式矢量图和网页动画设计软件的产生。Flash 的前身是 Future Splash Animator，由 Future Wave 公

基金项目：国家社科基金艺术学项目“新技术驱动电影产业转型发展研究”（20CC168）；上海市高水平地方大学建设创新团队支持项目。

作者简介：聂伟，男，教授，博士生导师；陈焕庆，男，博士研究生。

① 跨国软件公司 Adobe 自 2020 年 12 月 31 日起停止对 Flash Player 的技术支持，虽然其在中国大陆与重橙网络合作提供中国版的维护，但主流的操作系统与浏览器均已停用 Flash Player 服务。

② “旧技术仍新之时”（when old technologies were new）由美国传媒学者卡洛琳·马文（Carolyn Marvin）提出。参见 Marvin, C. (1988). *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, New York: Oxford University Press.

公司于 1996 年 5 月推出。次年年底, Macromedia 公司收购 Future Wave 公司, 用“Flash 2.0”命名该软件的第二代产品。20 世纪 90 年代末, Flash 软件传入国内, 因其技术门槛低、文件体积小、兼容性好、交互性及表现力强等特点, 在彼时互联网的一片蓝海中溅起巨量“水花”——一如其原名的英文直译“未来飞溅动画师”。

20 世纪 90 年代, 全球互联网尚处低带宽、高延迟的时期, 囿于带宽及计算机硬件性能, 视频、音乐等文化娱乐产品成为互联网上“在场的缺席者”。一方面, 计算机联网意味着彼时的网民可以“拨号上网”在线上传和下载文件; 另一方面, 受网速所限, 下载一首普通的 MP3 制式歌曲都需要 10 多分钟, 大体量视频内容下载更可能成为一场“马拉松”。相较而言, 文件体积更小的 Flash 动画显示出明显的传播优势, 其简明的交互界面还可设置开始、暂停等选项, 带有一定的交互功能, 彼时被认为是“网络时代的精灵”^[3], “一片尚待开发的处女地”^[4]。

Flash 动画之所以具备文件小的特点, 是因为 Flash 属于矢量软件。计算机显示的图形一般可分为两大类——矢量图和位图。矢量图是软件生成的绘图图像, 根据几何特性绘制图形, 可进行图像分离与重新组合, 文件占用空间小, 图像放大后不会失真。而位图是点阵图像, 由像素排列组合而成, 可以细腻逼真地表现色彩的变化, 但文件占用空间较大, 图像清晰度与分辨率相关, 放大后会失真。如果说, 影视剧和传统动画片如同仔细勾描的工笔画, 那么网络传播的 Flash 动画就像是线条简约的简笔画, 视觉形象以相对更为几何化、符号化的方式呈现, 讯息被压缩进较小的文件中。典型的视频代表如火柴人“小小”, 便是以象形的方式, 将人体简化为火柴棒, 通过一系列流畅的武打动作设计, 线性地表现人物“打通关”的游戏化过程。

不同于传统动画逐帧绘制位图的连续式呈现, 由矢量图组成的 Flash 动画画面, 仅需绘制起始点与终止处的两个关键帧图像, 便可通过 Flash 动画独创的 Shape 功能(即“补间动画”), 通过计算机运算形成关键帧之间的插补帧, 即“一键生成”动画。与传统动画相比, Flash 动画制作能节约人力物力成本, 技术门槛相对较低, 一台计算机便可单人制作 Flash 动画短片。网络视频制作者从而部分地获得通过 Flash 动画进行创造性表达的媒介赋权。相较于同时期的 CorelDRAW 等较为封闭的矢量动画制作软件, Flash 极具兼容性地支持导入 JPG、PNG、MP3、WAV、MOV、ASF、WMV、AVI 等多格式图片、音视频文件, 因而获得了更为广阔的应用场景。

Flash 动画可通过数值化呈现的特性, 为“闪客”^①的文化实践提供便利。早期的闪客高手们从国外网站上学习源代码, 并将部分源代码挪用至自己的作品中, 例如《新长征路上的摇滚》里杯中泛起的波纹便是源代码, 其作者老蒋本人即表示源代码分享与交流对于 Flash 动画创作的助益, “即使不懂编程, 也可以受它的启发……通过源代码来学习是个很好的方式”^[5]。当作品需添加某种类似于特效的效果时, “搬运工”们就会寻找类似的源代码, 分析该效果如何实现, 再根据需要进行改动。

由上, 站在早期新媒体市场风口, Flash 动画因具备一定的技术能动优势而迅速流行开来。然而, Flash 动画先天存在的技术不足, 也是显而易见的。矢量图的形式特点决定了常规 Flash 动画画面较为单调, 补间动画功能仅可用于制作简单的动图视频, 且在图像变形运动过程中容易失控, 面对较为复杂的动画制作时难免失真。虽可添加关键帧进行补救, 但精品级 Flash 动画同样需要专业团队耗费大量时间, 逐帧制作而成。更为重要的是, Flash 进程服务无法彻底终止, 因其程序语言属解释型, 易被解密, 包含诸多不安全因素, 上述结构性缺陷限制了基于 Flash 的艺术创作与商业开发。恰如两个“关键帧”之间的“插补帧”, 在互联网发展早期, Flash 动画简单、便利、高效甚至不无粗暴地填补了静态图文与动态影像之间的内容空场。但这种“补间”往往以简易甚至简陋的形式呈现, 无法满足受众对于高

① 闪客, 指 Flash 动画制作的爱好者与内容分享者。

品质视频的需求。

随着带宽提升与硬件升级,Flash的技术成本优势不复存在。作为生产力工具的个人计算机性能迅速提高,在高带宽、低延迟、广连接的5G网络环境下,网速已然今非昔比。在新的应用场景中,Maya、3ds Max等大型动画软件与HTML5等迅速取代并接管了Flash动画的产能。一度对静态图文内容完成“降维打击”^①的Flash动画,最终因技术局限而被携带更为丰富视听体验的媒介所淘汰。当更“高维”的媒介出现并能更便捷分享网络视频信息之时,Flash的“补间”使命也步向终结。

其次是意义降维。在Flash动画风靡期,凭借模式创新对图文内容形成了不对称打击,其内容表现则通过意义降维,降低了受众的认知和参与门槛。广为传播的Flash动画大都用简易直观的画面进行通俗化表达,带来即时、感性的观看体验。

老蒋的《新长征路上的摇滚》将崔健同名歌曲及其卡通形象作为素材,拼贴生成风格化“野生版”MV。BBQI的《都市三重奏》,则用夸张谐谑的漫画风格将超载巴士甩客致伤、抢劫犯铁棍伤人、餐饮行业卫生状况堪忧等社会热点事件糅合进一部3分钟时长的动画视频中,另一部《伊甸园》聚焦环境污染问题,寥寥数笔绘出原始社会田园牧歌至工业时代生存废墟的画面对比。卜桦的《猫》借用《末代皇帝》配乐渲染情绪,讲述猫母护犊、小猫救母的反哺故事。另有一众网络视频作者,根据《东北人都是活雷锋》中风格诙谐的歌词内容创作出形形色色的动画MV,助推该歌曲成为大众耳熟能详的“洗脑神曲”。

Flash动画在新世纪初的迅速风行,源自世界范围内大众文化的“视觉转向”^②，“文化脱离了以语言为中心的理性主义形态,日益转向以形象或影像为中心的感性主义形态”^[6]。语言学转向强调世界与语言具有紧密的意义指称关系,而视觉转向则指征了人们对世界的认知方式迁变,标明当前的大众文化愈发围绕图像或影像来结构、运转。经由媒介技术不断更迭、助推,图像与影像在日常生活中扮演着越来越重要的信息传递角色。

在视频文件加载较为迟滞的阶段,Flash动画颇为有效地填补了网络空间中动态影像的空白地带,且因顺应视觉文化的“简约化”风潮而大行其道。在此期间,主流媒体对这一通俗媒介文化的评论显得审慎而乐观:“flash动漫语言及其表现形式,不仅是时尚、先锋的,并且是或首先是通俗的;flash动漫被广大观众喜爱,当然也是‘通俗’最有分量的佐证。”^[7]仅过了4年,社会风评就发生了变化,Flash动画改编小品和相声段子被批评“缺乏创新不说,机械、单调,一点都没有真人版的风采”^[8]。其间,公众审美认知透过主流媒体呈现为大相径庭的差异化表达,恰恰说明,曾经拥有的“补间”优势陷落为内容“平替”^③,大量涌现的同质化作品很快让观者产生审美疲劳。在其最繁荣的时候,Flash动画宿命般地“成了廉价、低俗、平庸的代名词”^④。

2006年前后,土豆网、优酷网、酷6网、六间房等视频网站先后成立,网络视频勃兴,成为视觉内容表达的主要载体,网民们开始不满足于创制和观看形式单一的Flash动画,那些精致复杂的Flash

① 降维打击,出自科幻小说《三体》,本义是改变对方所处环境,使其无法适应,从而凸显出己方的优越性,属于一种战略手段。后该词在商业领域快速传播,用于形容一种商业思维,并由字面“望文生义”,即用于形容拥有高端技术的群体直接进入低端技术群体的领域,对后者形成碾压式的打击。而其简化版“降维”一词,则用来形容使用新技术或新方法,使得某一方面难度降低。参见孙晓青《从“碾压”到“降维打击”》,《语言文字周报》2020年10月16日,第4版。

② 美国艺术批评家W. J. T. 米歇尔(W. J. T. Mitchell)于1992年提出“图像转向”(the Pictorial Turn)一说,后被马丁·杰伊(Martin Jay)、米尔佐夫(Nicholas Mirzoeff)等学者更广泛地概括为“视觉转向”(the Visual Turn)。参见W. J. T. 米歇尔《图像转向》,周宪主编《视觉文化读本》,南京大学出版社2013年版,第43—44页。

③ 平替,“平价替代品”的简称,指功能相似但质量低于理想目标的平价产品。

④ 据闪客皮三的回顾与总结,2003年之后的几年里Flash动画和网站遍布网络,网络动画成了廉价、低俗、平庸的代名词。参见皮三《网络动画3.0时代》,《中国电视·动画》2014年第2—3期,第10—15页。

动画,需转换成视频格式才能在网上赢得更多点击。如 2005 年 Flash 动画《少林兔与武当狗》在网上被广泛传播,2007 年其续作《兔子哪里跑》完成时,制作者李智勇发现 Flash 动画平台已经“不再有魔力”,所以《兔子哪里跑》被转换成 AVI 视频格式并上传至视频网站后,才成为热门作品。^[9]而风格雷同、画面简单之作,则淹没于巨量视频的浮沫中。

由此可见一幅媒介更迭的生动图景:某种文化媒介在较为适宜的语境“生根发芽”,当其难以满足不断递增的生产消费需求时,便迅速被其他媒介所替代,而后续者也将大概率循此近似的轨迹与转换形式。

二、媒介“补间”:后 Flash 时代的文化资本搬运

当 Flash 软件停止更新、闪客们不再热衷于 Flash 动画创制与分享,在 Flash 动画成为相对的“旧媒介”之后,其技术表征与文化表达是否彻底画上了休止符?在媒介考古学者加内特·赫兹(Garnet Hertz)和尤西·帕里卡(Jussi Parikka)看来,媒介不会彻底消亡,而将以新的方式被再次利用。^[10]作为软件程序的 Flash 可以明确标注出诞生与终止期,而作为媒介形态的 Flash 动画,将会以融入其他媒介的方式时时闪现。这是一种新的“补间”形态。

一是从 Flash 到 Animate 的软件演进。2015 年底,Adobe 公司将 Flash Professional 的未来版本易名为 Adobe Animate。后继者 Animate 保留了 Flash 开发工具,添加了目前更为流行的 HTML5 页面开发工具,提供适配现有网页应用图片、音频、视频、动画等创作所需的支持。

Animate 对原 Flash 进行了流程优化,同样简单好用,虽无法成为当前动画制作的主流软件,但也有用武之地。有学者总结,Animate 在“动态分镜”和“角色动作设计”等环节具有相对优势,可以绘制简单的逐帧动画效果作为动态分镜,为动画中期制作人员提供视觉参考,也可以将角色拆分为多个部分,进行统一的素材管理,通过“补间动画”功能迅速生成角色动作,便于加速后期合成。^[11]

二是文化资本搬运。在媒介生产历史上,具有价值增值潜能的领域,资本往往不会缺席。1999 年,“边城浪子”(本名高大勇)创办名为“闪客帝国”的 Flash 动画平台,2003 年注册闪客互动文化传播有限责任公司,自此全面开启商业化进程。两年后获得 Flash 开发商 Macromedia 现金形式参股,期望通过与手机运营商合作,将闪客帝国的动画内容转化为付费彩信、彩铃。闪客帝国还与一些门户网站、电视台合作主办“金闪客奖”等 Flash 动画征集评选活动。而一些影视传媒公司和国有电视台,则顺势将一批闪客纳入制作团队,以丰富传统媒体的文本生产。

2001 年,民谣历史剧《鲁迅先生》制作人邀请老蒋和 BBQI 创制了 Flash 动画。该动画与鲁迅先生钟爱的木刻版画风格高度契合,交代了剧中的历史事件,成为舞美设计的重要组成部分。《鲁迅先生》的 Flash 动画应用遭到两极化评价,褒扬者认为“木刻风格的动画简洁通俗……又不失严谨庄重”^[12],而批评者则指出剧中动画“醒目而颇具视觉冲击力”,大有喧宾夺主之势,形式大于内容的现象“着实令人忧虑”^[13]。无论褒贬与否,Flash 动画都被视为剧中令人瞩目的一个因素。在关于形式与内容的文化争鸣中,剧作本身的社会影响不断扩大。^①

闪客与戏剧家的跨界合作,让 Flash 动画的社会文化能见度进一步得到提升,也让戏剧舞台融入了新媒介,两者形成良性互动。被誉为“网络张海迪”的闪客田甜,在获得 Flash 动画的全国性奖项之

① 2001 年第 5 期《文艺理论与批评》杂志“《鲁迅先生》争鸣录”专题收录评论《鲁迅先生》主题思想与艺术形式的 9 篇代表性文章,以期引起读者关注。在北京市戏剧家协会与北京市文联研究部于 9 月 3 日召开的“鲁迅与当代戏剧创作”的研讨会上,《鲁迅先生》是被集中讨论的三部“鲁戏”之一,该剧采用的现代手段被学者、媒体工作者们反复提及。参见编者《〈鲁迅先生〉争鸣录》,《文艺理论与批评》2001 年第 5 期,第 93 页;文波《近期文坛热点:评说“鲁戏”与重说鲁迅》,《南方文坛》2002 年第 1 期,第 70—71 页。

后,于2002年创办个人动画工作室,为改编自朱德庸同名漫画的电视剧《醋溜族》制作了动画。卜桦与儿童文学作家郑渊洁达成合作,2005年出版了童书《补画郑渊洁》,将郑渊洁童话故事的片章进行视觉化呈现。

上述Flash动画的商业拓展项目,大都属于与闪客们的短期合作,而长期制作系列Flash动画的工作团队则在同一时期渐渐聚合。2000年,国内首家Flash动画公司ShowGood将四格漫画《大话三国》改编为同名Flash动画,把传统的三国故事解构为小品式的搞笑段子,月浏览量一度超过1.6亿,在此基础上延伸出《小兵的故事》《三国外传》等Flash作品,开发了公仔、图书、DVD、网络游戏等衍生品。^[14]2004年,中央电视台曾推出语言综艺栏目《快乐驿站》,用相声、小品、歌曲、评书、电影等作品原声与Flash动画混搭的方式,再现观众集体文化记忆中的经典桥段。在参与Flash动画的配制工作人员名单中,便有老蒋、白丁、田甜等知名闪客。

作为闪客集聚的大本营,闪客帝国网站曾在很大程度上推动了Flash动画的传播与发展,并与传统媒体产业相融通。遗憾的是,就在成立的第十个年头,网站因经营不善而终止运营,但Flash资本参与媒介生产的经营模式,继续沿袭至当下。

以和闪客帝国一样具有强社区属性的哔哩哔哩弹幕网(以下简称“B站”)为例,其2009年成立后颇受资本青睐,先后获得四轮融资,2018年初在美国纳斯达克证交所挂牌上市,募资4.83亿美元。值得注意的是,2013年12月B站便在开曼群岛注册了离岸控股公司,为后续的境外上市积极布局。显然,B站的商业运作比闪客帝国更迅捷,这意味着前者能够以更快的速度将平台内容变现。如同闪客帝国设立Flash动画排行榜,B站每年都会评选百大“Up主”^①。相较而言,闪客们在闪客帝国网站自由聚散,各自从事的商业项目大多与平台不存在关联,而Up主们却是B站至关重要的媒介人力资本。B站不但以各种扶持计划吸引、联合知名Up主制作节目,而且时刻谨防头部Up主散逸或被其他平台争夺。在UGC(用户生成内容)领域资本逐鹿的格局下,B站不得不斥巨资绑定头部Up主,达成共同利益。例如,游戏Up主“敖厂长”一度加盟西瓜视频,2020年B站再次签回“敖厂长”,合约代价不菲。^②

对于“生控复制时代的艺术品”^③而言,被复制、被粘贴几乎成为难以逃脱的宿命。梳理Flash动画创作与传播的过往史,网络闪客常常盗猎其他作品、人物肖像甚至源代码进行二次创作,而他们的作品从生成的那一刻开始即面临同样的情境:被网民免费下载、复制与转发,也被媒介平台随意盗播。版权“原罪”与维权机制的缺位,使得独立制作者们难以顺利获取Flash动画市场变现。随着知识产权保护体系日臻完善,Flash动画野生时代走向终章。2017年初,B站发布长微博《为了保护原创UP主的权益,我们启动了一项维权计划》,反对一些营销号盗搬UP主稿件以及冒名圈粉的行为,宣布将着力打造维权体系,维护自身的内容生态圈。

然而,逐利是资本市场的永恒追求。B站在号召维权的过程中,也无法逃离怪圈。一方面,B站所界定的UP主的原创内容中,有很大一部分源自UP主对其他素材的二次创作,这牵涉到更为复杂的版权纠葛。如“敖厂长”回归B站时便因多部作品挪用他人视频素材而遭到网友质疑,该事件引发热议

① UP主,指上传视频到弹幕视频网站的人或团队。

② 盛传的签约价码高达4000万元,但B站方面否认了此金额,且未透露具体数字。参见36氪《B站签回游戏UP主“敖厂长”:独家合同为期5年》,微信公众号“36氪”2020年7月9日, https://mp.weixin.qq.com/s/iEC16N8lhccSzogw_b1XYg。

③ “生控复制”的提法源自美国学者W.J.T.米歇尔。狭义上,生控复制是结合计算机技术与生物学,使得克隆和基因工程成为可能,广义的生控复制涉及所有的新技术媒介与新政治经济结构。参见W.J.T.米歇尔《图像何求?——形象的生命与爱》,陈永国、高焱译,北京大学出版社2018年版,第343页。

后,“敖厂长”才不得不删除相关作品,并声明在视频制作中将“愈加规范……标明引用来源并作出感谢”^①。另一方面,B站“维权计划”的后续操作,表露出保护UP主权益的真实意图是最大限度地维护平台利益。2021年10月28日,B站推出“UP主版权保护计划”,正式为个人UP主提供手动申诉,全网侵权稿件自动检测以及一键维权等功能。该计划推出半年后,共有3万名UP主加入版权保护计划,成功下线侵权视频15万例。^[15]值得注意的是,该计划只有3级及以上的B站用户才能加入,换言之,B站实际上保护的是可为平台带来收益的小部分群体,缺乏商业开发潜质的散户并不包括在内。

三、“闪灵重现”:Flash文化的基因绵延

同步于媒介技术搬运与资本市场介入,Flash动画的文化基因也以主动融合的形式获得了赓续,它不仅体现在创作主体身上,还可见于不断演进的文本之中。

首先看创作人员分流。闪客是Flash动画制作领域的极客,他们热衷钻研计算机技术,并且乐于进行技术交流与分享,对美术、动画、影视等艺术领域怀有浓厚兴趣,进而深刻影响着该群体的制作风格。继小小、老蒋等闪客走红之后,越来越多Flash动画的观众加入闪客阵营,实现从内容分享者向创制者的身份转变,部分成为未来学家阿尔文·托夫勒所言的“产消合一者”(prosumer,即producer+consumer)。^②当闪客一族不断壮大,越来越多的Flash动画活跃于计算机屏幕时,闪客文化应运而生。

闪客群体不仅制作和传播Flash内容,还在闪客帝国、贴吧、论坛等网络空间分享、交流Flash制作心得。相关技术交流与情感互动,逐渐形成“互联学习”的模式。在此进程中,“社会与兴趣驱使的学习和机构、权力与机会互相联系”,其主流态势是“对能力、高质量文化和知识的建构而不是彼此竞争稀缺的机会”。^[16]闪客群体基于共同兴趣而集结,共同学习钻研Flash动画创作技能,探求表达题材与传播边界拓展,短时间内让Flash动画成为大众喜闻乐见的文化娱乐产品。

诚然,在Flash动画风靡时期,不乏一些闪客怀揣着明显的投机目的,制作出的Flash动画仅仅是对流行作品的简单复刻。但真正获得长期认可的Flash动画,均出于创作者对Flash技术与艺术的孜孜探究。Flash式微后,部分创作者仍旧在动画领域深耕,成长为中国动画界的中坚力量,如皮三、王云飞、李志勇、梁旋、张春等。更多的闪客则远离了动画创作,其中,具备良好的美术功底者,选择回归传统媒体的内容创制。《东北人都是活雷锋》的动画MV作者贝贝龙,2003年起便专注于原创漫画;白丁进入中央美术学院,从事油画创作与教育工作;卜桦成为自由艺术家,创作涉及数字绘画、动画、手绘插图和油画等。另一部分通过研究Flash技术而成为知名闪客的,则转战其他新媒体市场,如小小和边城浪子跨足电子游戏领域,共同开发了塔防类手机游戏《三国群殴传》。

当前,“闪客”一词几乎销声匿迹,Flash动画亦属明日黄花。但闪客们的创作热情以及互联学习的品格,仍然被UGC视频网站上的广大UP主们继承并发扬。他们“用爱发电”^③,本着对视频创作与分享的热爱,将各类视频上传到网络。2023年第二季度B站月均视频投稿量已达1889万,且仍呈快速增长趋势。^[17]其中关于视频制作的海量教学视频,又让更多爱好者得以习得制作技术,踊跃加入。主阵营。而“恰饭”^④、观众打赏、平台补贴等可期的经济收益,则进一步推动着滚雪球式的文本生产。

① 该声明具体内容附于2020年8月6日“敖厂长”B站视频《30年前国内竟有人在日本游戏里面植入恰饭广告》的简介。参见https://www.bilibili.com/video/BV1TK411T7Ew/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=d32a711d2bf0f852a94c4e0393f1c310。

② “产消合一者”(prosumer)是托夫勒提出的概念,指那些为了自己使用或者自我满足而不是为了销售或者交换而创造产品、服务或者经验的人。参见孟庆春、曹晨、马硕《新产消合一理念研究》,《理论学刊》,2014年第5期。

③ 用爱发电,网络流行语,原本是中国台湾环保人士为了反对核电提出的口号,现在大部分语境中指无偿或低收益的情况下坚持做自己喜欢的事。

④ 恰饭,原为部分方言中“吃饭”的普通话谐音词,现多指在视频中插入赞助商的广告,为赞助商的产品做宣传的行为。

其次是IP进化。尽管Flash动画的兴盛期极为短暂,但部分Flash动画经过主创们的持续开发,最终提炼为具有生命周期较长的IP,被植入当下的媒介生成语境。

2005年,《少林兔与武当狗》横空出世,因Flash动画与真人实拍相结合的形式在互联网上收获大量拥趸。短片角色动作流畅,其中桀骜不驯、武功高强的少林兔,与乖巧忠诚、呆萌弱小的武当狗,形成有趣的反差萌。此后,该片编导李智勇以两年一部的速度制作了短片《兔子哪里跑》《菜包狗大反击》,2014年正式推出系列片《功夫兔与菜包狗》,获得上海电视节白玉兰奖“最佳动画片”、伊朗德黑兰国际动画节“电视动画片金奖”等荣誉。“兔与狗”的故事以Flash动画为原点,一步步绘出了核心产品的IP版图。

2016年上映的现象级动画电影《大鱼海棠》,其IP源头是以张春、梁旋为核心的B&T团队在12年前创作的Flash动画《大鱼·海棠》,后者曾入围金闪客奖年度最佳网络动画片。电影《大鱼海棠》中人物少女椿与男孩湫的造型、人物间的命运纠葛,以及主场景福建土楼等,核心要素均来自原Flash动画短片。相较于原短片,电影在技术层面无疑有着巨大的飞跃,延续并发展了民族化、传统化的画面呈现。然而,也有评论者指出,与影片唯美的场景渲染、较为优质的3D效果相比,“其12年的神秘面纱更能让受众一探究竟”。^[18]电影宣发时尤其强调主创团队从Flash动画到院线电影的创作之艰,以12年的情怀召唤观众进入影院,最终以5.74亿元的票房成绩显示出这一IP的市场号召力。

除上述两作,《泡芙小姐》也是Flash动画IP化的典型。编导皮三曾以Flash动画《D版赤裸裸》闻名于闪客圈,转型成为商业动画导演后,2010年将Flash动画与实景合拍结合,创作了短片《泡芙小姐的金鱼缸》(优酷11度青春系列微电影之一)。此后制作了8季共100余集《泡芙小姐》系列动画。每集围绕某个主题,讲述泡芙小姐的日常生活,用Flash动画的个性化风格展示都市女性的日常生活与精神焦虑。作为都市丽人的心灵鸡汤,系列动画成功捕捉了当代青年的现实压力。2018年“泡芙小姐”被搬上大银幕,改编自同名动画的真人电影,因剧情草率、表演浮夸等缺陷,口碑远不如动画原作。电影《泡芙小姐》惨淡收场后,系列动画、真人剧集的制作迅速放缓。

四、余 论

“唯有存档过去,方能有望激活未来。”^[2]Flash动画速写式的使用寿命,投射出近20年中国媒介文化和市场语境的递进式嬗变。翻开Flash动画的媒介档案,将其与当前的媒介产品并置对比,可以发现二者在生产、传播、消费方式以及美学风格等方面的勾连。凡此种种,皆可为未来媒介的生产提供启示或借鉴。显然,Flash动画的盛衰与复现并非个案,像素风、体素风、低多边形(low poly)风格的动画,都是数字技术生产力受限时期的产物,后因计算机性能的提升而迅速淡出。但随着复古风的兴起,它们有机会再度翻红流行,广见于独立制作的动画、游戏中。例如,小说《三体》的原著粉神游八方团队,效仿游戏《我的世界》(Minecraft)的立体像素风格,用游戏引擎制作了动画番剧《我的三体》系列,后虽改用3D动画软件制作,但仍保持了体素风。该作获得观众的不俗评价,在《三体》的工业巨制与原文本之间堺出了一道豁口,满足了三体粉丝的文化怀旧想象。

“凡是过往,皆为序章”。借由对Flash动画生命周期的勘察,管见在媒介碰撞、重叠、置换、替代、融合的地带,所谓“僵尸媒介”(Zombie Media)或许并不完全落入洞穴考古,仍能以僵而不死、改头换面的方式,如“Flash”其名,部分地实现了“闪灵重现”。由此,当“旧技术”已然不新,与时代生产力水平不再适配之时,原有媒介要么迅速转型为新生媒介可以撷取的生产要素,经由新的生产关系调配,绵延至新兴媒介的生产活动;要么在完成“补间”的使命后匆匆退场,蛰眠于历史文本的皱褶处,抑或静待未来某一刻再次被唤醒。

参考文献：

- [1] Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. London: Routledge.
- [2] 施畅. 视旧如新：媒介考古学的兴起及其问题意识 [J]. 新闻与传播研究, 2019 (7): 33-53.
- [3] 李艳英. Flash 动画——可爱的网络精灵 [J]. 当代电视, 2003 (6): 43-45.
- [4] 伊云. 一片尚待开垦的处女地——Flash 短片感言 [J]. 当代电视, 2003 (6): 41-42.
- [5] 老蒋, 白丁, 边城浪子. 说说我的 Flash [M]. 石家庄: 河北美术出版社, 2002: 11-12.
- [6] 周宪. 日常生活的“美学化”——文化“视觉转向”的一种解读 [J]. 哲学研究, 2001 (10): 66-73.
- [7] 宜雯. 动漫栏目《轻松十分》创新的启示 [N]. 人民日报, 2005-7-15 (14).
- [8] 王立兵. 中国动画怎么啦 [N]. 人民日报, 2009-7-10 (20).
- [9] 李智勇. 李智勇：网络动画改变我人生 [J]. 中国电视·动画, 2014 (2-3): 25-26.
- [10] Hertz, G. & Parikka, J. (2012). Zombie media: Circuit bending media archaeology into an art method. *Leonardo*. 45 (5): 424-430.
- [11] 王威. 从 Flash 到 Animate——Flash 动画制作技术的发展历史回顾 [J]. 当代动画, 2019 (4): 98-103.
- [12] 沉石. 舞台剧的革新 [N]. 解放军报, 2001-4-27 (8).
- [13] 凌紫. 舞台渐起杂糅风 [N]. 人民日报, 2001-6-19 (12).
- [14] 陈君. 曾开发《大话三国》的 ShowGood 是怎么倒下的? [EB/OL]. <https://www.huxiu.com/article/29899.html>, 2014-3-17.
- [15] UP 主版权保护计划 [EB/OL]. https://www.bilibili.com/read/cv16321329/?from=search&spm_id_from=333.337.0.0, 2022-4-26.
- [16] [美] 亨利·詹金斯, [日] 伊藤瑞子, [美] 丹娜·博伊德. 参与的胜利：网络时代的参与文化 [M]. 高芳芳, 译. 杭州：浙江大学出版社, 2017: 86-88.
- [17] 央广网. 哔哩哔哩 2023 年 Q2 财报：毛利同比增长 66%，调整后净亏损同比大幅收窄 51% [EB/OL]. https://tech.cnr.cn/techph/20230817/t20230817_526384238.shtml, 2023-8-17.
- [18] 贺敏, 王宇. 《大鱼海棠》：艺术之美与人性之光 [J]. 电影新作, 2019 (2): 146-148.

[责任编辑：华晓红]