

媒介、文化、技术美学与想象力消费

——论近年中国动画电影的工业与美学

陈旭光, 孙茜蕊

(北京大学艺术学院, 北京 100871)

摘要: 近年国产动画电影的长足发展令人瞩目。动画电影作为一种重要的电影样式和独特的电影工业形态, 其生产制作非常符合电影工业美学的核心精神, 如工业生产的系统性原则, 工业效率的最大化目标, 工业与美学的折中统一, 大众文化主导性和多元文化融合的美学精神, 电影人的“技术化生存”与技术美学视野。动画的媒介本性使其在传统文化影像转化方面有着再符号、再历史、抽象对象客观外化的优势, 能够最大限度地满足“想象力消费”主体青少年观众的审美心理需求。动画天然的青年文化属性具有“合家欢”观看优势, 能对传统文化等多个文化形态完成年轻化、喜剧化、流行性、反思性、解构性的重塑和融合。动画还表现出超前于真人电影的工业化生产思维、技术密集等工业特性, 在数字技术不断消弭动画与电影媒介区隔的时代, 动画的工业生产经验和美学前沿值得电影学习。

关键词: 电影工业美学; 动画电影; 想象力消费; 传统文化; 动画本体论

中图分类号: J901

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 01-0085-08

一、当下国产动画电影的发展、成绩与问题

近年来, 国产动画电影或“国漫”取得跨越式发展, 其快速进步和强势崛起令人瞩目。国产动画的工业化生产趋势与“工业美学”特征愈加凸显, 从电影工业美学的视域看, 毫无疑问已经成为电影工业美学“接着讲”的重要对象和重要研究资源之一。

2015年, 国产动画《西游记之大圣归来》打破美国动画《功夫熊猫2》保持了4年的纪录, 成为中国动画电影票房总冠军, 被公认为国漫崛起的起点。《大圣归来》之后, 国漫市场上升空间被打开, 国内民营企业纷纷抓住机遇, 探索工业化生产体系和生产流程。霍尔果斯彩条屋影业有限公司“通过生产资源的配置和整合, 为动画创作提供了长效环境。彩条屋主动寻访、挖掘动画短片作者, 在与导演的合作中尽量达成职业化的制片流程与个性化的艺术创作之间的平衡”,^[1] 推出作品《大护法》《大世界》《大鱼海棠》《哪吒之魔童降世》《深海》等。追光人动画设计(北京)有限公司“建构了稳定的工业生产模式: 一部为期3~4年的动画电影制作计划精确到天, 每个时间点都设置得很明确, 项目管理的执行力和延误率都有严格的规定。在追光的工业流程管理下, 用1/3的人员、1/10的成本完成好莱坞品质的动画电影制作, 并逐步稳定在4~5亿元的票房基本盘。”^[2] 旗下“新神榜”“白蛇”等IP的品质获得市场认可, 《长安三万里》成为年度“爆款”。

迄今为止, 工业生产体系和产业观念赋能国产动画形成了规模经济, 市场体量进入新的量级, 越来越多的国产动画突破亿元、10亿元票房大关。排除疫情影响, 2015年至今中国动画电影备案数、放映数、总票房、占国产电影总票房比重均呈总体上涨趋势。^[3] 2019年, 《哪吒之魔童降世》以票房50.4亿元成为进入中国电影市场票房榜前10名的首部动画电影。受众群体开始打破圈层壁垒, 截至2023

年,“国内动画产业总产值已突破 2200 亿元,动画受众群体广泛,很多成年人甚至老年人表现出对动画作品的喜爱。”^[4]

近年国产动画体现了系统性工业生产和效率最大化原则,衍生出电影系列化生产现象。因为“系列电影从制作流程和营销理念上追求品牌构建的最大化及可持续增值的发展目标,与电影工业美学‘类型化’‘规范化’‘高效性’‘可持续发展’等核心理念和美学原则非常一致”^[5]。因此,近年国产动画电影形成规模经济的关键驱动力正是系列化生产,头部企业普遍表现出 IP 经营意识。主要呈现为三种系列化:其一是保持稳定高产量、坚持合家欢节庆电影模式的系列电影。此类电影各集之间剧情相对独立,仅共享主要人物和基础世界观,因而能够采用多集并行的制作模式提高生产效率,及时反映当下社会现状和热点话题。代表作《熊出没》系列、《喜羊羊与灰太狼》系列每年 1 部新片登陆春节档。其二是以“三部曲”形式连贯叙事、视觉奇观逐级升级的续集电影。代表作《大圣归来》《哪吒之魔童降世》对国产动画均有着里程碑式的意义。其三是主要人物和剧情都相对独立、仅共享世界观或称共享故事宇宙的“共世”电影。《新神榜》系列是在小说《封神演义》的基础上打造的“封神宇宙”,《新神榜:哪吒重生》《新神榜:杨戬》共享世界观和神话人物重生的叙事母题。系列化生产现象的出现,是国产动画电影工业美学原则和电影工业体系产能提升的又一证明。

在文化创新与文化表达方面,近年中国动画电影体现出明显的大众化美学精神,内容题材和美学类型丰富,继承民族化美学传统,努力探索国漫新美学。电影工业美学主张“不是一种超美学或者小众精英化、小圈子化的经典高雅的美学与文化,而是大众化,平均的,并不鼓励和凸显个人风格的美学”,^[6]正是如此,国产动画跳出了以少儿观众为核心的美学局限,填补了以神话、寓言、童话为主的创作空白,迎来题材和风格的百花齐放,诞生了成人犯罪喜剧《大世界》、现实主义青春竞技《雄狮少年》、历史传记《长安三万里》、太空科幻《熊出没·重返地球》、人工智能题材人际伦理关系《熊出没·伴我熊芯》等新题材、新类型和新美学。

在工业技术方面,国产动画电影在应用、研发新技术与美学传承、美学创新之间相互促进,形成了良好的发展态势。国漫崛起先声《大圣归来》是全球首部《西游记》题材的 3D 动画,“《西游记》的空间和张力非常大,本身就有魔幻、功夫的元素在里面,特别容易在三维动画里出彩”,^[7]标志着国漫崛起之路一开始,就带有技术激活传统美学的基因。《深海》为表现海洋景观色彩斑斓的水墨效果,专门研发了 3D“粒子水墨”技术。《新神榜:杨戬》片尾的“水墨太极图大战”糅合了 20% 的电脑技术和 80% 的手绘,1.3 亿粒子呈现出水墨扩散、消散时的逼真效果。^[8]《灵笼》的虚拟制作引入游戏引擎,构造末日废土的科幻世界,实现了国漫美学吸收化用西方幻想美学的新突破。国产动画的工业美学继承、创新传统美学,其技术美学追求延续、补充、更新了中国动画学派的民族化艺术传统,代表着中国动画的“再民族化”探索。

当然,与国外如美国、日本等动画产业相比,当下国产动画仍有诸多不足。

首先,国产动画电影精品的产量、优秀制作人才总量远未满足我国动画市场的总体需求。《哪吒之魔童降世》导演饺子原是学医出身,从动画短片获奖到担纲长片导演,凭借的是自学成才。《哪吒之魔童降世》制作耗时 5 年,60 多家制作公司 1600 多人参与了制作,历经坎坷。饺子深感我国动画工业体系“不完善、不完备。各个公司标准不统一,软件不统一,从业人员的水准参差不齐”。^[9]这表明我国动画人才培养体系和工业生产体系之间的协同性不足,尚不能大批量、系统性地向动画工业输送优质的艺术家。还表明制作软件、技术标准等工业生产体系的基础建设不完善,头部动画企业虽有各自的工业生产体系,但行业统一的标准化、流程化、规范化生产尚未实现。

此外,国产动画受众的圈层分野仍旧明显,打破圈层壁垒的文化融合能力有待加强。众所周知,电影工业美学“将电影定位于大众文化与消费社会的语境之中,尊重‘常人’即大多数普通观众的价值

观和美学趣味,并将观众纳入到电影生产的各个流程和环节,确立受众为王的观念。”^[10] 尽管国产动画已经摘掉了上世纪美术片的儿童文艺定位,仍没有完全跳出儿童向的文化特征和美学导向,真正形成大众性、全年龄段的国漫文化。真正跨越或弥合儿童向/成人向、动画少儿文化/主流大众文化的《哪吒之魔童降世》《长安三万里》《深海》等融合圈层、老少皆宜的全年龄段佳作仍不够多。

不能不正视的是,当下我国动画市场的中、美、日三方仍然保持势均力敌之势。国产动画电影的市场占有率远未形成绝对优势。例如,2022年中国动画电影票房前10位中,美国动画占据3席,日本动画占据3席,中国动画占据4席。同年中国电影票房前10位中,仅《侏罗纪世界3》1部外国电影上榜,其余均为国产片。2023年暑期档,我国动画电影票房前6位仍然由中、美、日三国平分秋色。^[11] “国漫”仍旧没能像国产真人电影那样,成为绝对强势的主流文化。而“美漫”和“日漫”尽管受引进政策的限制,国内上映总量有限,但依托更加成熟的工业体系,始终在我国动画市场保有稳固、领先的地位。

在内容生产上,国产动画仍依托本土文化,未能以文化自信和自强,有效融合、转化其他国家文化。而美国和日本动画除了拥有强大的本土文化塑造、传播能力,还拥有强大的借鉴、转化外国文化的能力。《功夫熊猫》系列借用大量中国元素,《寻梦环游记》以墨西哥传统的亡灵节和逝者文化为主题,每部迪士尼公主电影都是对不同国家文化的成果再造,而且均拥有强势的票房号召力,形成了世界性的文化传播力和影响力。

那么,中国动画电影发展的理想远景何在?我们在梳理近年国产动画电影发展的基础上,从动画的媒介本性、文化特性、工业生产特性等出发,依循电影工业美学原理,探讨中国动画电影的工业与美学发展前景。

二、传统文化影像转化的绝佳载体和媒介优势

电影工业美学对电影工业的一个重要文化定位是大众文化本位,并主张传统文化的现代化或现代影像转化是中国电影大众文化的重要来源。^[12] 无疑,动画在传统文化的转化方面,有着自身独特的媒介优势。以“身体—运动”两个维度来看,动画的媒介本性表现在身体的“造形性”和运动的“非具身性”上。首先,当电影造型在肉身的基础上做修饰,动画却是从无到有的“造形”,即彻底创造身体。其次,由于动画中没有肉身,观众对动画的认知不带有具身性,即“人类除了精神感知之外,身体即人的肉身对世界和其他肉身的感知。”^[13] 因此,观众一定程度上失去了对动画中运动的现实判断。这里的运动不仅意味着物理位移,还意味着时间、空间、气候、社会、政治、文化、历史等广义的运动。导致“一方面,无论动画中的运动如何违背现实世界的客观规律,观众都不会产生超现实感,不会认为这是一部浮夸烂造的作品。……另一方面,无论动画多么想要呈现现实感,它都不需要像电影那样必须忠实于现实的身体和空间。”^[14] 身体的造形性和运动的非具身性,使动画在表现身体和运动时,能够超越物理规律、真实历史、文化正典等现实性的规定,拥有更加自由的表现空间。

传统文化是客观历史连续性积累的产物,^[15] 包含繁杂的表现对象:古代建筑、器物、工艺品、艺术品等有具体形象的对象,艺术精神、哲学思想、政治思想等没有具体形象的对象,以及介于形象性对象和非形象性对象之间,文字记载了形象性对象的文学作品、历史典籍、民间传说等历史文本。

毋庸讳言,我国影视艺术表现传统文化内容的主流风格是现实主义,而国产动画电影因表现身体和运动的自由度,实现了独特的现代影像转化并趋近于“想象力消费”^[16] 型文化样态。

第一,传统文化中的形象性对象在动画中获得“再符号化”的“影像生命”。这些对象在动画中动起来、“活”起来的过程,既表达了原有的文化内涵,又运用其符号意义实现了特定的造型、叙事目的,是传统文化符号在现代影像中的“再符号化”。

《哪吒之魔童降世》将青铜器拟人化，塑造了一对迷糊瞌睡的守门卫兵。青铜器坚硬威严的形象符合守卫者、保护者的角色特征，卫兵逗趣可爱的动作设计又与青铜器的固有形象形成了反差，产生了喜剧效果。《新神榜：杨戬》将画轴“太极图”表现为了收放自如、缠斗变幻的法器。太极图的造型和动态设计捕捉了画轴柔韧舒展的固有形象，又与法器强大的攻击性形成了反差，成为影片最具诗意美、写意美的一场动作戏。上述再符号化逆向使用了传统文化符号的含义，《新神榜：杨戬》中的歌舞场面则是正向的使用。该舞蹈取材于敦煌壁画“飞天”，天女在天井中翩飞起舞，浪漫主义地再现了静止的古壁画关于女性美、舞蹈美、飞翔美、神话美的想象。相较电影和现场演出采用威亚等机械手段实现的飞天舞蹈，动画将飞天内蕴的浪漫主义传统艺术精神再现得更加极致。

第二，传统文化中的历史文本在动画中有着“再历史”空间。造形性与非具身性使得动画“与所表达的现实世界之间有一定的间离感”，^[17] 因此动画能更加大胆地重述、解构、戏说真实历史和虚构文学作品。《十万个冷笑话2》《新神榜》《Q版三国》、网络动画《中国奇谭之小妖怪的夏天》等作品分别展现了这种再历史美学。其中，《新神榜》系列以《封神演义》《西游记》为蓝本，却带国人耳熟能详的神话人物“旅行”到一个民国时代特征、蒸汽朋克景观相杂糅的架空式叙事空间，以后传的形式反思了传统神话中的神仙统治和天庭秩序，构成了对人性 and 人情社会的隐喻。

第三，传统文化中存在大量的非形象性的遗产。宗白华先生表示：“艺术意境的创构，是使客观景物作我主观情思的象征。我人心中情思起伏，波澜变化，仪态万千，不是一个固定的物象轮廓能够如量表出。”^[18] 动画是摆脱了物象固定轮廓的媒介，最大程度地将非形象性遗产中“只可意会”的情思和哲理客体化。《长安三万里》就将唐诗名篇《将进酒》的豪情、沉醉、失意、迷狂的复杂情感表现为一段将近4分钟的超现实蒙太奇。诗人们酒醉后渐渐进入迷幻世界。伴随李白吟唱的诗句，诗中的意象纷纷登场，与诗人们一起腾云驾雾，遨游于太虚，捕捉了年华老去、壮志未酬、及时尽欢的人生况味。

三、动画电影的“想象力消费”及其文化融合优势

想象力消费是电影工业美学的理论拓展和创作实践的重要面向，是其“工业化、技术美学程度最高的电影形态或类型”。^[19] 想象力消费的主体是青少年，在电影观众渐趋年轻化的当下，想象力消费还是实现中国电影文化创新发展的重要方式。就此而言，动画艺术堪称最佳的想象力消费电影形态之一，其媒介本性具有想象力消费的主体优势、想象力消费的边界优势以及文化创新与文化融合的优势。

动画电影具有想象力消费的主体优势。一方面，想象力消费是年轻群体处在自身年龄段时的客观心理需求，动画则是最大程度发挥想象力的艺术形式。发展心理学家认为青年是人的心理发展的“中间王国”，该阶段心理发展的主轴是“‘发现自我’‘建立生活计划’‘内心的成长’。必须全面地理解被看作‘狂飙突进’时期青年的‘心灵组织’和内心世界。这个‘中间王国’中生命的整个内心结构不稳定。”^[20] 对他们来说，电影仅发挥窗户的功能，写实地反映现实本身是不够的。他们尚未固化的心理和认知需要电影充满想象力的造梦功能满足其探索欲和认知欲。动画的造形性和非具身性是对“物质现实的夸张和变形”，^[21] 蕴含想象的无限可能，最能满足年轻观众的想象力消费需求。

另一方面，当下年轻观众属于网生代，互联网技术及互联网文化深刻影响了他们的观影偏好和交流方式。国漫也崛起于网络时代，其商业模式和内容生产都带有鲜明的网络化特征。

在商业模式上，国漫崛起初期的《大圣归来》《大鱼海棠》就利用网络众筹经费，网络使观众对国漫的希冀能够表达为实际的支持。《大圣归来》诞生了沿用至今的网络词汇“自来水”，指出于对优质作品的喜爱而自发、无偿地通过多种方式帮助宣传的观众。“自来水”支持作品的方式起初集中于网络平台，在社交媒体上发表影评，推荐作品亮点，与恶意抹黑作品的网友辩论；发表混剪视频、同人小说、同人绘画，多点式为作品造势，刺激票房。现在，“自来水”的宣传方式扩展至线下，以城市为单

位, 自筹经费包场观影, 通过网络组织联络。影片官方也早已将“自来水”纳入宣传的布局中, 通过微博等官方账号发起同人二创比赛, 转发网友的二创作品和优质影评, 回复网友关于剧情的疑问和猜想, 以此维护影片的正向舆论。“自来水”利用互联网“自身的即时性、交互性、图文声并茂、多中心裂变式传播模式, 拥有广泛的舆论制造权, 在创造了口碑和票房奇迹的同时, 自身也进阶为‘传媒英雄’, 获得自我价值的认定”。^[22]

互联网时代, 网络动画这一新兴动画形式应运而繁荣。2022年备案公示的网络动画222部, 虽低于备案公示的电视动画465部, 却增长迅速, 较2021年已翻番,^[3] 未来市场潜力巨大。且相比电视动画服务儿童的单一定位, 网络动画辐射的受众年龄跨度更广。国内腾讯、B站、爱奇艺、优酷等互联网头部企业更将网络动画纳入IP深度聚合中, 形成了网络小说、游戏、网络漫画、网络动画、网络剧联动的互联网文娱产业生态。

在内容生产上, 互联网时代带来的媒介革命同样影响了动画观念。伴随1999年我国互联网事业的起步, Flash动画传入并迅速风靡, 拉开我国电脑动画发展的序幕。^[23] 电脑动画的素材库创作思维和互联网的数据库思维共振, 带来了动画工业生产的革命。互联网超链接的文本组织方式, 影响动画以层级嵌套思维来看待三维/二维、彩色/黑白等自身发展历史中经历过的媒介形态, 乃至与电影、小说之间的主体性差异。动画开始表现出越来越强的媒介自觉, 展开大胆的媒介实验和媒介拼贴。二维动画《十万个冷笑话2》片尾的“降维打击”战, 主角团被反派“脑洞”打击, 经历了二维立体彩色—二维立体黑白—二维平面黑白—铅笔草稿—文字描述的逐步降维, 反派则在降维成平面的主角眼中升维成了三维立体状。三维动画《新神榜: 杨戬》片尾, 杨戬被水墨太极图吸入后, 变为了水墨描画的三维形态。此处采用三维渲染至二维的技术, 保留杨戬三维身体的同时赋予其水墨线描的平面感, 身体边缘不时飘出墨滴, 散逸在空中, 暗示杨戬在太极图中生死攸关的处境。上述创作特征受互联网思维影响明显, 表征了“网生代”“游生代”^① 导演的生成, 与同样具有互联网思维的年轻观众同频共振, 因而能够极大满足年轻观众想象力消费的需求。

由此可以说, 动画呈现的一切内容都具有想象力消费的特点。由于动画对现实的指代全部是象征式、近似式、非复制式的, 因此一切皆想象。当电影的想象力消费只发生在玄幻、奇幻、科幻、影游融合领域, 动画的想象力消费边界显然更广。动画凭借表现身体时的造形性, 最大程度地呈现叙事性的身体; 凭借表现运动时的非具身性以及由此产生的与现实的间离感, 呈现出不同于电影的“历史真实”。

动画从无到有绘制身体, 叙事的空间更大。《雄狮少年》主角阿娟的四肢起初呈现不成比例的细长状态, 极度瘦弱, 无需一言, 就交代了阿娟学习舞狮、参加大赛之艰难。随着阿娟家庭遭遇变故, 进入城市打工谋生, 他的四肢比例逐渐接近现实, 可以看出肌肉的线条, 表明他默默扛住生活的重压, 从少年长成了青年。《大世界》从美学风格到故事文本都是一部黑色犯罪喜剧电影的动画翻版。它描绘的人物身体刻意摒弃美感和协调性, 发色和肤色异样, 勾勒出一幅三教九流的市井群像, 和地下犯罪世界的“怪现状”。

归根到底, 动画艺术呈现的其实并非通常意义上的历史真实, 即现实地点、真实人物按照线性时间排列的结果。按照托波尔斯基的论述, 这种用或直接或间接的语言完成的关于历史事实的陈述是历史的表层真实, 理论的分析性的历史叙述则是深层真实。^[24] 动画与现实之间松散的指代关系, 使其本身

① 笔者认为, 继中国电影第六代导演之后, 一批被称为“新力量”的青年导演强势崛起。其中一些导演明显表现出游戏思维、游戏美学的强大影响。他们进行“影游融合”式电影生产, 体现出“游戏一代”的审美特征, 可称为“游生代”导演。参见: 陈旭光, 李典峰. 技术美学、艺术形态与“游生代”思维——论影游融合与想象力消费[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版), 2022(2): 109-117。

就带有假定性,允许其更大程度地剪裁、拼贴、重构历史的表层真实,抵达深层真实。不同于史学研究用理性的语言、科学的方法叙述的深层真实,动画艺术叙述的深层真实是用戏剧的语言呈现的情感真实、人性真实、时代气象真实、社会历史运动的客观规律等等。《长安三万里》展现了众多唐代历史人物、历史事件,用唐诗名篇作为叙事线索和抒情手法,生动展现了盛唐的风土人情和文化气象。实际上,《长安三万里》与真实历史的出入颇大。比如,片中李白与高适相识于青年,历史上二人年过不惑才结识。片中,杜甫孩童时期在长安偶遇了李白和高适,历史上,杜甫年少时从未到过长安。《长安三万里》舍弃了历史表层真实,却充分利用动画特有的媒介想象空间,还原了盛唐时代的深层真实,得到了票房口碑的双重肯定。

动画电影还具有强大的大众文化特点和多元文化融合优势。在中国电影大众文化化的背景下,电影工业美学强调电影应当致力于形成文化融合,使高雅文化/通俗文化、精英文化/大众文化、主流文化/亚文化、本土文化/外来文化等在电影领域“互相交融,不断生成新的文化形态和文化价值观,不断产生新美学”。^[25]就此而言,动画媒介正是一种以青年性为主体的大众文化性的艺术形态,尤其在观赏上具有“合家欢”观看的天然潜质,在推动电影文化融合上更可以发挥得天独厚的作用。

当下,青少年观众是中国电影的消费主力。因此刺激青少年观众的电影消费,繁荣青少年观众的电影文化,是带动全年龄段电影消费、形成文化融合的引擎。动画是一种极大满足青少年观众心理需求的艺术形式,不仅如此,动画之于现实天然的异质性,使其具有“通过风格化的美学理念和消费理念,温和地‘对抗’主流文化”^[26]的亚文化表达功能。

动画的文化融合往往从青少年观众视角出发,对多个文化形态完成年轻化、喜剧化、流行性、反思性、解构性的讲述。《哪吒之魔童降世》在夸张的身体喜剧中道出哪吒的命运悲剧,表达了不畏命运、自我拼搏的青年精神,亦符合主流文化价值。《茶啊二中》借老师与学生互换身体的软科幻设定,达成青少年文化与成人文化间的互谅共融。《雄狮少年》讲述留守儿童阿娟参加舞狮比赛、进入城市务工的成长故事,反思了乡镇与都市、中产阶层与底层劳动者之间日益凸显的差异和矛盾。《新神榜》系列借少年英雄哪吒、沉香的故事,解构《封神演义》,呈现出神话体系中的官场政治和人情世故,完成对现实的讽喻。促进动画美学、题材、商业模式的多元化发展,将繁荣青年文化,牵引多文化碰撞交流。

另一方面,动画作为现实象征式、近似式、非复制式的所指,其一切的存在本身就可以构成对现实的寓言。动画最擅长在美学形式上极尽活泼易懂,却道出复杂或抽象的思想内容。一部充分发挥寓言性的动画,不仅适合各年龄段不同理解能力的观众由浅至深地欣赏,还能够统一高雅与通俗、精英与大众的文化趣味,实现雅俗共赏。以《新神榜》系列为例,不同观众群体将从中分别看到少年的成长与烦恼、热血的动作奇观、现实的讽喻等等。

放眼世界,动画的寓言性能够有效地抵消文化壁垒,降低海外传播中的文化折扣,实现本土文化的世界通约。《疯狂动物城》的动物群像迎合了青少年观众的趣味,黑色悬疑故事的叙事,达到了大多数成人观众的要求。其对多部美国经典电影、美国巨星进行了戏仿和致敬,对一直以来深受美国流行文化影响的全球观众来说有着彩蛋式的观赏乐趣,以弱肉强食的动物世界寓言了美国本土的种族问题,也寓言了任何社会都普遍存在的阶层冲突、价值冲突、文化冲突。正是动画寓言性的充分发挥,使《疯狂动物城》表现为一部各年龄段、世界各地观众都“食之有味”的作品,实现全球风靡。

四、动画电影的工业生产与技术美学优势

随着数字电影取代胶片电影,数字技术对工业生产体系和工业美学的影响不断深化。具体而言,数字录制、数字合成等的广泛应用,将电影复制物质现实的本体属性“还原”为和动画一样的造形性:“数字电影借助计算机技术对影像进行的处理,是19世纪以手工绘制、手动操作的活动图像为代表的

‘前电影’时代技术手法的回归, 这些技术在20世纪被复原现实、机械复制、索引性的胶片电影媒介边缘化了, 如今又随着数字技术的发展而成为电影制作的核心技术。”^[27] 在数字技术时代, 动画电影在语言、技术上与高科技、游戏等亲近, 有技术美学、工业化制作即电影工业与美学融通上的优势。动画电影兼有动画艺术的工业化强度, 动画语言的纯粹、超现实性, 以及技术浓度, 它可以探索最新最先进的数字技术。一定程度上, 动画艺术高度依赖电脑技术, 还允许其以较低的成本进行创意的实验和内容的修改。突出表现就是虚拟预演技术。虚拟预演近年在电影工业化流程中应用广泛, 用3D动画制作场景的效果片段, 在此基础上推敲修改, 确定后再实拍。比平面分镜故事板更直观全面地考量到拍摄中的所有事项。然而实际上, 动画早就领先电影一个时代, 具备了虚拟预演思维。二维时代的动画会在粗糙线稿环节反复推敲场景、分镜、动作等, 确定后再进行细化、上色、背景、合成、渲染、音效等步骤。

此外, 动画的生产业态有着空间集中、技术密集、对拍摄的现实环境依赖度不高等特点。动画制作过程中人员流动性低, 每个环节高度依赖电脑技术, 工业流程不易受到外部环境因素的影响, 并且不需要明星演员的参与, 节省成本。以2022年为例, 受疫情影响, 电影拍摄的不确定性大大增加, 行业风险明显上升。当年春节档电影总票房回落、单片票价上涨。同期, 动画电影的产量却未受到打击, 春节档动画总票房更呈逆市上扬趋势。^[28]

总体来看, 相对于电影来说, 动画是一种成本不高、风险较低, 但制作灵活、工业化思维超前的艺术形式, 充分体现了电影工业美学的系统性生产和效率最大化原则。随着数字技术进一步“同化”动画与电影的业态性质, 电影应当向动画学习更多工业生产经验, 并且密切关注动画技术美学发展的前沿, 获得技术美学创新的启发。如果说电影尚处于复制现实和造形相杂糅的状态, 而动画和漫画、游戏、人工智能生成影像(AIGC)、元宇宙一样, 本体属性是彻底的造形。这种媒介的近亲性造成动画、漫画、游戏之间的跨媒介改编比电影的兼容性强, IP经营的受众粘性强。

五、结 语

毋庸讳言, 近年我国动画电影无论是工业还是美学均取得了飞跃式的长足发展, 有力印证了电影工业美学的一些基本原理或重要原则, 例如工业生产系统性和效率最大化、工业与美学折中统一的大众化美学、关注电影本体技术属性、“以人为本”的工作伦理精神, 电影的大众文化本位与多元文化融合等核心精神。但国内动画电影总体票房与反响仍然有限, 在整体电影产业格局中地位还不够高, 与国外动画电影的大制作、大市场、大格局仍然相去甚远, 还存在制作不完善、产业链不规范、工业化强度不足、票房/口碑不一致等问题。此外, 内容低幼化、人物扁平化、说教成人化等美学问题依然存在。

1960年, 上海美术电影制片厂厂长、《小蝌蚪找妈妈》《牧笛》《山水情》的导演特伟曾撰文认为我国美术电影存在厚古薄今、重民族化形式而轻民族化主题、工业基础和人才水平不高等问题。^[29] 不得不说, 当今国漫仍存在相似情况。厚古薄今, 即国漫在传统文化题材上繁荣而在现当代题材上匮乏。轻民族化主题, 即国漫致力于转化传统文化美学, 较少挖掘中华民族特有的价值观念。这也是造成国漫厚内薄外问题的部分原因。国漫尚未真正将目光放至世界, 创作兼具中国性和世界文化通约性的故事。电影工业美学提倡的大众化美学, 一个题中之义便是艺术题材、类型、美学的多元、高效发展。国产动画的工业美学, 未来也应当形成古今并重、内外并举、形式与主题并立的多元化创作格局和注重技术研发的高度工业化生产体系。

在中国电影大国的路程上, 动画电影尤其是系列动画电影可谓众望所归, 很大程度上可以是电影强国的标志, 也是电影工业的发动机。动画电影的繁荣发展, 不仅事关中国电影产业大局, 也直接关

系到中国优秀传统文化的现代转化,以青少年文化为主体的大众文化发展和电影工业美学建构暨新时代社会主义现代化建设,以及青少年观众文化素养、想象力、道德价值观养成等重要命题。

参考文献:

- [1] 周才庶.从彩条屋影业看中国动画电影产业的新探索[J].现代视听,2022(5):34-38.
- [2] 张琦伟.追光动画“成长记”:工业化流程下国产动画电影项目的风险识别[J].电影文学,2023(11):85-90.
- [3] 孙平,许可.2022年中国动画产业发展报告[A].崔保国,赵梅,丁迈,杭敏.传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2023)[C].北京:社会科学文献出版社,2023:212-219.
- [4] 苏瑞淇.总产值已突破2200亿元 国产动画缘何大放异彩[EB/OL].<http://ent.people.com.cn/n1/2023/0212/c1012-32622046.html>.
- [5] 陈旭光,赵家民,赵星.论电影工业美学视域下系列电影的品牌建构与“再生产”[J].电影新作,2023(1):11-23.
- [6] 陈旭光.当下“新力量”导演群体及其“工业美学”建构[J].当代电影,2018(1):30-38.
- [7] 张喆.专访《大圣归来》导演田晓鹏:刚拍的时候谁都不看好[EB/OL].https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1350099.
- [8] 张琦伟.追光动画“成长记”:工业化流程下国产动画电影项目的风险识别[J].电影文学,2023(11):85-90.
- [9] 陈晨,吴昕怡.专访《哪吒之魔童降世》导演饺子:大圣给我的信心一直都在[EB/OL].https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_4021473.
- [10] 陈旭光.新世纪 新力量 新美学——中国电影新力量导演研究[M].南昌:百花洲文艺出版社,2021:65.
- [11] 盘剑.2023年暑期档动画电影观察[J].当代动画,2023(4):95-101.
- [12] 陈旭光.电影工业美学研究[M].北京:中国电影出版社,2021:44.
- [13] Merleau-Ponty, M. (1964). An unpublished text by Maurice Merleau-Ponty: A prospectus of his work. In James, M. E. (eds.). *The primacy of perception*. Evanston: Northwestern University Press, 3-11.
- [14] 孙茜蕊.“身体—运动”方法下动画想象力消费形态及传统文化转化[J].电影文学,2023(19):31-36.
- [15] 余英时.论传统[A].余英时文集·第七卷·文化评论与中国情怀(上)[C].桂林:广西师范大学出版社,2006:129.
- [16] 陈旭光.论互联网时代电影的“想象力消费”[J].当代电影,2020(1):126-132.
- [17] 符雪.受众认知的所指:关于历史类动画纪录片的真理性表达[A].郭道荣,刘彤.跨界与融合——2020第五届中国动画学年会论文集[C].成都:西南交通大学出版社,2020:38-44.
- [18] 宗白华.艺境[M].北京:商务印书馆,2011:185.
- [19] 陈旭光.电影工业美学:理论源起、学术争鸣与拓展空间[J].北京电影学院学报,2022(4):106-113.
- [20] 陶国富.国内外青年发展理论的探析和思考[J].青年研究,1993(11):40-45.
- [21] 尹岩.动画电影中的“中国学派”[A].王亮衡主编.电影学研究[C].北京:中国广播电视出版社,1997:225.
- [22] 倪雪坤.《西游记之大圣归来》:“自来水”的英雄梦[J].视听,2016(10):38-39.
- [23] 周红亚,刘环宇.发展·聚集·潜力:网络动画的平台生态观察[J].电影新作,2021(6):110-115.
- [24] Jerzy, T. (1981). Conditions of truth of historical narratives. *History and Theory*, (20): 47-60.
- [25] 陈旭光.论电影工业美学的大众文化维度[J].艺术评论,2020(8):29-44.
- [26] 陶东风,胡疆锋.亚文化读本[M].北京:北京大学出版社,2011:3.
- [27] 李卉,陈旭光.数字时代电影想象的转型与想象力消费[J].现代传播,2022(8):86-95.
- [28] 唐玲玲,谭文琳.2022年春节档动画电影市场综述[J].中国电影市场,2022(3):21-28.
- [29] 特伟.创造民族的美术电影[J].美术,1960(Z3):50-52.

[责任编辑:华晓红]