

对广西动画创作风格形式的探究

孟 伟

(桂林师范高等专科学校继续教育中心 广西桂林 541199)

【摘要】 近年来, 广西在政府的鼓励下努力发展动画事业, 在此期间也创作出不少优秀作品, 并取得了可喜的成绩, 然而这些作品同时也面临着风格雷同、高成本低回报的尴尬处境。本文将通过对比分析法和观察法探索出水墨动画文化与广西动画的相容性, 以及利用微动画形式对广西动画作品进行包装营销的可操作性, 以此探究广西动画风格创作的新思路, 以最有效的宣传手段打造属于广西本土民族特色的动画品牌。

【关键词】 广西动画; 水墨动画; 微动画

DOI: 10.18686/jyxx.v2i3.33335

1 广西动画融入水墨动画风格

近年来, 广西的动画作品虽然多以本土民族传说、发扬少数民族文化为主, 但其动画整体风格与其他地区趋于雷同, 其规模与动漫制作水平精良的北京、上海、广州、成都等地(以下简称“北上广成”)相比, 显得默默无闻。广西动画需要有适合本土文化特色的艺术风格, 因此可以尝试在作品中融入极具中国古典魅力的水墨动画, 营造画面风格。

1.1 水墨动画的发展现状

水墨动画, 是把水墨画技法作为人物和空间造型的表现手段, 运用特殊拍摄技术把水墨画形象和构图拍摄下来, 形成浓淡虚实活动的水墨画影像^[1]。中国最早的水墨动画是1961年由上海美术电影制片厂拍摄的《小蝌蚪找妈妈》, 也是世界上第一部水墨动画, 当时震惊中外, 并荣获了多项国际大奖。之后制片厂又陆续推出了《牧笛》《鹿铃》《山水情》等一系列水墨风格的短片动画。水墨动画充分利用中国民族文化的深厚积淀, 将中国国粹与现代艺术形式融合在一起, 成为中国文化与技术相结合的经典产物。传统的动画制作技术是以线条结构为主, 单线平涂, 通常动画创作人员在透明赛璐璐片的正面勾线, 反面上色, 保证画面的颜色均匀。^[2]而水墨动画没有清晰的轮廓线, 靠着水墨的流动在纸上自然晕染, 形成虚实相宜、神秘梦幻的奇特画面, 营造出意境幽远的观感效果, 这种将传统的中国水墨引入到动画制作中的艺术形式, 开创了独一无二的中国动画风格。

21世纪的今天, 随着现代动画制作技术的不断革新以及对传统民族文化的重视, 水墨动画在市场经济体制下展现出了巨大的商业价值, 荧屏上的宣传片、公益动画等都融入了水墨动画元素。2009年央视的形象宣传片《相信品牌的力量(水墨篇)》第一次以全三维水墨动画形式展现在观众面前, 制作方通过3D Max、Cinema4D、Krakatoa、FumeFX等多款软件在60秒内用水墨的“聚”“散”属性展现了中国文化从古至今的发展历程; 展现了水墨从无形到有形, 再回归无形的视觉魅力。近

年来一些国产影片也将水墨动画用于各类三维动画场景中, 比如《笑傲江湖》OL游戏版宣传片、网络系列动画片《画江湖》、电影《孙悟空三打白骨精》等, 风格清新雅致、色彩朴素恬淡、画面飘逸神秘, 形成了极具中国特色的动画作品。

1.2 水墨风格与广西动画的相容性

将水墨风格融入广西动画作品是展现广西山水文化的最佳方式。广西是典型的喀斯特地貌区域, 尤其是“江作青罗带, 山如碧玉簪”的桂林, 一度成为世人心中仙境般绮丽俊秀的山水画卷。水墨画是表现桂林乃至整个广西自然山水风光最贴切的一种艺术形式, 许多国画大师早已探索出了“丹青八桂”的道路。最早将广西自然山水风貌呈现在画纸上的是近现代中国画大师齐白石, 之后陆续有徐悲鸿的《漓江春雨》, 关山月的《漓江百里图》《漓江烟雨》《漓江帆影》, 李可染的《漓江山水天下无》等优秀水墨画作品, 广西本土艺术家阳太阳还开创了以广西山水人文为主要表现对象的“漓江画派”, 其主要艺术形式就是水墨画。他的作品或深邃秀润、或茂密浓黑、或沉雄豪放、或粗犷神秘, 艺术家们用水墨艺术语言完美诠释了富有鲜明地域特色的广西山水人文风貌, 展现了广西文化与水墨风格的高度融合性。在广西动画场景中引入水墨风格, 可以从绘画的技法入手, 以大笔墨入画、落墨有致, 层叠晕染、虚实相间。画面的构图也可以借鉴水墨画的构图法: 留白、疏密相间、以虚当实、以无当有等。动画场景中空间的深远层次感可以通过墨色的浓淡来表现。在画面的色调上, 采用透明水彩和国画颜料质感制作出透叠的效果, 还可以运用彩墨搭配法则的撞色法来表达, 如墨黑色搭配朱丹红, 棕绿色搭配棕红色, 足以诠释出空灵幽静、恬淡素雅的南国风光。

1.3 水墨元素与广西动画的相容性

将水墨元素融入广西动画作品是对广西艺术风格的最好诠释。水墨动画相较传统水墨画的优势在于可以呈现出水墨流动、晕染的变化过程, 这个变化的过程本身

就充满独特的古韵魅力。可以用于某些特定场景中营造环境氛围,比如荷塘流水、湍急的瀑布、浮云缥缈、村落烟雨,这些在传统水墨画中只能通过静态画面联想的场景,可以借由动画特效直观的呈现出来,这非但没有降低画面的神秘性,反而增加了画面的观赏性和趣味性。如果动画故事是魔幻、武侠等题材,流动变化的水墨特效还可以用来表现一些非实体场景,比如,电影《孙悟空三打白骨精》中,白骨精施法变幻的特效就运用了水墨流体“聚”“散”的属性,营造出区别于欧美作品的奇幻世界。水墨的流动、雾化等特效还可以丰富打斗场景,故事角色在快速运动中衣袂翻飞、行云流水、头发飘扬等场面都能通过相应的水墨渲染增加观赏性。

水墨动画的透明飘渺能让画面呈现独特的浪漫梦幻的效果,成为诠释西南地区美丽风光、人文情怀最贴合的艺术手法,也是最纯粹、最具有中国风格的艺术表现形式之一。它蕴含着深深的中国传统美学的魅力,是区别于日韩欧美的独一无二的中国风格,也是中国发展本土特色动画的方向之一。

2 微动画形式推广广西动画

2.1 广西动画与传统动画的兼容性

传统动画片包括影视动画和动画连续剧两种形式。影视动画的时长通常 80 分钟左右就能构成一个完整的故事,动画连续剧则通常 15~20 分钟一集,按照剧情需要确定集数。广西目前没有制作过时长超过 60 分钟的影视动画作品,制作的动画连续剧有《头脑聪仔》《攀霞降魔记》《达稼与达伦》《大战人熊婆》《寻找太阳》《灯花儿》等,这些作品制作精良、技术较成熟,创作团队功底深厚,态度认真负责。但是传统动画制作的成本相对较高、周期较长,是一项耗时耗力的工程,必须人力、物力、财力三管齐下才能雕琢出一部优秀完整的作品。动画原创团队在制作一部动画时通常要经历较长的周期,比如,《哪吒之魔童降世》历时 5 年,参与的制作人员超过 1600 人,全片制作有 5000 多个镜头,导演反复斟酌后才挑选出 2000 个镜头;美国迪士尼公司至今为止制作时间最长的动画片《疯狂动物城》108 分钟,50 多种动物,19.7 万张草图,制作时间长达 5 年。迪士尼公司的另一部动画片《冰雪奇缘》,其冰雪世界的魔幻画面在 3D 特效渲染下呈现出炫美多彩的视觉效果,其背后每一帧渲染长达 132 小时。如果广西动画也像这些团队一样开发五六年,先不说怎样赶上这五六年间其他地区层出不穷的优秀作品和先进的制作技术、制作理念,光是广西本土相对落后的经济发展状况导致人才流失、教育观念单一、后续补给不足也是一大问题。广西没有参与中国动画发展的历史,也错过了中国动画兴盛的洪流,再想迎头赶上恐怕并不现实,如今北上广成等地动画产业利益

格局分配已基本尘埃落定,不管是在故事内容上还是动画技术上已经成为中国动画发展的领头羊,经济的发展、技术人才的引进、资金的支持以及合作资源的丰富、动画专业教育的创新发展等都是西南地区难以达到的标配。因此以传统动画的形式推广地域民俗动画存在着未知的风险和收不回成本的考验。简而言之,广西以传统动画的形式发扬本土动画文化不切实际,应当正视西部地区实际经济现状,寻求适合自己发展的道路。

2.2 微动画带来的新机遇

随着“互联网+”时代的到来,网络媒体终端由 PC 机向移动终端机发展,全民已进入“微”时代,各行各业在互联网平台全面开花,为“微时代”的生长提供了肥沃的土壤,培育出了“微信”“微店”“微电影”“微云”“微博”“微课”等文化形态。现如今,“微动画”也悄然成为了移动互联网的座上宾。《中国动漫产业发展报告(2012)》(中国社科院编撰)中提出,通过特别适用于各种新媒体平台播放的,在移动的短时间的休闲状态时观看的,有完整故事情节的微放映(10~180 秒)、微周期制作(1~7 天或数周)和微规模投资或零投资的视频短片,称为“微动画”^[3]。最初,这类动画主要出现在各类电视节目中,用于在新闻快讯里对事件的还原,在综艺节目中情节的演示,在科教类节目里对内容的描述等。如今,微动画已经逐步渗透到人们的生活当中,公益广告、微博小段子、科普性小短片在动车上、地铁传媒、商场广告、移动设备随处可见,人们可以在闲暇的时间和移动的状态下拿出手机或者 iPad 等移动设备,点开这些“微短片”以获得短暂的放松和娱乐。微动画可以以一个单独短片的形式出现,也可以以一个系列作品的形式分期发布。微动画也是动画的衍生品,是移动网络媒体繁盛时代下孕育的“新宠儿”,它的出现有它的时代必要性以及特殊性,它将是中国新媒体动画的发展模式之一。

2.3 微动画与传统动画的区别

微动画与传统动画相比其特点体现在“微”:时长上的“微”,通常在五分钟左右,比如,德国喜剧短片《如果动物界都是胖子》,最短的甚至只有十几秒,比如广西公益动画片《可可小爱》;内容上的“微”,内容更亲民、更草根、身边大小事或者奇思妙想,更“接地气”和“娱乐性”;制作上的“微”,动画电影往往需要巨额资金的投入和产业链的后续补给,如《哪吒之魔童降世》《大圣归来》,其表现形式多以符合大众审美为标杆,商业性较强。动画连续剧则需要长线投资,积累了一定的口碑以后才有机会转战大荧幕,如《喜羊羊与灰太狼》。而微动画就相对更加“草根性”和“快餐性”,受众范围比较小,大部分作品在视频网站、地铁传媒上播放,商业性目的不强,以服务、介绍、科普性为主。微动画可

以表达一种情绪,引导一种心态,或者映射一种现象,实现叙事达意的效果,这是传统动漫长篇作品无法比拟的^[4]。

2.4 广西动画与微动画的兼容性

传统动画模式并不适用于当前资源相对贫瘠的广西,而微动漫是提高广西软实力的有力手段之一,建议广西动画先尝试以微动画形式开拓市场,再根据市场反馈来推广文化品牌。如《同道大叔与12星座》就是一部“小作坊式”微动画,故事以动画名角同道大叔与十二个星座角色之间有趣的小故事来展现十二星座的特点,剧情简洁幽默,而“同道大叔”也因此成为这部动画品牌的代言人。目前其已发展成以微动画系列篇进行推广,玩偶、书签等动漫衍生产品、后续补给的品牌产业模式,拥有粉丝总计超过3000万人,是全网华人中最具现象级的女性类微动画。微动画在移动终端上有着强劲的活力,我们在移动互联网上看到的微动画基本是幽默的段子、小故事,与民俗文化相关的宣传片难觅踪迹。广西动画可以尝试这类“小作坊式”推广路线:①以广西少数民族文化为故事题材;②以讲述故事为主,故事在于精不在于长,既要提炼出广西本土文化内涵精髓,又要为故事的设计注入符合现代大众口味的潮流元素;③用水墨风格营造出广西山水人文风光的独特魅力,吸引观

众;④设计一个贯穿始终的动画角色,通过系列微故事将这个角色的形象立起来;⑤以功能为辅,通过这个角色延伸出广西各民俗文化,进而推动广西旅游业的发展。之后以系列短片形式通过互联网终端各大移动平台播放,收获良好的口碑和一定数量的拥护者以后,再考虑以传统动画形式登场。

3 结语

将水墨风格元素融入以民俗文化为主的广西动画作品里,有助于在风格上将广西动画与其他地域区别开。把民俗文化以微动画的形式置于微信、微博等传播平台,是在微时代下对民俗文化传播推广的一条新途径,也可能是最有效并能产生巨大回报的一种宣传手段^[5]。广西动画事业有巨大的发展潜力,市场前景一片光明,广西不仅需要弘扬本土民族文化,也要吸收传统艺术的民族元素,还要追求创新,找寻个性化发展,以传统的文化元素为源泉打造本土动画品牌,才能走出一条强劲长足的发展道路。

作者简介:孟伟(1982.12—),女,广西桂林人,硕士,讲师,研究方向:影视动画、美术鉴赏、平面设计、美术教育。

【参考文献】

- [1] 谢晓昱. 科学与艺术的联姻:水墨动画研究[D]. 上海大学, 2011.
- [2] 姚桂萍. 水墨动画浅析[J]. 电影评介, 2006(12): 43-44.
- [3] 卢斌, 郑玉明, 牛兴侦. 动漫蓝皮书:中国动漫产业发展报告(2012)[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2012.
- [4] 沈菊. “微”动漫,“大”功能[J]. 社会观察, 2014(4): 70-71.
- [5] 彭湘. 浅析广西民俗文化传播的微动画形式[J]. 视听, 2016(12): 130-131.