

影视动画先行

让世界认识立体多彩的浙江

——赴俄罗斯、芬兰动画、纪录片考察交流情况报告

郑宇

受俄罗斯瑞奇集团、芬兰坦佩雷短片节组委会邀请,经省政府批准,由省广播电视局张伟斌局长带队的浙江代表团一行五人,于2019年9月13日至9月20日赴俄罗斯、芬兰两国,考察动画片、纪录片交流合作情况。

一、出访考察基本情况

代表团先后走访了俄罗斯、

芬兰相关动画影视媒体机构和博物馆,与俄罗斯前苏联联盟动画厂厂长鲍里斯先生、俄罗斯瑞奇集团总裁安东先生、芬兰广播公司创意内容部总裁维乐先生等高层、坦佩雷电影节组委会主席朱卡先生、环球时代传媒有限公司总裁赵亦农先生、副总裁贾慧兰女士等进行了洽谈,通过实地考察、专题介

绍、座谈提问、互动交流等方式,对当前俄罗斯动画产业发展情况及未来趋势、芬兰国家广电媒体情况及纪录片等领域合作项目、芬兰塔佩雷短片节对接情况及合作方向有了更深入的了解。与此同时,我们也向国外同行介绍推广浙江动画、纪录片发展现状和前景,为下一步加强合作打下坚实

基础。

(一)俄罗斯动画业历史悠久、实力雄厚,在政府推动下正快速复苏

俄罗斯动画经历较长一段时间的低迷之后正在逐渐复苏,动画产业已成为近年来俄罗斯影视行业发展的新亮点。我们这次走访考察的俄罗斯前苏联联盟动画厂、俄罗斯瑞奇集团就是其中具有代表性的企业。前苏联联盟动画厂位于莫斯科,创办于1936年,距今已有83年历史,涵盖绘本、粘土、木偶、动画等多元化风格,近年来赢得国内外众多奖项,被业界评为前苏联最具影响力的动画工作室。瑞奇集团是一家总部位于俄罗斯圣彼得堡的国际动漫公司,瑞奇系列动画已在全球100多个国家和地区播映,斩获超过100个国际奖项,旗下《开心球》《瑞奇宝宝》系列已在央视少儿频道、国内多家电视台少儿频道及新媒体平台播出,深受小朋友的欢迎。《开心球》在俄罗斯播出10周年之际,普京总统还发来贺信,对这部动画片表示高度认可。近年来,俄罗斯政府在政策、法律、知识产权保护等方面对动画业发展予以积极支持,相关材料显示:仅2014年,俄官方用于支持本国动画发展的资金就已达2500万美元。2016年,俄罗斯政府将本国动画企业的工资税率从原有的30%降至14%,这对用人成本占总体成本近八成的俄罗斯动画产业产生深远的积极影响。

(二)芬兰广播公司覆盖率高、媒体主流,双方具有较强的合作潜力

芬兰广播公司是隶属于芬

兰议会下,提供全国性公共广播服务的媒体机构,议会选举所产生的管理委员会是其最高决策部门,芬兰政府拥有99.98%的股份,自2013年起,公司运营资金来源于专门的广播税,法律保证大约5亿欧元的年度预算。芬兰广播公司开设4个电视频道、6个广播电台、图文电视、提供广泛的网络和移动网络服务,其目标是促进芬兰文化和娱乐业发展,为青少年提供健康的节目,维护文化多样性,促进文化交流等。2018年,芬兰广播公司覆盖率达到芬兰总人口的91%,是名副其实的国家主流媒体。目前,浙江广电集团与芬兰广播公司已有初步接触,浙江广电集团拍摄的两部纪录片《良渚》《小镇故事》近日将在芬兰国家电视台展播,成功实现了浙、芬主流媒体的实质性合作。芬兰广播公司也希望双方能够围绕具体项目落地,加强同行交流,开展合作拍摄。

(三)坦佩雷短片节声誉很高、开放性很强,是中欧文化交流的重要桥梁

坦佩雷短片节是欧洲第二大国际短片节,EFA欧洲电影学院奖认证电影节,也是全球少数几个拥有奥斯卡认证的电影节之一,在国际上享有很高声誉。坦佩雷短片节致力于短片电影的销售及国际合作,旨在发现业界新鲜血液和力量,所有获奖作品将有机会入围奥斯卡奖,其中一部分获奖作品将被直接提名为有“欧洲奥斯卡”之称的欧洲电影学院奖。从2017年开始,坦佩雷电影节更多关注青年影像,每年联合数个电影学院在世界范围内选择

优秀青年电影人和电影专业学生参与。近年来,坦佩雷短片节组委会与国内影视机构院校合作开展征片、展映等活动,单独设立中国大学生及青年导演展映单元,多部中国优秀影视短片作品入选展播交流并获得奖项,扩大了中国青年影像的国际影响力。浙江华麦网络技术有限公司加强与坦佩雷短片节组委会对接,杭州青年影像计划连续举办六届金荷奖,助力青年导演成长,优秀作品在坦佩雷短片节上屡有斩获。

(四)双方交流合作基础扎实、意愿强烈,期待实质性项目尽快落实

在走访考察中,代表团了解到,目前俄罗斯、芬兰与中国、浙江在动画、纪录片以及影视媒体等领域已有良好合作基础。2014年俄罗斯动画电影协会以国家展团形式参展杭州中国国际动漫节,带来《开心球》《玛莎和熊》等一系列俄罗斯优秀动画片现场展映。2017年央视动画与瑞奇集团合拍动画项目《熊猫和开心球》。2018年央视少儿频道和央视动画联合出品动画电影《新大头儿子和小头爸爸3:俄罗斯奇遇记》上映。2017年—2019年,俄罗斯动画企业连续三年参加中国国际动漫节动漫游戏商务大会(IABC)和戛纳电视节中国杭州影视内容高峰论坛(MIPChina),浙江华麦公司 MEGAMEDIA 音视频跨境交易服务平台吸引俄罗斯多家动画企业携其作品入驻。2019年,FUN Union与浙江电视台少儿频道联手打造《瑞奇宝宝跟我跳》幼儿教育启蒙节目,每周末黄金时段播出。而计划

今年在浙江设立分公司的北京乔伊文化公司目前已与近十家俄罗斯动画企业合作,代理运营1000集+优质俄罗斯动画IP。坦佩雷短片节组委会主席朱卡先生则明确表示,他非常乐意将优秀中国影视短片作品推向世界舞台,推荐到国际各类影视节活动中去,增强中西交流互通,消除西方对中国的误读。我们深切地感到,俄罗斯、芬兰同行都表现出与中方进一步深化合作交流的强烈愿望。他们既对中国浙江广阔的视听消费市场有着浓厚兴趣,又对通过影视动画合作推进双方文化交流充满着热切期待。

二、合作交流取得成效

这次赴俄罗斯、芬兰开展动画、纪录片合作交流活动内容丰富,成效明显,主要体现在以下三个方面:

(一)增进双方的了解与互信

相较于美日动画、世界著名媒体及影视节展,俄罗斯、芬兰相关影视媒体企业、机构和活动对我们而言还相对陌生,我省与其在相关领域的合作交流也才刚刚起步。这次访问期间,代表团深入考察了俄罗斯前苏联联盟动画厂、俄罗斯瑞奇集团、芬兰广播公司和坦佩雷短片节的生产运营情况,实地参观了相关动画公司设计研发、配音录制、营销推广等业务部门,以及芬兰国宝级动漫形象——姆明谷博物馆,现场见证了前苏联联盟动画厂与北京乔伊文化传媒有限公司签订合作协议,充分了解到当前俄罗斯、芬兰动画、纪录片发展现状和趋势,并就双方意向合作的模式及途径与国外同行进行了深

入探讨和交流。与此同时,我们也向俄罗斯、芬兰同行详细介绍了浙江动画片、纪录片及影视媒体发展的基本情况、主要特点和规划前景,充分展现了浙江的优势所在和广阔的影视产业市场、影视消费市场,引发了国外同行的浓厚兴趣和合作意向,大大增强了双方的了解和互信,为推进双方进一步合作奠定了坚实基础,也为以影视动画为载体,深化开展更多文化交流进行了新的探索。

(二)学习先进碰撞思想火花

俄罗斯、芬兰动画产业历史悠久、实力雄厚,具有丰富的经验和先进的理念,特别是在“开心球”“姆明”等国际著名动画IP形象的生产制作、运营管理和营销推广上颇有独到之处,值得我们在如何研发吸引人、打动人的动画IP形象,如何将这些动画形象推向世界中学习借鉴。近年来俄罗斯政府扶持动画产业发展,接连推出多项有力举措并取得显著成效,值得我们在如何根据实际,因地制宜出台优惠扶持政策,为动画产业发展提供更具针对性服务中借鉴参考。芬兰国家广播公司关于公共媒体致力于促进当地文化传播交流发展,为民众提供健康有益公共文化服务的理念和举措,也值得我们进一步思考,如何在商业化和市场化的环境中,始终坚守主流媒体的社会责任,生产出更多更好的广播电视节目,满足群众多元化的精神文化需求。在双方的互动交流中,代表团还与国外同行就如何看待动画片、纪录片制作生产中的中西思维差异、如何消除中西之间

的误解误读、如何更有效地进行文化交流等进行了深入探讨,启发了思路、开拓了视野、达成了共识。

(三)达成初步合作意向协议

经过深入交流探讨,浙江省广播电视局与俄罗斯、芬兰相关企业机构在动画、纪录片、影视媒体领域达成了初步合作意向,并落实到一些具体的、实质性的项目上来。主要有:邀请参会,正式邀请俄罗斯、芬兰相关影视动画企业机构参加明年在杭州举办的中国国际动漫节、戛纳电视节中国杭州影视内容高峰论坛、西湖国际纪录片大会(IDF)等我方举办的重要影视节展交易平台,并以此为契机,促进双方影视企业面对面接洽,商谈落实具体合作项目,进一步拓展双方交流合作的渠道,俄、芬方已欣然接受邀请。组织参展,依托杭州金荷奖等已有平台,继续做好坦佩雷短片节征片工作,组织我省相关广电媒体、影视企业、院校青年学生拍摄影像作品积极参展。邀请坦佩雷短片节国际专家评委到我省开办讲座、指导交流,特别是与中国美院、浙江大学国际文化与传媒学院、浙江传媒学院等师生,就短片生产创作深入交流,推进中国、浙江青年影像加快走向世界。互供片源,浙江广电集团定期提供译制完成的纪录片、专题片等优质节目资源供芬兰国家广播公司播出,芬方也参照此标准,向浙江广电集团国际频道提供片源播出,版权费及播出费双方互免。合作拍片,浙、芬双方主流媒体筹划互邀互派采编人员,围绕共同感兴趣的

题材,合作拍摄介绍双方历史人文、社会经济和旅游风光等内容的主题片、纪录片,并在各自的电视媒体上播出,进一步加深双方民众之间的了解。组织培训,针对当前短视频飞速发展的前景,与坦佩雷国际短片节活动相对接,初步筹划举办全省短片、短视频、微纪录片等专题培训班,组织浙江相关媒体、影视公司、院校青年骨干到芬兰坦佩雷进行业务培训,现场接受国际电影节主席、国际选片人、国际制片人的现场指导,进一步提升我影视生产制作的国际化水平。项目落实,浙江省广播电视局与俄罗斯、芬兰相关企业机构将在动画、纪录片、影视媒体等领域指派专门机构专门人员对接,力争将双方合作项目尽快落地,深化推进,力求取得实质性的成果。

三、思考建议

这次出访对浙江动画、纪录片发展有哪些启发?又有哪些经验值得借鉴学习?我们对此进行了认真梳理、归纳和提炼。

(一)要从坚持文化先行、共建“一带一路”的站位推进影视动画交流

2013年,习近平主席提出“一带一路”伟大倡议,秉承共商共建共享原则,开放包容的特征和互利共赢的追求,为世界各国深化合作提供了重要平台和机遇。国之交在于民相亲,民相亲在于心相通,而实现民心相通,首要而有效的手段就是文化传播与交流合作。文化作为一个民族的灵魂与生命,已渗透到民族和国家的各个细胞,文化交流在国家交往中发挥着潜移默化、润物无声

的作用。文化的深入交融,能够加深彼此的理解和包容,成为政治、经贸、军事、社会等各领域交流合作的“润滑剂”“催化剂”。可见,文化传播与交流合作是民心工程,也是先行工程、未来工程,具有独特的先天优势。“一带一路”倡议不仅需要政策、设施、贸易、金融和民心“五通”的协同推进,而且需要文化传播与交流合作的先行,奠定更加坚实的民意基础和社会基础。影视动画是跨文化传播的重要组成部分,也是国家软实力的最好载体之一,其生动的形象、多样的色彩、丰富的情感、引人的情节,独特的创意,能够直抵人的心灵,引发彼此间的共鸣,从而更快更好地达到互解、互通、互融、互信和互亲。因此,从这一角度来看,推进中外影视动画传媒交流,就不仅仅是广电系统的一件具体工作和项目,也不仅是单方面地出口或引进一些影视动画片,而是应该从坚持文化先行、共建“一带一路”,促进中外文化相亲、心灵互通的更高站位,来持续有力地推进影视动画传媒的发展、传播和交流。要将其作为实现“一带一路”沿线国家,乃至中国与西方国家平等互利、“民心相通”的基础性工程来共同推进,要将其作为“五通”相辅相成的重要“软实力”来协同推进,真正发挥影视动画传媒在国家对外战略中的独特作用。

(二)要创新思维方式和表达形式,让世界认识一个立体多彩的中国

如何让西方认识一个真实、立体、全面的中国?如何消除中外文化交流中的误解误读?

这是当前外宣工作和对外传播中存在的最大问题。中西方文化、价值观和思维方式上的差异,导致国外观众对中国影视动画作品看不懂也听不明白,传播内容认同度较低,海外传播效果不佳。究其原因,主要是我们对国际受众的认识、研究和理解不够,对其兴趣需求、文化背景和价值观把握不准。在这次出访交流中,国外同行也多次提及对中国影视动画作品的看法,认为“技巧精湛,技术一流,但叙事方式和思维模式比较含蓄,内容题材选择相对狭窄,故事情节推进较为缓慢,视角方式多与西方不同。”如何走出这一困境,真正实现有效对外传播?习近平总书记明确指出,“要建设中国风格中国气派的话语体系,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,增强在国际上的话语权。”首先要从研究传播对象入手,在题材选择上,应充分了解国外观众的需求和喜好,选取他们看得懂、易于理解和接受的题材,聚焦真、善、美等人类共通的价值追求,找到双方的文化共通性,在观念和情感上争取国外观众的认同和信服。在表达形式上,多用国外观众喜闻乐见的语言和表达,注意传播的柔韧性、灵巧性及策略上的隐蔽性、曲折性,如尽可能地让人物自己来说话,不设置诱导提问,不主题结论先行,不把人物变成主题思想和编导观点的传声筒,更不要出现生硬的宣传口号和思想灌输。在叙事策略上,尽可能地以小见大、以点带面,聚焦人情、人性,描写普通人的生活 and 情感,以生动鲜活的人物、故事,自然而然地

将主题和意义展现出来。在制作方式上,既“走出去”,也“请进来”,“中国故事、世界表述”“世界内容、中国创意”,多从外国人的角度来看中国。总之,就是要创新传播内容,拓展传播渠道,用国外传播对象所接受的方式讲好中国故事,不仅让全世界能听到中国声音,更要让海外民众听进去中国声音,才能达到良好传播效果。

(三)要借鉴西方先进理念经验,经营开发动画IP的产业链和价值链

瑞奇系列、姆明一家作为俄罗斯、芬兰国宝级的动画形象,而今都已走向世界,风靡全球,成为拥有巨大产业链和丰富价值链的超级IP,并创造了惊人的经济奇迹和社会效益。如瑞奇系列动画在食品饮料、玩具、游戏、文具、服装服饰、家居、消费电子产品等领域的授权品项超过3500个,拥有1500万益智游戏用户,1700万图书发行,为孩子们构建了一个安全、有爱、无暴力的美好世界。憨厚可爱的姆明一家人生活在海洋和森林之间、充满爱和宽容的童话世界,其关于生活和家庭关系的思考颇具北欧文化特色。围绕姆明的周边设计和延伸品非常丰富,姆明主题公园、咖啡厅、餐馆、系列图书等深受各国人民的喜爱,成为时尚的生活方式。而反观我们自身,上世纪动漫作品中的孙悟空、哪吒、阿凡提、黑猫警长,以及近年来新推出的蓝猫、喜羊羊与灰太狼、大头儿子和小头爸爸等优质动画IP都家喻户晓,但其培育模式、品牌营销、系统开发和商业变现等却

不尽人意。如何围绕IP核心整合生态圈,围绕核心理念衍生多种形态和产品?如何让IP形象更加鲜明,更有生命力,真正引发广泛共鸣和共情?如何通过跨界融合,中外合拍、品牌授权、主题打造、衍生开发等打造爆款IP?据相关数据显示,2020年国内IP衍生品市场规模将有望超过100亿,这无疑是一片巨大的蓝海。浙江动画片生产制作水平全国领先,“阿优”“小鸡彩虹”“布袋和尚”“洛宝贝”等IP形象先声夺人,身处以社交媒体为中心的移动互联网时代,如何融合新媒体互联网基因,推进浙江动画IP跨界运营、发展壮大,这是我们面对的一个新课题,也是一个新挑战。

(四)要顺应媒体融合发展潮流,推进短视频在新媒体端的蓬勃发展

第44次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2019年6月,我国网民规模8.54亿,手机网民规模8.47亿,网络视频用户规模达7.59亿,用户使用率为88.8%,短视频用户规模达6.48亿,用户使用率为75.8%,网络视频、短视频、微纪录正成为继微博、微信、客户端以后,新媒体蓬勃发展的新方向。短视频主要是指互联网新媒体上传播的时长5分钟以内的视频,内容简短而不乏趣味,契合年轻群体多元化、快节奏、碎片化的生活特性、心理需求和传播规律,随着移动终端普及和网络的提速,正逐渐获得各大平台、粉丝和资本的青睐。而短片是北美电影工业在电影诞生早期所诞生的一个片种,通常把20到40分钟的电影称作

短片,而在欧洲、拉美和澳洲则可以更短一些,如新西兰将长度介于1到15分钟的电影称作短片。有别于传统影视的长篇宏大叙事,在短短的十几分钟内讲述一个精彩故事,互联网时代的短视频与看似传统的短片,这两者之间其实具有某种一脉相承的精神实质,同样是追求灵光一闪、轻巧流动、精简叙事、以小为美,都完美契合当前数字化移动媒介的观看方式与收视需求。目前,人民日报、新华社、央视等传统主流媒体和越来越多的政府机构已入驻抖音、快手短视频平台,优酷、爱奇艺、腾讯视频为代表的视频网站形成三足鼎立,“二更”“一条”“壹读”等短视频凸显个性特色,各级传统广电媒体也正争先恐后发力打造短视频,浙江广电集团9月下旬刚宣布推出短视频平台“蓝媒视频”。可见,短视频正融入人们日常生活,成为年轻人最喜爱的信息获取和传播方式,也成为当前媒体的兵家必争之地。因此,顺应当前互联网新媒体融合发展潮流,我们亟需思考如何将古老短片与时尚短视频对接起来,如何将传统影视艺术与互联网移动传播技术结合起来,如何将挖掘并继承短片创作生产中的经验、技巧和创意方式,与契合当前网民的心理特征和兴趣需求融合起来,更好地发挥两者之间的互促互动互推作用,讲好一个精彩故事,抓住观众的眼球,打动人们的心灵,在互联网新时代、在新的融合潮流中绽放出璀璨的思想火花、艺术火花。

(作者单位:浙江省广播电视局)