



动漫创意丛书

中国动画的民族性研究

—— 基于传统文化表达的视角

Study of Cultural Expression in
Chinese Animation

李朝阳◎著

中国传媒大学出版社

2010年度教育部人文社会科学研究青年基金项目资助
(项目批准号: 10YJC760036)

中国动画的民族性研究

—— 基于传统文化表达的视角

*Study of Cultural Expression in
Chinese Animation*

李朝阳◎著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国动画的民族性研究/李朝阳著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2011. 6

(动漫创意丛书)

ISBN 978-7-5657-0267-9

I. ①中… II. ①李… III. ①动画片—产业—民族性—研究—中国 IV. ①J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 121368 号

中国动画的民族性研究

——基于传统文化表达的视角

著 者 李朝阳

责任编辑 张 旭

责任印制 范明懿

封面设计 飞 翔

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787×1092 毫米 1/16

印 张 14

字 数 270 千字

版 次 2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5657-0267-9/J · 0267 定价: 42.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前言

你必须准备好沐浴在你自身的烈焰之中：

你怎么可能重生呢，如果你不先化为灰烬？

——尼采

教皇保罗六世在 1969 年曾说：“我们的时代是一个问题时代，一个问题很大的时代。在科技的神奇影响下，一切都在经历着变革。如果我们愿意睁开双眼，每天都有新问题等着我们去研究，去解答。”^①

从人类信息传播的发展史来看，传播特点的变化趋势是：从程序繁琐到简单、从速度缓慢到快捷、从单一（或少数）感官的参与到多种感官共同参与。自人类进入文明社会以来，从手写文字的出现到印刷物、电报、收音机、电话、电视、手机、因特网等传播工具的发展历程，可以很清晰地看出这一趋势。自 20 世纪以来，科技开始大规模地从物质实践领域渗入到对人类精神世界的改造领域，其方式之一就是科技通过现代媒介，一方面使文化获得新的载体，另一方面使受众接收信息的方式从单一走向多元、从被动走向主动、从缓慢走向迅捷、从单调型走向享受型。当科技广泛地渗入生活的各个领域时，不仅科技本身衍生出新的文化类型，如狭义上的电视文化、动画文化、网络文化，而且科技手段作为载体所承载的传统文化也会打上科技的烙印，从而在面貌上不同于以往。如今，动画早已跳出

^① [美]斯塔夫里阿诺斯著，董书慧等译：《全球通史》（上），北京大学出版社 2005 年版，第 17 页。

那种拙朴艺术的小圈子,而走进当代艺术的殿堂,同时,也成为这个时代视觉文化中的亮点和最具有发展前景的动力源。“动画让大众在梦幻中接受自己对潜意识的放纵,而传统则被悄然改装与修饰,从而动画角色成为偶像,动画故事成为某种社会关怀下的叙述语境,动画场景成为人们梦寐以求的居所,动画台词成为流行语,动画道具成为大众手中的玩具,动画音乐成为耳塞里的所有。”^①

中国的现代意义上的动画事业发展很早,上世纪 20 年代中国的动画先驱万氏兄弟(万籁鸣、万古蟾、万超尘和万涤寰)就开始研究动画制作,第一部中国自制的人画合演的《大闹画室》就是他们制作的。1935 年,中国第一部有声动画《骆驼献舞》问世。1941 年,受美国动画《白雪公主》的影响,中国制作了第一部大型动画《铁扇公主》,在世界电影史上,这是继美国《白雪公主》、《小人国》和《木偶奇遇记》后的第四部大型动画,标志着中国当时的动画水平接近世界的领先水平。自上个世纪 50 年代中国动画界开始探索“民族形式之风”以来,随着一系列具有“中国学派”风格的动画片广获赞誉,“民族化”的思路也成为中国动画发展的基本纲领。

诚然,在全球化时代,对于所有的国家而言,实现文化产品的“民族化”是加强其文化产品的竞争力的重要策略。然而,虽然“民族化”多年以来一直被中国动画界奉若圭臬,但它的内在含义却被抹杀了大半,逐渐成为一个纲领性的口号,而没有真正成为具体的研究对象,更像是理论博物馆里的展品,既没有为动画艺术精品殿堂的打造添砖加瓦,也没有走向文化产品的生产线参与价值的创造。自 1985 年的《金猴降妖》之后,中国再也没有推出真正具有“民族化”意味的作品。在电影界,上海美术电影制片厂在 1999 年出品的动画电影《宝莲灯》以其内容的简单幼稚和概念化,早已成为无数人指责的对象,然而,时隔 10 年之后,上海美术电影制片厂的短片《马兰花》却重蹈覆辙,而且有过之而无不及;《风云决》同样是形式大于内容;《魔比斯环》更是令人羞于启齿。在电视剧领域,《蓝猫淘气三千问》是典型的童稚化;《大耳朵图图》顽强而又丝毫没有自尊心地一味抄袭日本的《蜡笔小新》;《红猫蓝兔奇侠传》稍有进步,但依然存在童稚化、剧情简单化、人物平面化等一系列由来已久的痼疾,同时,画面色彩也过于俗艳。纵观中国内地 20 多年来的动画制作,似乎只有一部《喜羊羊与灰太狼》令国人稍感欣喜,但这部动画却从另一个侧面证明了中国动画界无以复加的文化资源开发的贫瘠、文化开发眼光的短浅和内容创作的平庸。在面对全球化时代的竞争和影像时代的机遇时,中国动画似乎在追求“民族化”的路途中彻底迷路了。

当前,不仅中国动画的实践发展相对滞后,而且动画理论也呈现出研究面不

^① 周鲠:《动画电影分析》,暨南大学出版社 2007 年版,第 1 页。

广、研究程度不深、研究体系不完整、研究对象缺少针对性等缺陷。综观国内的相关研究,因为研究视角的问题,大多数研究者关注动画技术的发展,而忽视了动画内容本身,同时,对于动画片“民族化”问题的探讨也远远不够深入,缺乏科学性和系统性。很多关于动画“民族化”的学术论文和硕士、博士论文,往往在对“民族化”进行一番考察、比较、反思之后,落脚点仍是从儒家思想、民间文学、宋元的说书艺术、“大团圆”的审美接受心理等寻找出路,不仅严重缺乏新意,而且在谈及这些具体问题时,又往往与当下的文化消费和社会审美心理的真实状况相脱节。这自然令人质疑:几十年一成不变而又被作为“金科玉律”的动画“民族化”理论的贡献何在?历史上较为优秀的动画作品反而是在理论匮乏的基础上得以诞生,这的确有某种讽刺意味。究其根源,中国动画的“民族化”理论只停留在一个口号或纲领性的认知层面,关于这一关键词的内涵和外延远远没有被深入探究。因此,“民族化”理论的悲剧性正如一个婴儿刚刚诞生就停止长大了。

笛卡尔在他著名的哲学论著《方法论》(*Discours de la méthode*)一书中指出:永远不接受任何自己不清楚的真理,只要没有经过切身的体会,不管多么权威的结论,都可以对其怀疑,以尽量避免鲁莽和偏见。笛卡尔怀疑一切、认真求证、条分缕析的科学态度至今仍是科研工作中重要的标尺和纲领。然而,反观中国近年来关于动画“民族化”的论文和著作,很多在方法论的起点上就犯了大忌,想当然地接受带有神圣光环的“民族化”理论,并止步于对这一概念进行纲领性的静态理解,凡谈及“民族化”,观点几乎千篇一律,只对“民族化”作出过于简单、直观、静止以及字面意义上的界定,而脱离了“民族化”在当下的时间和空间语境。这种静止而又封闭的研究模式,以及同样不求甚解、仓促行事的实践行为,在中国动画界普遍地蔓延开来,如重重迷雾,沉重地遮蔽了中国动画发展的路径。就中国动画的文化产业开发而言,中国的传统文化由于无法实现全球化的普遍接受和当代化的灵活利用,从而成为没有生气的陈列品,被置放于枯燥的形式、应景的展示和自恋的孤芳自赏之中,远远没有走进市场,走进生活,走进大的产业格局。

一种社会形态的文化必然有一种核心的意识形态作为该国家和民族的共同价值取向,然而,如果中国的文化、理论、话语想摆脱目前被世界冷落的尴尬,那么,它就必须是为全人类所能够接受的,具有未来意识的。传统是属于历史的,历史上的高明和辉煌更多意义上是一种美好的记忆,而不是作为创造未来的资本。在现代化的过程中,新的因素不会完全代替和更换旧的因素,而只是去补充和更新旧的因素。中国的传统文化很难在继承中得到创新,而是必须在创新中才能得到延续。席勒曾经深刻地指出:走出空间危机的唯一办法是重新创造一个新的空间。如同中国当前很多其他领域一样,中国动画最需要的只有两个字:创新。沉

重的历史惯性思维和体制思维,已经压抑了这个民族太久,从学术界、实践界到高校教育领域,居主导地位的仍然是那种不求甚解、望文生义、寻章摘句、墨守成规的思想体系。然而,我们却清晰地看到,创造性的思维和创意一定主导着这个时代和民族的未来,为此,我们仍将怀着这种对未来的希望等待,并且默默地积蓄实力。如果说,当前中国动画的陈腐和落后如同一张庞大的夜幕,那么,本书就是呼唤新思想、新理论、新创意的曙光的一声啼鸣。

一、研究的对象、方法及策略

本书探讨的是中国传统文化在动画影视(动画电影、动画电视剧)中的表达策略问题。研究大略分为以下几个层面:(1)厘清研究现状及存在的问题,明确研究的对象、范围及文本个案;(2)比较全球动画产业和中国动画产业的发展现状,联系中国的实际情况展开思考;(3)分析传统文化资源的有效表达对中国动画影视的重要意义,并指出中国动画的“民族化”在理论和实践层面上的误区;(4)针对中国动画影视中传统文化元素的匮乏现象,提出传统文化符号意义的“当代化”与当代重塑的具体策略;(5)针对中国动画影视在思想内涵上的“幼稚病”现象,从传统文化与现实生活的接轨入手,分析传统文化中具有当代精神向度的“超越性”元素的提炼对于提高动画影视的审美品格的重要性,并提出具体的表达策略;(6)针对中国动画影视在表达传统文化思想时的“空洞化”弊端(即割裂历史与当下、理性与感性、集体与个人、大义与个人理想的关系,从而成为抽象而又枯燥的说教),指出“具象化”地表达传统文化以引发受众精神共鸣的重要性,同时对“具象化”策略进行理论剖析,并将其阐发为面向实践的可操作性方案。

鉴于动画影视具有综合性艺术和文化产品的双重特质,本书将采取跨学科的研究方法,主要运用电影学、文艺学、美学和动画的相关理论,同时吸收文艺心理学、传播学和市场营销学等方面的理论;将定性研究和定量研究结合起来,做到理论观点的提出以具体案例、实证研究、历史研究和效果分析为依据,重在文本分析而力避空洞抽象的理论陈述或理论推断;化用列奥·施特劳斯的文本细读法和姚斯的接受美学方法进行研究。

本书的重点内容在于:(1)探求中国动画影视文化思想贫乏的根源;(2)探讨中国传统文化与动画艺术融合的规律和策略;(3)针对当前中国动画影视在表达传统文化时呈现出的“贫乏”、“幼稚”、“空洞”等现象,结合对中外案例的比较研究,分别展开理论剖析并提出解决方案。

本书的基本观点在于:(1)在动画影视中,传统文化的核心是文化的思想元素

和精神内涵,而不是简单地体现为具有民族特色的故事原型、画面和声音媒介的形式元素;(2)关于动画影视中传统文化的有效表达与传播的研究,必须建立在对动画影视作为艺术和文化产品的双重身份的考量之上;(3)以上述两点为基础,并针对中国动画影视的现实困境所提出的理论观点和具体策略,才真正具备可操作性,才能有效地促进传统文化的“当代化”和动画理论的“民族化”。

二、研究的背景、目的及意义

自20世纪90年代始,文化产业成为西方发达国家的支柱产业。随着视觉文化的蔓延和电脑、数字技术的发展,动画影视产业又成为文化产业中最具成长潜力的子产业之一,具有国际化程度高、消费群体广、市场需求量大、产品生命周期长、高附加值等特点。美国电影的出口额占世界电影市场80%的份额;日本动画占全球60%以上的市场份额;中国对动画的需求量急剧增长,是全球最具潜力的动画市场。根据2009年7月通过的《文化产业振兴规划》,中国将重点推进动画影视产业。然而,中国作为文化资源大国,却是文化产业小国,同时,国产动画在全球动画市场中所占的份额也极小,精品稀缺,文化影响力远不及美国和日本动画。在全球的文化竞争中,尽快增强国产动画的竞争力和市场竞争力,不仅具有现实的经济意义,而且关涉到传统文化的顺利传承,乃至国家文化安全的保障,因此具有强烈的时代感和现实的紧迫性。

国外的动画研究已经很厚重,不仅有通史性的成果,而且还具备断代性或专题性的历史清理特色,部分研究工作在方法论和视角上也有了深入发展。国外动画理论的代表性研究主要有莫瑞恩·弗内斯的《动之艺术:关于动画美学》、杰恩·皮林的《动画研究读本》、保罗·韦尔斯的《理解动画》和《剧本创作》、安兰·乔娄登科的《生活的幻觉:动画研究文集》等。除动画史、动画理论的研究外,国外的研究议题还涉及动画制作公司、动画制作者、计算机动画、实验动画、独立制作动画、三维动画等领域。

国内的动画研究相对滞后,但也取得了一定的成绩,产生了一批具有代表性的著作。贾否、路盛章的《动画概论》(2005),孙聪的《动画运动规律》(2005),周鲇的《动画电影分析》(2007),靳晶、孙立军的《影视动画分镜设计》(2009),姚忠礼、王意的《动画剧本创作》(2009)等著作分别对动画的基本原理、运动规律、叙事结构、镜头语言和剧本创作的原则进行了归纳。李彦、曹小卉的《日本动画类型分析》(2009)剖析了日本的主流动画创作的思想根源、生活原型和文化依据。此外,马欣的《对中国动画片民族化的反思》(《美术》2003.7)、李飞雪的《试论中国动画

的民族性》(《中国广播电视学刊》2009.8)、袁洁玲的《口号之下的迷惘——中国动画“民族化”问题之反思》(《时代文学》2010.5)、李朝阳的《论国产动画片的传统文化元素开发》(《电影文学》2010.6)、康修机的《中国传统动画的民族化特征》(《文艺争鸣》2010.10)等文章,也从不同侧面论及中国动画对传统文化的表达问题,但限于论文的篇幅,此类文章在论述时无法做到系统和全面。

综观国内研究,尚存在的缺憾主要有三点:(1)研究视角较为单一。大多数研究关注动画技术,而忽视了动画片的思想元素以及对文化资源的开发问题,因而在学习美国和日本动画时往往只得其“形”而不得其“神”。(2)研究思路有待深化。国内研究对动画影视“民族化”问题的探讨尚不够深入和系统,忽视了对民族文化的思想精髓和价值观念的有效表达策略的研究,“中国风格”经常被简单地概念化为具有民族特色的故事原型、音乐、画面等表面元素。(3)研究方法有待改善。国内研究在定性研究和定量研究的结合上还存在很大不足。定性研究经常止步于对国外理论的印证,以及对以往“纲领式”的“民族化”理论的重复,而缺乏充分的事实依据;定量研究又往往在案例分析之后,形成过于主观的影评、剧评或概述式的观点,因而缺乏学理性和可操作性。同时,动画影视既是综合性艺术又是文化产品,对它的研究应该是跨学科式的,但国内研究尚没有充分尊重这一法则,研究视野的狭小也导致一些研究片面地以动画艺术的“民族化”凌越于动画艺术的本体属性。

鉴于此,中国的动画理论仍存在较大的可完善空间。近20年来,中国动画影视在整体上不断地重蹈覆辙,始终没能克服“幼稚”、“肤浅”、“内容空洞”等弊病,也难以有效地面对“全球化”的竞争和“影像”时代的机遇。因此,我们不得不思考:中国动画影视应该在哪些方面体现出自身的特色?既然“内容为王”是文化产业的特征,那么中国动画的核心竞争力内容是什么?如果是历史悠久的传统文化,那么这种传统文化的核心竞争力又是什么,又如何通过动画这一载体恰当地表达?这些问题,不仅涉及对动画的艺术规律和传播规律的探讨,而且还涉及文化内容与动画媒介有效融合的问题。在“全球化”背景下,文化产业已经意味着无疆界的全球文化的产业化,因此,如何在动画影视中有效地传播民族文化是当前世界动画理论中相当重要的论题,不仅关系到文化产业的发展和国家的文化竞争,而且关系到民族文化的顺利传承和国家文化安全。然而,动画的文化传播绝不仅限于表面元素(具有民族特色的故事原型、画面、音乐)的展现,艺术和文化产品真正的吸引力和影响力源于文本内在的精神感召力,这种感召力是文化元素和艺术载体更为密切地融合的产物,涉及更为广泛、更为深层次的文化内容的表达策略问题。只有对这种策略展开基于当下语境的深入探讨,动画的“民族化”这一

论题所包含的价值才能真正地呈现出来。

本书的创新之处在于:(1)在研究视角上,本书从对传统文化资源的开发入手,探求中国动画影视内容和思想贫乏的重要根源,这是对国内研究过于关注技术而忽略叙事内容研究的补充;(2)在研究的理论意义上,本书是对中国动画的“民族化”理论的进一步完善,把这一论题拓展到除电影学、文艺学和动画理论以外的文艺心理学、传播学和市场营销学等学科领域,并加以深化;(3)在研究的实践意义上,本书在对中外动画文本进行比较研究的基础上,对动画作品中文化资源的利用和思想传播的规律加以总结,并提炼出具有针对性的解决方案;(4)在研究方法上,本书既非纯理论化、概论式的抽象演绎,又非主观化、随意性强的影视剧评论,而是以具体案例、实证研究、历史研究和效果分析为依据,在比较和对照中发现问题,分析问题,并提出相应的理论观点和操作策略,因此不仅具有明显的针对性、强烈的现实意识和问题意识,还具备较强的理论参照价值和应用价值。

目 录

前言 / 1

一、研究的对象、方法及策略 / 4

二、研究的背景、目的及意义 / 5

第一章 动画产业概述 / 1

第一节 全球动画产业的发展现状 / 3

一、动画的起源 / 3

二、全球动画的发展态势 / 4

第二节 中国动画的尴尬现状 / 7

一、中国动画的尴尬现状 / 7

二、中国动画存在的问题 / 10

第二章 动画的“民族化”问题 / 15

第一节 关于“民族化”的界定 / 17

第二节 中国动画“民族化”的误区 / 20

一、莫衷一是：弘扬还是抛弃“民族化” / 20

二、有“形”无“神”：“民族化”的表达误区 / 28

第三节 美国动画的民族性格和日本动画的民族风情 / 32

一、美国动画的民族性格 / 34

二、日本动画的民族风情 / 39

第四节 宫崎骏动画的人文哲学观 / 46

一、手冢治虫——日本动画的人性关注缘起 / 47

二、宫崎骏动画的人文哲学观 / 49

三、宫崎骏动画的现代神话观 / 54

四、宫崎骏动画的产业价值 / 59

第五节 动画“民族化”的必然趋势 / 65

一、中国动画的当下生存语境 / 65

二、动画“民族化”的必然趋势 / 73

第三章 中国传统文化的“当代化”表达策略 / 79

第一节 “国家文化安全”问题的本质 / 81

一、“国家文化安全”的一般释义 / 82

二、中国国家文化安全问题之新解 / 83

三、传统文化的保护与文化的核心竞争力 / 86

第二节 传统文化的当代动画表达策略 / 101

一、传统文化元素的开发 / 101

二、“民族化”的“全球化” / 106

三、“民族化”的“当代化” / 109

第三节 日本动画内容开发对中国动画创作的启示 / 110

一、中日动画角色形象的比较 / 111

二、中日动画故事的审美价值比较 / 117

三、对中国动画认知的反思 / 122

第四章 传统文化的“超越性”表达策略 / 131

第一节 “世俗性”与“超越性”的辨析 / 133

一、超越性与信仰 / 133

二、对信仰的历史梳理 / 144

第二节 传统文化的“超越性”表达策略 / 159

一、中国影视剧“超越性”精神的缺失 / 160

二、如何加强影视剧中的“超越性”精神 / 162

第三节 “抽象化”与“具象化”的表达策略 / 164

一、中国影视对传统文化资源开发的尴尬 / 164

二、武术文化的影视具象表达策略 / 166

第五章 动画影视的本体表达策略 / 169

第一节 童真与幼稚：动画的心理表达策略 / 171

一、动画叙事的灵魂——童真心理 / 171

二、中国动画叙事的“幼稚”病探析 / 173

第二节 成长与拯救：动画的本体叙事策略 / 177

一、成长与拯救：动画叙事的本体特征 / 177

二、中国动画叙事的表达误区 / 179

第三节 夸张与变形:动画造型的美学策略 / 181

一、夸张与变形:动画形象造型的美学特征 / 181

二、中国动画形象造型的表达误区 / 183

第四节 技术美学语境下的中国动画“意境” / 185

一、技术美学与当代动画的技术本性 / 186

二、中国动画“意境”的现代美学延伸 / 187

第五节 惊艳的《小倩》 不朽的经典 / 190

一、艺术欣赏的语境与留白 / 190

二、浓郁的中国文化特色 / 196

三、紧凑的叙事结构设置 / 197

结语:探寻动画规律 经营文化盛宴 / 201

参考文献 / 205

第一节 全球动画产业的发展现状^①

一、动画的起源

对于活动影像的视觉效果再现的向往,可以追溯到人类文明的源头。人类很早以前就已经使用各种图像来记录物体运动的时间过程。法国考古学家普度欧马(Prudhommeau)在1962年的研究报告中曾指出,在两万五千年前石器时代的洞穴上就画有一系列的野牛奔跑分析图,是人类试图用笔(或石块)捕捉凝结动作的最早证据。

及至近代,动画的先驱——17世纪的耶稣会教士阿塔纳斯·珂雪(Athanasius Kircher)发明了“魔术幻灯”(The Magic Lantern),即在一个铁箱里放一支蜡烛,铁箱两边各开一个小洞,洞上覆盖透镜。这是动画和所有电影的开始。将一片绘有图案的玻璃放在透镜后面,经由灯光通过玻璃和透镜,图案便可以投射在墙上。17世纪末,钟安斯·桑(Johannes Zahn)又将其改进,把许多玻璃片放在旋转盘上,这样墙上便出现了一种运动的幻象。18世纪末和19世纪初,魔术幻灯开始在法国盛行。

艾米·雷诺(Emile Reynaud)是动画片的创始人,1877年,他发明了一架用几面镜子拼成圆鼓形的活动视镜(Praxinoscope),在1888年又发明了光学影戏机(Théâtre optique)。雷诺既是一个动画机器及技术的发明者,又是动画的创作者。他的第一部作品《一杯可口可乐》于1891年在巴黎葛莱凡蜡像馆(Grevin Museum)放映,是世界上最早的动画片。此后,他又陆续制作了《丑角和他的狗》、《可怜的皮埃罗》等作品。在制作这些影片时,雷诺利用了近代动画片的主要技术:活动形象与布景的分离、画在透明纸上的连环图画、特技摄影、循环运动等。在1894年至1895年间上映的长达15分钟的雷诺的动画作品《更衣室旁》具备了动画片的各种要素:一定的长度、幽默滑稽的故事、不同的角色性格、故事发生的环境背景和完整的结尾。因此,该作品被认为是世界上第一部动画片。

1906年,詹姆士·斯图尔特·布莱克顿(James Stuart Blackton)对动画作出了历史性的贡献,他制作出了《一张幽默有趣的脸》这部接近现代动画概念的影

^① 本节史料部分来自段佳:《世界动画电影史》,湖北美术出版社2008年版。

片,影片使用了黑板素描和剪贴的方法来简化拍摄程序。

被称为“现代动画之父”的法国人埃米尔·科尔(Emile Kohl)是第一个利用遮幕电影结合动画和真人动作的先驱者,在1908年至1921年间,他总共完成了250部动画短片。这些短片不侧重故事和情节,而倾向于用视觉语言开发动画,如图像之间的“变形”和转场效果。

经过各国发明家十几年的努力,卢米埃尔兄弟最终发明了最接近现代电影的装置——活动电影机。在早期电影的实践中,电影家们发现了停格再拍的原理。到1910年前,现代动画的基本制作技术都已成型,现代动画电影诞生。

二、全球动画的发展态势

(一)动画的黄金时代

全球动画的黄金时代与美国动画密不可分。美国动画从雏形到起步经历了20年的时间。在第一次世界大战中,由于远离战场,美国的电影业得以迅速发展,并在战争结束后取代法国成为世界上最大的电影生产国。新的工业技术推动了动画工业的发展。在这一时期,美国的动画影片主要是靠怪异人物的滑稽动作来吸引观众,然而,尽管这些人物造型很简单,但出于新奇感,观众仍然对这些程式化的人物着迷。在1957年,身为早期迪斯尼制片厂的动画师的迪克·胡莫尔曾回忆说:“纽约动画的早期发展阶段,是一个令人振奋的时代。这个行业十分有趣,它能吸引各种行业的人,其中包括广告绘画者、推销员、漫画家。这个行业有一条规则,即只要你能拿起笔,你就能画动画。”^①

动画刚被发明之时,普遍被认为是某种杂耍,但是,艺术家和商人们渐渐认识到动画所蕴含的艺术可能性和商业机会。1914年,美国人艾尔·赫德(Earl Hurd)发明了透明赛璐珞片上分层绘制动画的技术。这种技术减少了动画制作的工作量,使更长的动画片制作成为可能。在美国,动画制作产业逐渐形成规模。温莎·麦凯(Winsor McCay)、约翰·布雷(John Bray)、马克思·弗莱舍(Max Fleischer)等人对美国动画工业作出了巨大的贡献。随着印象主义、表现主义等风潮在美术界和电影界的盛行,一大批艺术动画得以诞生。到20年代初期,“艺术动画”的格局逐渐形成了。

1923年,沃尔特·迪斯尼(Walt Disney)来到好莱坞,成立了自己的动画制片

^① 转引自段佳:《世界动画电影史》,湖北美术出版社2008年版,第30页。