

她们,是活跃在中国动漫产业一线的“女汉子”,率领着各自的企业在市场中闯荡,努力践行着自己的动漫理念和人生梦想;她们,是存在于不同动漫作品中的女性卡通角色,或萌或猛、千人千面,承载着人们对社会、人生、文化的理解与期望。无论是身在现实世界的前者,还是处于二次元世界的后者,她们共同撑起了动漫产业的半边天。为此,借三八国际劳动妇女节之机,本版推出“动漫女性”特别策划,以表达对她们的尊敬与喜爱。

“铿锵玫瑰”怒放动漫界

本报记者 程丽仙



张丽:吉林铭诺文化传播 有限公司董事长

就像母亲最爱自己的孩子一样,张丽最爱的卡通形象是熊猫鲍尔——铭诺独立投资、根据郑渊洁同名童话作品改编的52集动画片《鲍尔历险记》的主角。

“长春玫瑰”要马上“鲍”发

在家排行第五的张丽有个外号“Z小5”,熟识的同行都称她“小5姐”。看电影、听音乐、读闲书、逛世界、独自发呆这些侧重精神层面需求的人生爱好,使她的微信朋友圈弥漫出一股闲适的人文气息与文化情趣,而做动画这个爱好则泄露出她对现实及行业的清醒认识和积极进取。

张丽将自己的职业历程总结为9个字:电视人、广告人、动画人。“大学时学的专业是影视编导,因为有个冬季生日收到一束惊艳的鲜花,毕业后就在北方春城开了一家鲜花店,然后是服饰坊、家居廊,名号都叫‘丘比特’,同时在电视台做策划、编导、主持人,再后来开了一家广告公司,很快跻身省十强。”张丽笑说一下子进入了自吹的节奏。

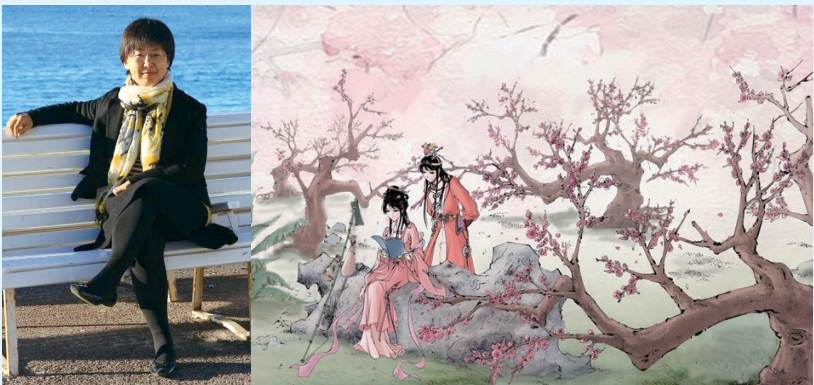
2003年,因为给一款蓝猫授权的饮料做全案广告策划,张丽开始介入动画领域,在成功策划汇源儿童卡通饮料“咕噜噜”“果星期”之后,铭诺成为当时最大的民营卡通集团三辰的广告策划制作发行代理商,张丽则被借调到北京,受聘成为三辰广告公司总经理,负责形象策划、贴片广告、电视台发行等。2005年,张丽从广告发行转向动画制作,样片《蓝猫妙想总动员》从创意制作、形式内容到成本控制等环节,都有突破,公司成为当时三辰众多制作团队中独一家的“联合制作单位”。为形成量产,张丽和5位铭诺总监率30名长沙员工赴长春独立完成了104集新系列《妙想总动员》,借此奠

定了铭诺动画团队的基础。之后,铭诺先后完成了与SMG合作的140集《霹雳乐翻天》,与央视动画、河南报业集团合作的52集《少林海宝》,与央视社会与频道合作的26集《动漫说法之和有乐》。

张丽说自己最喜欢的动漫作品是宫崎骏的《龙猫》及其他,最爱的是鲍尔——铭诺独立投资的、根据郑渊洁同名童话作品改编的52集动画片《鲍尔历险记》的主角。“因为喜欢才做动画,因为热爱才努力坚持。理想与现实有很大的距离,也有很大空间。”谈及从与他人合作到独立投资这一路来的艰辛,张丽认为,动画人苦于前后都要受钱的气,心有旁骛,所以“我们的作品一直缺乏阳光的价值观和飞扬的想象力,怎么做都透着股小家子气”。

并不讳言自己也是“小家子气”一分子的张丽对企业的未来发展早有想法,“需积极考虑借助资本和优势资源的力量,找准机会联动而发。”马年春节期间,铭诺推出一条名为“马上鲍发”的趣味贺岁视频,在微博上经郑渊洁转发后点击量在一天内达60万次。“今年,铭诺将正式成为中国移动手机动漫基地的内容合作商,期待在新媒体上能有不一样的表现。”张丽说。

“开心工作,快乐生活”是张丽的目标,她游走在工作与家庭之间,努力协调着女老总、母亲、妻子、女儿这些身份及其责任,和丈夫是“动画夫妻档,男主内女主外、挺和谐默契”,和身高一米八二的儿子一起出行,犹如姐弟,因为总有人说,“小5姐,这是你弟?长得跟你真像啊。”



杜津疆:天津神界漫画 有限公司副董事长、天津文 创会展有限公司董事长

漫画“四大名著”是杜津疆最喜欢的动漫作品,不仅因为它们是神界的扛鼎之作,更因为记录了她人生中的8年时光。

“天津玫瑰”找“春节娃娃”

“三八”节前后,杜津疆正参加北京大学卓越(GE)领导者班的进修学习,还要远程指导天津的公司事务,在记者的几番“追击”之下,这位“踏实肯干战斗在一线的民营动漫企业中坚女汉子”在凌晨3点多回复了采访。

“我属于被网络称为最幸福的六〇年代的人,是生在天津、长在新疆、求学在杭州、定居在天津的上海人,算是年龄最大的知青子女了。”杜津疆告诉记者,她专科学的是中文,本科学历工商管理,后来在动漫高研班、清华总裁班、美国BABSON商学院培训班等进修,曾在一所学校从事人力资源工作有10年之久,2007年起全身心投入漫画行业,成为神界管理者之一。“因为有执着于动漫的先生陈维东,20年来他的引领践行使我的这个选择成为必然。”

处在如今职位上的杜津疆,每天都在忙碌,“在茶香中,从早说到晚,要么给人开会,要么被人开会。”她语带诙谐地描述工作日,“我目前负责神界战略资源部、天津文创会展公司和天津一派创意设计公司,但想真正做好董事长这个职位,谈何容易,所以我仍然奔在路上。”

日本动画导演高畑勋的动画电影《萤火虫之墓》和神界自家的漫画“四大名著”是杜津疆最喜欢的动漫作品。她流着泪看完前者,久久不忘;而后者,记录了她人生中的8年时光。

除了漫画“四大名著”,神界漫画近年来还创作推出了多部动漫画作

品,如《寻找自我的世界》、《济公传奇》、《酸奶》、《逍遥奇侠》等,业务领域拓展至漫画、数字动漫、专业漫画网站、动漫商务服务平台、理论研究中心、文化展会会展平台、动漫创意设计平台等。

“2014年是非常重要的一年。”杜津疆告诉记者,神界漫画按照大动漫产业观进行的企业结构布局和业务板块布局已完成80%,剩下的需要两年时间进行深入、细化、磨合,今年初启动的项目“春节娃娃”全球动漫形象创意设计大赛可视为一次实战操练。

“这非常关键,没有完善的细节构建和成熟运营,再高妙的理论和模式设计也是纸上谈兵。”她说,这一年里她需要带领团队执行完成好中国(天津滨海)国际文化创意展交会的整体策展和承办,以及“春节娃娃”的国内外系列推广活动,并逐步提升自己的管理能力。

3月中旬,“春节娃娃”海外推广活动开始,杜津疆的首站是韩国,5月则要去南美。这些旅程离她的“无目的游走,想拍啥就拍啥”的愿望有些远,但她并不抱怨。“一个女孩在岁月中逐渐变成姑娘、人妇、妈妈、奶奶,在工作中与男人并无差别,多种角色集于一身,必然会有各种不契合。”杜津疆说,“而当妻子、副董事长、下级和丈夫、董事长、上级这些角色在同一时空交叉出现时,冲突更是频发,最好的解决办法就是先深呼吸再找定位。”

形 象

泡芙小姐



简介:《泡芙小姐》动画系列剧的女主角,剧中年龄约26岁,双子座都市新女性,职业是自由撰稿人,爱好包括写作、旅行、音乐、宠物等,喜欢泡芙、水果、酒、火锅等食物,个性标签有知性、美丽、善良、孤独、善于发现细节等。

商业表现:在2010年微电影《泡芙小姐的金鱼缸》之后,“泡芙小姐”之名渐为人知。2011年4月,《泡芙小姐》系列剧开始推出,共8季、104集,每集11分钟,目前第四季已完结。该剧由优酷网及北京互象动画有限公司共同出品,借鉴了美剧的制播模式,拍摄、制作、播出、营销等环节同步进行,目前总播放量超过2亿。除了系列剧之外,泡芙小姐还有绘本、各类周边和正在筹备中的贺岁片等。

菜菜



简介:美术老师蔡华华在2007年设计出的卡通女生,双子座,外貌特征是蘑菇头和黑框眼镜,个性乐观,有点神经质,好奇心强烈,对钱有执着的热爱,工作很努力,自我名言“开心每一天”。

商业表现:2011年推出漫画《菜菜暴走大学》,代言过服装品牌真维斯,并有HELLO菜菜表情、彩信、游戏、故事等内容产品,以及服装玩具、日用品等周边产品。

乐乐天使



简介:这是用糕点师的围裙、女生的校服、宇航员的太空服等不同布料缝制而成的一群娃娃,长着纽扣式眼睛、粉红的脸蛋和卷卷的头发,它们不发短信、不迷网游、不讲“潮语”。不同的缝制布料给予了它们不同的个性,使它们在天使乐园中能够从事不同的工作。

商业表现:该形象诞生于2010年7月,属于美国公司MGA,至今已有30多个人物角色,主打产品是不同主题与规格的玩具娃娃,也有服装饰品、文具背包、运动用品,以及DVD视频、图书、虚拟社区、APP游戏等,同名动画片集中在8个核心角色,26集,每集22分钟,今年将在中国市场首发。

莉莉盒



简介:知名动漫形象张小盒的女同事,诞生于2006年12月,是一个青春爱靓的上班族MM,温柔中偶露泼辣,也是一个现实主义者,嫁给一个有品位、体贴、不花心的有钱人是她思考的主要人生议题。

商业表现:作为张小盒的好同事,莉莉盒几乎出现在所有以张小盒为名的产品中,如《张小盒OFFICE异想记》、《张小盒OFFICE成长记》等漫画书,《办公室有鬼之盒子门》等3部张小盒话剧,以及张小盒玩偶系列、汽车内饰、数码用品、珠宝首饰等“盒子产品”。

摩丝摩丝



简介:一名普通的地球少女,圆圆的爆炸头发型使她有100%的回头率,喜欢逛街、购物、看电影、听歌、上网、吃各种零食,爱爸爸妈妈、各种小动物,还有男友仔仔。

商业表现:该形象于2008年推出,版权属于智汇广告,起初只是用来传情达意的网络表情,后来被创作者再开发,推出摩丝摩丝恋爱小漫画,并陆续推出手机主题、汽车用品、毛绒玩具、婚庆用品、数码周边、家居日用等相关产品。

朵朵



简介:圆脑袋、红脸蛋,头戴一个花瓣,身穿连衣裙,爱干净,性格开朗活泼,有一个长相和地板其相似的男朋友呆呆。

商业表现:该形象是作者代亮以自己从事护士职业的爱人为原型创作的,2009年起在网络发布,2013年,作者注册北京呆呆文化传播有限公司,目前产品有情侣系列漫画、网络表情和公仔挂件等。

(舒 弥 整理)

女性动画角色:强弱观现实,多元映文化

彭凌祥

日本:从职场进取到御宅“废萌”

日本有世界上最庞杂的动漫产业,女性动画角色也更丰富多彩。在《铁臂阿童木》播出以前,东映动画就制作了不少精美绝伦的动画作品:宫崎骏儿时的二次元女神来自1958年的《白蛇传》;1960年的《西游记》在开篇创造性地加入了悟空的女友,之后在《少年猿飞佐助》和《安寿与厨子王丸》中又塑造了日本传统美女的角色;1966年受热播美剧《家有仙妻》的启发,推出新动画《魔法使萨利》,魔法少女动画由此出现;1967年,由手冢治虫作品改编的《缎带骑士》播出;后来,虫动画制作公司则制作了穿越奇幻的大作《克利奥贝特拉》。女性在动画中的出境机会越来越多了。

但是,更为人所熟悉的是始于上世纪70年代后期“动画大爆炸”时期的作品。此时期动画往大龄化发展,加之受到美国文化的影响,动画中成年女性的外貌越来越欧美化,比如《宇宙战舰大和号》里的森雪;着装也越来越多样化,比如1981年的《阿拉蕾》,女主角阿拉蕾是女性机器人,长着萝莉外貌,戴着眼镜,服装多变,说话时会用各种可爱的拟声词,可以说是一个集合了大量“萌点”的角色。这些“萌点”经过30年的发展,在现在的作品里有着更加精细的区分。

除了外貌的变化,女性动画角色所从事的职业范围和能力也有了大幅度的扩大和提高,如《逮捕令》中的女警察小早川美幸、《圣斗士星矢》里的女神雅典娜、《机动战士高达Z》里的女统帅哈曼卡恩、《攻克机动队》里的女特工草薙素子、《机动警察》里的女车长泉野明……由于娱乐业的发展,还出现了将真人偶像动画化的《偶像传说英里子》、《偶像天使阳子》。在这个时期,魔法少女动画也开始注重变身以及服饰搭配,如中国引进过的《花仙子》。

自90年代泡沫经济破裂后,日本动画的“御宅化”倾向渐趋严重,越来越多的动画女性被制造出来用以安慰空虚寂寞的男性们,积极进取的女性角色开始变少,物品化的无脑女性角色增加,以画面诱人的“废萌片”出现,并渐渐吸收猎奇惊悚的剧情。

总的来看,日本动画对女性角色的重视远高过中国。除上述之外,还有“哆啦A梦第一女主角”源静香、“永远不老的小学女生”樱桃小丸子和“日本最长动画女主角”海螺小姐,以及行销全世界的Hello Kitty,可以说,在把动漫当做文化载体的日本,二次元世界里的女性比现实中更精彩。

美国:在男性审美观中多元发展

美国动画里的女性角色则是另一番特征。迪斯尼的公主是“中产阶级眼

中的良家妇女”——白雪公主会做家务、灰姑娘是个下人,考虑到这些角色的目标观众是白人男性,也就不难理解为何这些女性角色都是白人了。随着民权运动和女权运动的洗礼,迪斯尼公主名单里也出现了有色人种——如印第安公主宝嘉康蒂(《风中奇缘》)、亚裔少女花木兰(《花木兰》)、黑人姑娘狄安娜娜(《青蛙与公主》)。针对少儿的动画作品里也不缺女性角色,比如《爱探险的朵拉》、《飞天小女警》。

美国漫画里一直有大量的女性人物,只是很长一段时间内都没有地位。直到太平洋战争期间,由于大量男性参军入伍,妇女自然而然地进入了原本只开放给男性的社会政治空间,出现了就职于国防部、身穿星条旗低胸装的神奇女侠,根据《神奇女侠》漫画改编的电视剧国内曾经引进过。

其实,从大多数美国动画女性角色的身上,不难感觉到美国动漫作品以白人男性中心主义为核心的审美观,但是为了政治正确,对多元文化和性别平等也做出了一些让步。

从女性动画角色整体来看,世界上几个主要动漫生产国的作品里的女性形象依然从属于男性,这与男权文化的强大相一致;但从某一系列作品角色的发展来看,则能看出近现代以来各种争取社会公正的斗争和运动使妇女地位得到逐步提升。

观 察

一谈到动漫作品里的女性角色,很多人会想起日本的萌少女或美国的公主,这些女性动漫角色从出现到被重视再到成为主角,是一个渐进的过程,若从动画发展史的角度来看,她们和文化的发展息息相关。

中国:花瓶和魔头之外少“女主”

中国动画中的女性角色有三大特点:首先,“非人类”远远多于人类;而后者中较为知名的更是寥寥,前有草原英雄小妹妹,现在有巴拉啦小魔仙。

其次,女性反派角色更出彩,如《葫芦娃》里的蛇精、孙悟空打了又打的白骨精、喜欢挥舞平底锅的红太狼等,这几位在中国动画观众里可谓“国民级巨星”;而在其他很多动画中,女性角色多是陪衬,如蓝猫身边的咖喱、虹猫小侠身边的蓝兔、熊大熊二喜欢的翠花、羊村的美羊羊和暖羊羊、猪猪侠身边的菲菲公主、开心超人身边的甜心超人……虽然她们所在的动画作品都是在电视里高频度播放过的,但观众对她们的熟悉程度并不高。

最后,女性担任主角的动画数量较少。就近年来的动画电影看,《神秘世界历险记》的主角是小姑娘王雨果,《格林大冒险》的主角是一对母女;电视动画相对略多,有《巴拉啦小魔仙》、《甜心格格》、《宝贝女儿好妈妈》、《梦月精灵》和最近播出的《小花仙》等。