

独立动画在深圳:不为娱乐,更近学术

本报记者 程丽仙 文/图

对始于今年4月的第二届深圳独立动画双年展而言,12月意味着两个“结束”和一个“开始”——4场流动论坛从北京到香港到台北最后在深圳终场,竞赛单元3个奖项最终揭晓;主题展于12月6日在深圳华侨城创意文化园开幕,将持续至2015年3月6日。“这三大部分互为关联,从三个维度阐释着本届双年展‘影舞之眼·视域之外’的主题,跨学科、跨地区地对动画创作和影像问题进行深度探讨。”本届双年展策展人董冰峰说。

从“心灵工程”到“构建性影像”

作为国内首个以“双年展”形式举办的独立动画展览活动,深圳独立动画双年展两届的主题都颇具深意。

两年前的首届以“心灵工程”作为虚拟艺术工程”为名,策展人之一王春辰当时对此解释为:“独立动画创作并不是以物理世界的现实场景为直接再现对象,而是乘着开放性的、跨学科的创作理念自由构建一个独立的虚拟世界。借用‘工程’二字,既显示出独立动画生产的科学性和系统性,也可促使我们对其内在属性、构成机制、学术批评、发展潜力等内涵进行探讨。”

如果说首届是在向外界强调独立动画的艺术特质,那么第二届双年展则倾向于探讨独立动画的可能性,而非定义“什么是独立动画”。董冰峰引用了德国艺术家、导演哈伦·法罗基的一段话——我把这类不是为了娱乐也不是为提供信息而生成的影像称为“构建性影像”,这些图像的作用不简单的再现什么,而是整个系统构建的一部分。“这段话几乎就是本届双年展主题的核心。”董冰峰表示。

何金芳参与了两届双年展,她是首届的三位策展人之一,第二届则以展览总监的身份出现。“首届是顺应时代发展应运而生,回顾和梳理了2000年至2012年之间的中国独立动画发展史,共展出了56位创作者及团队的近100件作品,还给艺术家做访谈,编辑大事记,收集相关研究文章,出版了一本几十万字的文集。”何金芳说,“相比首届,第二届瘦身很多,只有28组共38名艺术家和导演参展,但作品时段从1920年代至今横跨近百年,类型基本涵盖影像艺术的各种类别和表现形态,而且国际化程度很高,来自10个国家和地区。”



观众聚集在许哲瑜的5屏录像装置作品前,稍远处,是周啸虎的8屏动画录像和雕塑装置作品。

种类别和表现形态,而且国际化程度很高,来自10个国家和地区。”

前后两届的这些变化与策展人身份直接相关。“冰峰是圈里有名的书虫,多年研究影像和独立电影,学术型作风。”何金芳说,而另一位协力策展人郑慧华来自台湾,有多年做国际大展的经验,资源丰富。

动画是一种创作手段,也涵盖创作过程

曾在首届双年展上领略过独立动画多样化艺术风格的人,在参观本届双年展主题展时恐怕会陷入各种困惑:为什么展品说明简单到只有作品名称、作者名字和国籍?为什么有的作品是真人影像或静态装置,看上去并不像动画?为什么在影像中看不到故事?

本届双年展主题展包括展览和影院两大板块,涉及42位艺术家的55件作品,来自韩国、日本、印度、南非、德国、美国、卢森堡、新加坡等国以及中国大陆和香港、台湾地区。其中,展览板块包括哈伦·法罗基的《眼睛/机器》、威廉·肯特里奇的《长笛课》、周啸虎的《反蒙太奇——党同伐异》等15部作品。“参展艺术家不多,但名气不小,半数以上参加过卡塞尔文献展、威尼斯双年展,另有1/3是首次在中国展出的陌生面孔,如韩国的文敬媛和全浚皓,中国台湾的高重黎。”何金芳说。

可以说,这些作品很难使观众产生动画的熟悉感或唤醒某种童年记忆。“展览内容和动画名词感觉不太一样,

跳到动画之外,延伸到了动态影像。”在12月7日举办的深圳流动论坛上,来自香港的嘉宾马谷元表示。

虽然主题展与普通观众颇有区隔,但对入围竞赛单元的参赛者而言倒是饶有趣味。“主题展中让我印象深刻且偏爱的作品是日本艺术家泽拓的《线性构造》和印度艺术家兰博·卡勒卡的《水壶》。前者所呈现的意境类似中国古代哲学里的‘燕’,后者表现形式简单但人文内涵复杂,我能感受到作者通过水壶想传达的民族意识、生活情景乃至有关道德的内容。”四川美术学院影视动画学院教师王茜濡告诉记者。她的作品《蛻》是第二届双年展竞赛单元的70部入围作品之一。

经过初审和终审,本届双年展竞赛单元的3个奖项独立动画创新奖、新锐导演奖、独立动画组委会大奖分别由黄炳的《太阳留住我》、沈杰的《马》和伊朗导演扎林·沙拉希的《向休息区靠近》获得。这些作品从表现形式来说接近大众通常所认知的动画,但充满实验和探索气息,从评委团的评语可见一斑:“充满当代感的超扁平视觉”“融汇了当代艺术的观念隐喻,试图揭开时间与物的真相”“一段沙漠中似乎无止尽平移的宁静旅程,含而不露地承载了当下世界舞台上诸多关于文化、历史、生态等紧迫议题”。

如果有人仍然纠结于主题展的“非动画性”和竞赛单元的“动画新感觉”,法国电影学者塞巴斯蒂安·德尼斯在《动画电影》中的一段话或可作为一种

解释:动画既是一种创作手段,同时也涵盖了创作过程本身,它更像是关于电影和当代艺术之间的一种幽灵般、难以琢磨的中介,借由不同的生产方式和展示形态灵活多变,又彼此关联。

动画学术的魅力

这段话也被董冰峰引用在为本届双年展所撰写的四则笔记中。对于“独立动画”一词,这位策展人有自己的看法:从名称上而言,独立动画脱胎于独立电影,但动画艺术所具备的非现实性与高度抽象性与“独立电影”在中国的处境和工作核心(社会批评)有着本质区别,独立动画并不刻意强调某种明确的意识形态,但继承了如1930年代欧洲早期先锋动画电影中高度的形式自觉与1990年代以来中国当代艺术中自由风格表现的载体,越来越多的独立动画既选择在影院、影展上放映,同时也在美术馆和多媒体化的互动形态中展出。

他将这种复杂性和多义性视为当下中国独立动画的真实境况与工作命题,坦言“不关心观众和媒体对本届双年展的反应”,他认为最能体现策展思路的是以展览主题为名出版的论文集,“这是可以反复被讨论的文本。”

据何金芳介绍,鉴于第一届的历史回顾性质,本届双年展以主题展和竞赛单元为核心架构,外延支持则是以流动论坛和大师工作坊为主的学术会议和公共教育活动。截至12月开幕,双年展出版的图录收录了前3场论坛中的8篇专文和策展团队特别撰写及邀约的5篇专稿。

如此强烈的学术色彩让一些人很欣喜,如中国传媒大学2014级动画专业在读硕士生刘书亮。“作为竞赛单元入围作者参加第二届深圳独立动画双年展,这可能是今年最让我兴奋的经历之一。”从深圳回京两天后,他就在自己创办的微信公众号“动画学术趴”推送了一篇名为《动画的当代艺术语境与元影像》的文章,描述他在本届双年展上的所见所闻所想,他将之称谓为“一次独立的节展观察与学术批评”。

“双年展针对的不是传统或主流动画,而是在当代艺术作品语境下探讨动画作品,这正是其魅力所在。”刘书亮说。

微观动漫

DC漫画英雄“致敬”经典电影海报

创建于1934年的美国漫画巨头DC漫画不久前宣布,其2015年3月的漫画封面将会向100年来的经典电影致敬。12月中旬,多家媒体公布了这些根据经典电影海报制作的DC漫画封面,总共22张。

DC漫画这次的致敬对象均为好莱坞电影史上的经典,包括《乱世佳人》、《人鱼童话》、《变相怪杰》、《西北偏北》、《2001太空漫游》、《阿比阿弟的冒险》、《火星人玩转地球》等。有趣的是,这些电影大多数来自DC漫画的新东家华纳兄弟,剩下的除了《哈利·波特》、《魔力麦克》和《300勇士》之外,均来自20世纪福克斯。



闪电侠版《西北偏北》

梦工厂动画将在亚洲拓展收费电视频道



梦工厂动画旗下四大经典形象功夫熊猫、史瑞克、马达加斯加和驯龙高手

12月9日,出品过《怪物史瑞克》、《功夫熊猫》和《马达加斯加》系列的美国梦工厂动画(DreamWorks Animation SKG Inc.)称,计划在亚洲19个国家或地区开设自己专属的电视频道,借此拓展亚洲业务,预计2015年下半年能够与观众见面,但未包括中国大陆。

梦工厂电视频道将播放该公司制作的新节目,多数是旗下经典形象拍摄的动画剧集,如《驯龙高手》电视动画版,从《怪物史瑞克》衍生出来的《穿靴子的猫》等。梦工厂定下的初期目标市场是韩国、马来西亚,此外,中国台湾地区、香港地区和澳门地区,老挝、缅甸、泰国、越南、柬埔寨、新加坡、印尼、文莱、斯里兰卡、尼泊尔、蒙古、帕劳和塔希提都将布局。

梦工厂动画表示,目前已有超过2000小时的节目可供播放,还有超过1200个时长半小时的动画片正在制作当中。梦工厂在亚洲已建立了稳固的根基,包括2016年将在上海开幕的主题公园、与中国投资者合办的电影制作公司东方梦工厂。

但是,公司旗下DreamWorks International TV负责人埃里克·爱伦伯格表示,至少在初始阶段,公司的目标市场不包括中国大陆这个亚洲头号巨人,理由是中国大陆付费电视基础设施尚不完善。他说,该频道是否会有广告要取决于各个市场的具体情况。总部设在新加坡的HBO Asia将负责发行、市场营销和技术服务。

(来源:Mtime时光网)

(舒弥整理)

万达“汉秀”绽放武汉

蔡萌



在武汉,随便拦下一辆出租车,跟司机说要去万达“红灯笼”,他都能准确无误地将你送达目的地——武昌区东湖岸边的汉秀剧场。

这座出自世界顶尖建筑艺术大师马克·菲舍尔手笔、外形酷似中国传统红灯笼的建筑,已然成为武汉新地标,并将于本月20日正式向观众揭开神秘面纱。

“我们相信,它将成为与悉尼歌剧院、卢浮宫玻璃金字塔齐名的城市地标。”世界著名舞台艺术大师、“汉秀”总导演弗兰克·德贡笃定地预测。

“因为李娜,因为‘武网’,世界上很多人第一次听说了武汉这座中国城市;而‘汉秀’将在未来让更多人知道,中国有个城市,叫武汉。”在一位投身武汉演出事业几十年的文化工作者看来,“汉秀”将同“武网”一样,成为世界了解武汉的一张名片。

万达“汉秀”已经开启了中国驻场秀的新格局,甚至影响武汉乃至中国文化产业的结构和整体布局。在探讨这些话题之前,我们先试着解读——万达为什么选择了武汉?

天时地利人和,带来一场必然

华灯初上,在潋滟东湖的映衬下,汉秀剧场安静地矗立在那里,仿若一颗红宝石,瑰丽而绚烂。剧场里,弗兰克·德贡正在与演职人员进行着首演前最后阶段的紧张排练,以期让观众奉上一场“一生必看”的震撼体验。

“汉秀”取意汉族、楚汉,武汉文化精粹之意,这是一台以“水”为主题,把中国楚汉文化与西方综合表演形式“秀”相结合的作品。在“汉

秀”90分钟的演出时间里,观众将看到戏剧、舞蹈、杂技、体操、高空跳水、极限运动等表演形式与高科技特效的完美融合。这台被公认为目前世界顶级的秀,为何最终落户于武汉?

“万达文化产业总体规划和武汉市的发展战略大体相同,一拍即合。城市面貌焕然一新,武汉,文化需求大幅增长,连锁产生的集聚效应也吸引我们选择了武汉。”万达有关人士回答。

“武汉是一座具有深厚文化底蕴的城市,我想,这是武汉能够吸引万达‘汉秀’落户于此的重要原因之一。”武汉市文化新闻出版广电局局长陈邂馨认为。自古以来,武汉便是百舸争流、万方汇聚之地,3500年源远流长的荆楚文化浸润着武汉每一寸土地,形成了良好的文化底蕴和氛围;大江、大河、大湖汇聚于此的地缘因素则培育出武汉“敢为人先”的城市精神,辛亥首义便是最好的例证。

“武汉是一座具有国际味道的城市,这里的老百姓喜欢创新、热闹,而‘汉秀’正是一次创新与追求卓越的典范,与武汉的城市精神十分契合。”从很多武汉人口中能听到类似的说法。

中国人做事讲究天时地利人和,在很多亲历者的眼中,“汉秀”落户武汉正是具备了这些因素。弗兰克·德贡对于“汉秀”的诞生有这样一句评价——“在有的时候,在对的地点。”他指的是中国正在发生着剧烈的变化,而这句放在更为具体的语境下也同样适宜——熟悉武汉的人能明显地感觉到,武汉正在发生剧烈的变化。

孙中山在《建国方略》中曾提出,武汉要建成“东方芝加哥”。在中国,武汉的战略地位等同于北美的芝加哥、欧洲大陆的法兰克福。如今,以武汉为龙头的长江经济带的提出,以及

高铁时代的来临,让处于“米”字形高铁交通网中心的武汉,区位优势愈加凸显,成为竞争的核心区域。作为华中首府,武汉的汉阳沌口开发区、武昌东湖高新区已成为武汉产品和硬实力的代表,正参与着国内国际市场竞争;由万达投资的中央文化区,则将成为武汉文化和软实力的代表,唤醒这座城更深层的人文诉求和文化消费活力。

不久前,由中国旅游研究院武汉分院发布的《2014中国旅游业发展报告》显示,武汉综合旅游竞争力排名全国第五,已进入副省级旅游城市第一梯队;武汉旅游的发展速度竞争力再居全国榜首。2014年,武汉国内游客接待人数在全国的副省级城市中居第一,国内旅游收入居第二。数字,足以改变很多人对武汉“并非旅游城市”的印象。

这些,或许均是万达“汉秀”最终选择落户于此的依据。

一次有益的探索,之于武汉,之于万达

作为目前世界上投资额最大的剧场,“汉秀”创造了多项世界之最:世界首个可结合剧情升降、移动、倾斜、错落变化的梦幻舞台;世界首个能移动、旋转、升降的观众席;世界上最大的舞台表演水池;世界上难度最大的舞台节目,包括24米的高台跳水表演……如此多的“世界之最”意味着挑战与冒险,无论对于落户城市武汉,还是投资方万达集团,都需要这样一次大胆的尝试。

“武汉文化产业还处在低谷,文化产业的发展与其科技、文化地位是不相称的,还有很大发展空间。而‘汉秀’正是一个文化与科技融合的典范,它将成为一面旗帜,引领武汉的文化产业发展,将对武汉调整产业结构起到示范作用。”陈邂馨说。

文化是城市永续流传的原动力。以“汉秀”为代表的文化项目,正在加速武汉从“交通码头”迈向“文化港口”。“‘汉秀’为武汉带来的是文化的创新、文化与科技融合、文化与国际接轨。‘汉秀’上演之时,正是武汉经济、文化、科技结合空前紧密之时,相信这一切将助推武汉的潜在生产力向现实生产力转化。”这是很多武汉文化界人士对“汉秀”之于武汉的共同期待。

而“汉秀”之于万达则是一场需要迎难而上的挑战。以开发地产起家的万达2006年开始涉足文化产业领域,这是万达转型升级、确

立新竞争优势的内在需求。2012年,万达文化产业集团成立,但要在这一领域走得更稳、更远,万达需要在内容、产品、经营等方面进行更深层次的挖掘,而“汉秀”正是万达迈出的对其整体文化产业进行布局的不可或缺的一步。据了解,万达与弗兰克·德贡的未来合作也不止于“汉秀”,根据2011年签订的一份排他性协议,未来10年,双方将在武汉、西双版纳、青岛等地建设5台世界顶尖水平的大型舞台秀。与此同时,万达也不断收购旅行社,为其投资建设文化旅游项目“输血”,进行全产业链的布局。

“最大的困难在于剧场和演出同时开放。”万达有关人士说,“你可以查阅资料,世界上极少有把剧场开业和演出开演放在同一天的,这意味着双重挑战。”正因如此,万达在打造“汉秀”过程中积累下的不仅仅是如何呈现一台文化与科技融合的秀,更包括剧场设计、建造、运营、人才培养等方面的经验。如果放在地产业来比照,“汉秀”好比一个万达的“样板间”“旗舰店”,将为未来这一业态在中国其他城市的复制打下基础。

“汉秀”首演的前一天,万达商业也将正式在港交所挂牌,这之间是否会产生联动效应?我们拭目以待。此外,值得一提的是,在打造“汉秀”的同时,万达在武汉还有另外一个高科技文化产业项目——万达电影乐园,这个乐园将与“汉秀”同时开门迎客。届时,在由武汉市和万达共同打造的这条楚河汉街上,将形成文化与商业、旅游、娱乐等多种产业要素组合发展的新模式。

“这是一次武汉与万达双赢的大胆尝试与探索。”多位业界人士这样评价。

“汉秀”,舞台艺术生产方式的一次革命

今天,驻场秀逐步升级,已经进入到量身定制的阶段,“汉秀”更是将量身定制做到了极致。

高71.6米、总建筑面积8.6万平方米的“红灯笼”是“汉秀”演出的唯一驻地,从建筑外观到内部设施、设备都是为“汉秀”量身打造,其建设难度从设计之初就已经“预定”了:没有巨大且稳定的钢结构屋顶,就无法支撑可飞行的LED大屏及后期各种精彩演出的承重要求;没有较高的桁架整体提升高度,就难以实现24米空间内高台跳水……怪不得此前就有这样一个说法:要让“汉秀”成为前所未有的演出奇观,其前提之一是剧场要成为一个

