



重大主题电视剧受关注

在《唐宫夜宴》单元中,以陈冉、易文艳为代表的文艺工作者从中华优秀传统文化中寻找灵感,打造出爆款舞蹈;在《热爱》单元中,年轻汉族教练张雷远赴新疆一所乡村中学任教,发掘各民族学生的足球天赋,改变了他们的命运,他的人生也被这群少年改变;在《沙漠之光》单元中,中国建设者陈宇远赴北非,同当地人民携手共建绿色清洁能源基地,也点亮了民心相通、共同发展之灯……讲述这些动人故事的电视剧《我们这十年》正在热播。加上最近播出的《大山的女儿》《麓山之歌》《运河边的人们》《大考》等,重大主题电视剧不断引发海内外观众热切关注。

呈现时代风貌

这些剧从十年成就呈现中国新貌,从十年奋斗之人感受的角度描绘发展变化,完成了“我们”书写、书写“我们”的时代画卷。《我们这十年》汇聚4000多名剧组工作人员,包括40多位国内优秀导演、编剧和演员,从从严治党到扫黑除恶、从民族团结到乡村振兴、从科技自强到海外援建,以11个单元剧展现了当下中国社会和人民生活的方方面面。《春风又绿江南岸》《大山的女儿》讲述了基层干部带领群众脱贫攻坚、进行农村改革的故事,弘扬了“群众利益至上”的理念;《麓山之歌》以工人、科研工作者、企业家之间的互动,勾勒出一个时代的横切面,生动描摹了技术与国家的关系。

充满烟火气息

这些剧讲述了接地气、有温度、有共鸣的中国故事,用百姓视角的“凡人心”,写平凡生活的“烟火气”。《我们这十年》从生活中来、到生活中去,全剧精炼生动,满溢鲜活隽永的人间情味。《运河边的人们》围绕大运河污染治理、生态保护、申报世遗等核心事件,串联起政府部门、企业村镇、普通百姓,触达广泛人群及其日常生活,描绘出一幅新时代的“大运河图”。《大山的女儿》在讲述黄文秀先进事迹时,将英雄的一系列行为、实践合理化、生活化,例如她选择回到百坭村成为一名基层公务员,缘于她也曾受到社会爱心人士资助;剧中表现了黄文秀作为普通青年女性,初到百坭村与当地发生冲突时的委屈和得知父亲患癌时情绪失控等,表现了英雄人物的真实情感。

加速海外传播

《我们这十年》在选题策划阶段就谋划进行海外传播的新尝试和新突破。目前这部剧已经翻译成英语、越南语、法语、阿拉伯语、西班牙语、泰语、俄语、印尼语等20多种语言,将在海外20多个频道播出,覆盖200多个国家和地区。

《大考》已通过爱奇艺国际站、iQIYI APP及IQ.COM在海外191个国家和地区同步上线,还在香港、澳门以及马来西亚、文莱、柬埔寨、日本、澳大利亚、新西兰等国家的电视台及网络平台播放。

(苗春)
据《人民日报海外版》

国产动画形成热潮

□ 李小健

党的十八大以来,我国动画创作与生产持续呈现稳步发展的良好态势,在产量和质量方面都有明显提升,类型和题材日趋多元,关注与消费群体日渐增多,电视动画行业人才展现出可喜的创作水平。当前,中国动画产业正步入最好的时期。

受众群体拓展

十年来,动画作品的关注人群早已超出以往主要是儿童和青少年的范围,更多成年人甚至老年人也都爱看动画作品。更值得一提的是,以往儿童和青少年更多地关注国外的动画片,但近些年来,随着国产动画制作水平的提高,国产动画形成热潮,关注度得到大大提升,国产动画作品时常刷新收视纪录,电影票房也不断创出新高。

同时,由于整个社会对动画的持续关注,制播单位纷纷加大对各个项目的投入,特别是互联网公司加入动画行业后,为我国动画的发展提供了多方面助力,包括扩大市场、拓展受众群体、提供网络视频收看便利等,拉动了动画用户的快速增长,成为促进国产动画发展的重要力量。



海南旅游文化国际形象推广吉祥物波波椰

产业规模扩大

动画热的出现,离不开政府的大力支持,有关部门颁布了各种相关政策,全国各地经常举办各种相关活动,为动画产业营造了良好的创作环境和发展空间,使我国动画产业规模持续扩大,产业结构不断优化,市场快速成长,整个行业健康发展。

虽然我国动画行业市场化起步较晚,但动画人在工作中边干边学,一步步完善了相应需求。十年来,动画产品、品牌和动漫元素等市场化操作逐渐走上正轨,还出现了“方特”等一批以国产动漫元素打造的游乐园,不仅满足了动画受众的娱乐需求,同时也为全面完善动画产业链起到了积极作用。如今,各地各单位还常常选用动画形象作为代言人,这也是动画在市场化方面的进展之一。各地各单位的形象代言人通常都是阳光、活泼、欢乐的形象,是该地独特的文化名片。如海南旅游文化国际形象推广吉祥物波波椰、陕西省历史博物馆形象代言人唐妞等。这些动画形象突出了当地的文旅特色,形成了新的宣传热点,增加了旅客的旅游乐趣,丰富了旅游产品,收到了很好的成效。



动画片《大头儿子和小头爸爸》剧照

作品精益求精

创作上,中国动画不断突破创新,制作方面精益求精,将科技与艺术更好地结合,画面效果有了很大提升。十年来,动画作品的成功案例不断涌现,越来越多动画片得到市场肯定,受到观众欢迎。在电视台和网络平台上,“熊出没”“大头儿子和小头爸爸”等优秀电视系列动画片有效拉动了收视率,《十万个冷笑话》《西游记之大圣归来》《熊出没之雪岭熊风》等多部优秀国产动画电影广受好评。

更令人欣慰的是,伴随着良好的播出效果,一些系列电视动画片取得了很好的经济效益。近年来,随着动画创作水平的提高,再加上网络播出平台的出现,部分多年来凭借热情和信念顽强坚守动画园地的生产制作团队,经

济效益相较过去有了明显提高。动画电影的票房增长更为明显,如2011年国产动画电影票房共约4亿元,到2021年国产动画电影票房已达约30亿元。近十年来,票房过亿元的动画电影比比皆是,其中《哪吒之魔童降世》以超过50亿元的票房位居国产动画电影榜首。

纵观国内动画产业,2012年总产值约为760亿元,2020年已提高到超过2200亿元。动画产业收入的提高,为动画作品的持续生产创作提供了必要条件,也增强了动画人的信心,坚定了他们的信念:只要创作出更多优秀作品,得到业内外肯定,整个动画行业就能保持良好的发展势头,创作队伍、创作环境也一定会越来越好。



动画片《熊出没》剧照

人才不断成长

为了使整个动画行业健康发展,拥有更强的创作后劲,中国电视艺术家协会卡通艺术委员会努力发挥行业专业平台的作用,近年来举办了多期动画创作人员培训班,努力培养动画人才,扩大创作者队伍,提升动画人的创作水平。在对创作人员的培训中,不仅注意提高他们的专业知识和技能,同时也加强基础理论学习,坚定文化自信,弘扬民族精神,促进青年动画人将正确的价值观与生动的艺术

创作相结合。有了合格的创作队伍,才能创作出更优秀的动画作品,寓教于乐。

回顾动画行业这十年的变化,我们看到,动画行业取得了可喜的成就。我们也相信,动画人将乘势而上、奋发有为,坚持以人民为中心的创作导向,努力创作出更多精品力作,迎来更多收获满满的十年。

(李小健)
据《人民日报海外版》