



找记者 上壹点

A11-12

齐鲁晚报

2020年5月22日
星期五思
想
光
华
文
字
魅
力

□ 美编：继红
□ 编辑：李皓冰

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张九龙

“领头鹿”的诞生

截至上世纪八十年代末,在各大国际电影节中,中国有45部动画作品先后73次获奖。就连日本动画大师手冢治虫、宫崎骏、高畑勋等,也纷纷来华取经。国际评论界更是一度评论中国动画:“达到世界第一流水平,在艺术风格上形成了独树一帜的中国学派。”

作为国产动画黄金时代的代表作之一,1981年版的《九色鹿》至今仍被“怀旧党”津津乐道。《九色鹿》故事情节很简单,一只九色鹿救起一个溺水将死的弄蛇人,贪心的王后欲求九色鹿的毛皮做衣服,国王重金悬赏,利欲熏心的弄蛇人向国王告密。面对国王的弓箭,九色鹿述说经过,国王深受感动,放弃了捕捉计划。弄蛇人多行不义,溺水死亡。

这部由上海美术电影制片厂制作的动画片,故事的灵感来源于敦煌北魏第257窟壁画《鹿王本生》。《九色鹿》从人物形象到用色,取法于敦煌壁画,处处表现出异域风情,带给人们全新的艺术体验。该片的导演是《黑猫警长》的导演钱家骏,美术设计是胡永凯、冯健男。为了做好这部动画片,1980年夏天,他们专程到敦煌去体验生活。一行人沿古丝绸之路走了近两个月,在敦煌莫高窟住了23天。

这23天里,他们的任务是临摹敦煌壁画,寻找创作灵感。九色鹿所在的257窟是团队驻守的据点。洞窟呈长方形,前有前厅,后有中心塔柱,塔柱四面雕琢成佛龛。《鹿王本生》位于中心柱后面的西壁下部,由于洞窟里光线很暗,他们不得不把画纸竖起来,反射外面透进来的阳光,一笔笔描摹。

每天早晨6点钟起床,便在洞窟外写生画速写,8点钟不到就守在洞窟门口,等管理员来开门。除了吃午饭,一直画到傍晚天黑,等管理员来赶才出去。晚上大家交流学习心得,互相观摩速写本,天天如此。一般画家到敦煌,只能待5天到一个星期,因为当地条件太苦了,敦煌的水是硬水,外地人喝了会腹泻,所以多数人在那里住上几天就离开了。

回来后,冯健男一称体重,整个人掉了7斤肉。换回来的,是临摹的21幅彩色敦煌壁画,以及5本速写画。后来的制作环节同样不易,整个《九色鹿》片长只有24分钟,而团队创作设计出200余个场景,画了近2万张画。最终,《九色鹿》一审全部通过。上映后,它先后获得1985年的水墨动画片制作工艺国家文化科学技术一等奖和1986年的加拿大汉弥尔顿国际动画电影节特别荣誉奖,成为提炼敦煌艺术、宣传敦煌文化的经典之作。

此后,敦煌元素一度红红火火。1985年,动画片《夹子救鹿》问世;2014年,动画片《敦煌传奇》与观众见面。但是这几部动画片,再也没有能创造《九色鹿》的收视传奇。

名家玩转“敦煌风”

实际上,除了动画片以外,许多文化前辈们,早已把目光投向了西北边陲小城敦煌,在那里寻找创作的灵感。石窟壁画的基础是绘画。著名画家董希文是“油画中国风”的倡

敦煌破题新文创
九色鹿回归

时隔近40年,轰动一时的九色鹿又回来了。国际博物馆日之际,《九色鹿》原版动画片的配音师,参与全新版本的敦煌动画剧录制。熟悉的配音、精良的画面,让观众仿佛又回到小时候坐在电视机前面的午后。

九色鹿回归,是敦煌破题新文创的又一次尝试。古老的敦煌文化,正以更积极的方式,重新走进我们的生活,让每个人都能触摸历史的温度。



《王者荣耀》“敦煌飞天”系列英雄皮肤

导者、践行者,他的名作《开国大典》就有浓重的敦煌元素。

1943年,29岁的董希文辞去工作,携新婚妻子踏上了前往敦煌的漫漫旅途。受交通条件所限,董希文夫妇历时3个月才到达敦煌,并且一住就是近3年。直至1945年抗战胜利后,他们才带着在沙漠里出生的孩子,回到家里与父母团聚。对董希文来说,敦煌之行是一场艺术朝圣之旅。在他看来,油画的民族化,必须引入大量的中华民族所特有的元素,而敦煌保存下来的中国历代壁画便是最生动的教材。在敦煌的三年,对他的艺术人生影响甚大。

1952年,应中国革命博物馆邀请,董希文创作油画《开国大典》。他汲取了敦煌壁画中大色块对比的艺术处理方式。《开国大典》这幅油画表现出浓郁的民族特色,所使用的艺术手法,完全是中国传统特色,与西方油画风格截然不同。西方的油画比较强调明暗变化,而中国绘画则基本上散光平光。更典型的是,《开国大典》中的云彩等图案,明显借鉴了敦煌壁画中装饰画的元素,整个画面传递出了喜庆兴旺的意蕴。1953年,人民日报在头版发表了油画《开国大典》。1954年,人民美术出版社出版了《开国大典》图片,当时的发行量达到百万级。至今,这幅《开国大典》仍被视为油画民族化实践的典范。

戏剧和舞蹈对敦煌元素的运用,则让人们得以看到一个活灵活现的敦煌。京剧大师梅兰芳早年有部作品叫《天女散花》,是一出古装神话歌舞剧,其创作灵感来自于在友人家看到的《散花图》。画中的天女,风带飘逸、体态轻灵,生动美妙。梅兰芳便想把仙女形象搬上舞台,得到了齐白石等师友的支持。为展示仙女之美,梅兰芳从佛经《维摩诘经》中取材,并详细研究了敦煌各种“飞天”画像。

受“飞天”启发,他创造出边唱边舞的“长绸舞”,不但烘托了天女御风而行的美妙形象,也为京剧表演增添了新的表现手法。《天女散花》一经公演,便轰动了北京城。

1918年底,徐悲鸿为程砚秋绘了两幅画,其中一幅就是以此剧为原型创作的《天女散花图》。后来,这幅画成了程砚秋拜梅兰芳为师的拜师礼物。

新中国成立后,“飞天”元素得到进一步挖掘。舞蹈家戴爱莲有“中国舞蹈之母”之称,其代表双人舞《飞天》正是取材于敦煌。这是首部根据敦煌壁画中“飞天”形象创作的舞蹈作品。在《飞天》中,舞蹈追求的不是敦煌壁画的描摹再现,而是以绸带飞扬瞬间的舞姿造型和流畅、滑翔、腾跃的步伐,表现翱翔天宇的一种意境,寄予人类的希冀与向往。

有了成功的尝试,敦煌研究院底气更足了。近年来,该院与腾讯等文创巨头合作,在动画、音乐、游戏等多个领域崭露头角,得到年轻人认可。今年4月13日,以敦煌壁画为原型出品的“敦煌动画剧”、小程序“云游敦煌”同步首映。《神鹿与告密者》《太子出海寻珠记》《谁才是乐队C位》《仁医救世》《五百强盗的罪与罚》五集动画剧,相继与互联网用户见面。用户不仅可以在线观看和分享,还可以亲身参与动画剧的配音和互动,神秘端庄的敦煌文化变得可亲起来。

2018年9月,敦煌主题音乐节目在音乐客户端上线,与敦煌、丝路有关的十余首纯音乐、歌曲集中亮相。一些敦煌古曲谱经过梳理和复原,重新活了过来,在21世纪得到传播。敦煌元素还走进了手游《王者荣耀》。2018年10月,“敦煌飞天”系列英雄皮肤、王者故事主题曲《遇见飞天》、敦煌定制皮肤纪录片、最美飞天妆、大画敦煌等相继推出,让年轻人大大震撼。

当然,大胆的创意在落地时少不了摩擦。在一款H5上线前夕,合作双方就曾产生争论。敦煌研究院认为,敦煌文化的核心是庄重,他们担心有些流行语过于“轻佻”,会伤害敦煌的文化表达。创意方则希望,能在敦煌文化基础上用新的语言去表达,引发更多关注。几乎每一种成功与用户见面的文创产品,都是几经磨合后,才找到了“最大公约数”,而这种磨合显然具有重要价值。

通过多年努力,借助虚拟现实和数字化技术,深藏不露的敦煌壁画终于走出了鸣沙山。同时,高像素的采集图像,为敦煌文创产品开发提供了海量的素材。更多的“九色鹿”正通过磨合,走进年轻人的世界,融入当代生活。

石窟“走出”鸣沙山

九色鹿和“飞天”,只是敦煌沙漠中耀眼的一粟。

广义的敦煌石窟包括莫高窟、西千佛洞、榆林窟,壁画总面积有5万多平方米,相当于七八个标准足球场那么大。这些壁画故事情节内容丰富,绘制技法融贯中西,风土人情式多样,是一座创作和创意宝库。然而,在九色鹿和“飞天”之后,很长时间内,大漠深处的敦煌文化似乎又归于沉寂。所幸,敦煌人正在谋求改变。

随着体验经济的到来,消费者越来越注重自身感官的享受。敦煌作为老一代文创的受益者,近些年又在不断推陈出新,力求像故宫那样,在新文创领域重塑江湖地位。2016年,“驴友”陈勇在敦煌旅游时突发奇想,可见将敦煌壁画与当时火爆的“解压神器”《秘密花园》涂色书创意相结合。在几经沟通之后,敦煌研究院利用“数字敦煌”的成果,研发出了系列涂色书《一带一路画敦煌》。

三册涂色书分别以“飞天”、菩萨、服饰为主题。《这盛世,如飞天所愿》展现了敦煌壁画中各有千秋的“飞天”形象;《愿做菩萨那朵莲》中的菩萨或持净瓶或捧莲花,形态各不相同;《云想衣裳花想容》则描绘了壁画里历代女性的衣着时尚。涂色书的特点是可互动。通过透明纸的临摹功能,读者能直接参与其中,并借此机会,了解敦煌壁画的内涵与魅力。这款图书推出后便受到市场欢迎,短短时间,销量突破6万册,实现了文化价值与经济价值的双丰收。

有了成功的尝试,敦煌研究院底气更足了。近年来,该院与腾讯等文创巨头合作,在动画、音乐、游戏等多个领域崭露头角,得到年轻人认可。今年4月13日,以敦煌壁画为原型出品的“敦煌动画剧”、小程序“云游敦煌”同步首映。《神鹿与告密者》《太子出海寻珠记》《谁才是乐队C位》《仁医救世》《五百强盗的罪与罚》五集动画剧,相继与互联网用户见面。用户不仅可以在线观看和分享,还可以亲身参与动画剧的配音和互动,神秘端庄的敦煌文化变得可亲起来。

2018年9月,敦煌主题音乐节目在音乐客户端上线,与敦煌、丝路有关的十余首纯音乐、歌曲集中亮相。一些敦煌古曲谱经过梳理和复原,重新活了过来,在21世纪得到传播。敦煌元素还走进了手游《王者荣耀》。2018年10月,“敦煌飞天”系列英雄皮肤、王者故事主题曲《遇见飞天》、敦煌定制皮肤纪录片、最美飞天妆、大画敦煌等相继推出,让年轻人大大震撼。

当然,大胆的创意在落地时少不了摩擦。在一款H5上线前夕,合作双方就曾产生争论。敦煌研究院认为,敦煌文化的核心是庄重,他们担心有些流行语过于“轻佻”,会伤害敦煌的文化表达。创意方则希望,能在敦煌文化基础上用新的语言去表达,引发更多关注。几乎每一种成功与用户见面的文创产品,都是几经磨合后,才找到了“最大公约数”,而这种磨合显然具有重要价值。

通过多年努力,借助虚拟现实和数字化技术,深藏不露的敦煌壁画终于走出了鸣沙山。同时,高像素的采集图像,为敦煌文创产品开发提供了海量的素材。更多的“九色鹿”正通过磨合,走进年轻人的世界,融入当代生活。