



动漫之都



A7

2016年5月19日 星期四
编辑:任彦 版式设计:宋昱

中国国际动漫节节展办公室 杭州日报 第61期



动漫如何表达社会主义核心价值观? 文化部着力推动优秀原创动漫计划 15个城市15个动漫会展

中国国际动漫节成功“打响第一炮”

作者 程丽仙

5月初,文化部文化产业司正式启动2016年弘扬社会主义核心价值观动漫扶持计划申报工作,这是文化部第三次通过该计划引领动漫创作生产,发挥动漫在弘扬社会主义核心价值观中的作用。

“五一”期间,在杭州举办的第十二届中国国际动漫节首次推出了“社会主义核心价值观动漫扶持计划展”,在广州举办的AC-JOY动漫游戏嘉年华首次推出“优秀原创动漫推广计划展”。虽然展览名称有别,但两地所展出的作品均来自文化部扶持的两个“计划”——弘扬社会主义核心价值观动漫扶持计划(以下简称“扶持计划”)与国家动漫品牌建设和保护计划(以下简称“品牌计划”)。

1 两个“计划”,各有侧重

品牌计划首次启动在2012年11月,当时的目标是:贯彻落实《“十二五”时期文化产业倍增计划》《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》提出的“打造若干具有中国风格和国际影响的动漫品牌”的战略,促进动漫产业结构调整和优化升级,培育和扶持民族原创优秀动漫创意、动漫品牌……

其实,在那之前,文化部已于2008年至2009年连续实施了“原创动漫扶持计划”,将一批具有成长潜力的动漫作品和创作者纳入扶持范围,又于2011年联合有关部门开展了中国文化艺术政府奖首届动漫奖评选,推动实施国家动漫精品工程,为我国原创动漫形成自有品牌打下了良好基础。

2012年底,品牌计划首批入选项目公示,包括《喜羊羊与灰太狼》等20个动漫品牌和《长歌行》等30个动漫创意,涵盖了漫画、电视动画、动画电影、手机动漫、网络动漫、动漫演出、动漫形象等。2013年4月,品牌计划二度启动,经申报、评审,5个多月后,确定了《哪吒传奇》《功夫兔与菜包狗》等20个动漫品牌以及《侍灵演武》《粉墨宝贝》等30个动漫创意入选。2015年11月至12月,品牌计划第三次实施,《黑猫警长之翡翠之星》等18个产品项目和《春节娃娃》等28个创意项目入选。

文化部文化产业司有关负责人曾表示,对于入选的动漫品牌和动漫创意,除了在资金上进行支持,还将联合有关部门为入选项目搭建产业化推广平台,组织开展宣传推广活动,加强知识产权保护。

据记者统计,2013年至2015年期间,文化部文化产业司牵头组织了多项和品牌计划相关的宣传推广活动,比如2013年5月在第九届深圳文博会上设立“中国原创动漫推广计划——国家动漫品牌建设和保护计划”专项展区,通过影像图片、文字介绍、产品实物等形式集中展示了入选2012年品牌计划的50个项目,6月在北京金融资产交易所举办了“2013国家动漫品牌建设和保护计划”项目推介活动,8月在天津举办了首届中国动漫品牌峰会;2014年9月,又在北京产权交易所举办“2014国家动漫品牌建设和保护计划”项目推介会。

与品牌计划不同,以“弘扬社会主义核心价值观”为前缀的扶持计划在时间上晚了两年,在方向上则更强调思想性和导向性。于2014年初首次启动的扶持计划支持社会效益突出、弘扬社会主义核心价值观、传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求的优秀动漫作品;相比之下,品牌计划支持社会效益和经济效益明显、具有较强品牌效应和开发价值、对动漫产业发展具有引领和支撑作用的动漫品牌,支持具有发展潜力的动漫创意成长为动漫品牌,通过动漫品牌建设与发展为稳增长、促消费发挥动漫产业的作用,并进一步带动社会资本投入动漫产业。



2 杭州首次亮相,获得好评

两年来,共有40个产品项目和82个创意项目入选了扶持计划,就项目总数来看,这与品牌计划大致相当——实施三次甄选选出了146个项目。可以说,这是足以代表中国动漫产业发展现状、水平和方向的200多个项目。

“这几年来,我们也在几个展会做了原创动漫推广计划展,但还是不够。”文化部文化产业司动漫处处长马力在4月7日举办的2016原创动漫推广计划工作会议上表示,今年要在15个城市的15个动漫会展和品牌计划的动漫项目,“以此鼓励精品创作,树立行业标杆,引导产业方向。”

4月27日开幕的中国国际动漫节是此次原创动漫推广计划工作落实的第一站。“实际上,我们今年初就启动了展览的筹备工作。1月赴北京网博会实地考察,了解展览的主体内容、实施要求、呈现形式等,然后是资料学习和研究讨论,确立了策展方向——通过观赏、体验和互动,以市民喜闻乐见的形式,突出杭州本地动漫产业与企业的

特色,达到弘扬社会主义核心价值观的效果。”杭州中国国际动漫节会展有限公司招商会展部部长沈斌告诉记者,节展办抽调了专门人员加上招募的专业策展团队、施工公司,共同组成了“计划展”的实施团队。

据介绍,在展览形式上,首先摒弃了不适合动漫节现场氛围的“展墙+海报”传统方式,继而又舍弃了“高墙+舞台+货物”的特装展方式,最终采用了“空间艺术+景观艺术”的“果树”方案,有意识地在热闹的展场营造一个相对宽松和安静的展示空间,引导观众在此驻足休息;在互动内容上,针对性地选择了中南卡通、阿U动漫等本地企业,在展位内交替安排动漫表演与互动活动,拉升展位人气。

当记者走进四面开放的“计划展”,站在3组由多个立方体拼成的树形展示区中,油然而生“国产动漫硕果累累”之感——每个立方体看上去就像一个“动漫果子”,每一面都浓缩了一个动漫项目,3棵“树”结满了2015年扶持计划和品牌计划以及杭州动漫企业的成果。

3 创新展览形式 让更多人关注国产动漫

上海的CCG EXPO是最早助力品牌计划宣传的动漫会展,首批入选品牌计划的项目就在2013年7月的第九届CCG EXPO上进行了正式发布,之后几届也设立过专题展览。“原创动漫作品推广和线下会展对接是非常必要的。”上海炫动汇展文化传播有限公司总经理助理树栋告诉记者,会展能聚集大量的动漫爱好者和高人气,原创动漫品牌和创意的集体亮相,有助于动漫爱好者扩大对国漫的认知范围,提高对作品的接受度。

在B2C氛围很浓厚的会展现场设置主流色彩突出的“计划展”是否显得不搭调?并没有显得不搭调。树栋认为,虽然政府主导的品牌计划和扶持计划在感觉上和其他参展商不一样,但在展示形式上可以多元、互通、互动。“今年我们将以‘飞扬中国传统文化’为主导思想来策划、设计展区,同时在展区内开展签售、展演等活动,吸引更多观众关注国漫。”

今年杭州的“社会主义核心价值观动漫扶持计划展”从一个角度证明了树栋的看法。“展览效果与策展初衷完全吻合,且超出预想。”沈斌告诉记者,展会期间,“计划展”展位始终人气旺盛,得到了观众和业内人士的一致好评。“业界人士认为这种主题展形式生动活泼,打破了以往原创作品展览‘展板+海报+文字介绍,家家户户排排坐’的呆板模式,景中有展,展亦是景;观众则普遍反映,该展位色彩亮丽,让人眼前一亮,可以站在大屏幕前观看动画作品,也可以坐在展区内小憩、浏览每个‘果实’上的作品介绍,时常会有惊喜发现,很有趣。”沈斌说。

本文转载自《中国文化报》,略有删减

