



《哪吒》火了的意义

■ 本报记者 柳森

上映即将满月，动画电影《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》)如同踩着风火轮般横空出世，不仅点燃了沉寂许久的暑期档，还一次次突破了人们对其票房的预想，直冲云霄。

据灯塔专业版数据，截至8月21日15时，《哪吒》票房已达42.39亿元，超过《复仇者联盟4》的42.38亿元，跻身中国票房纪录第三名，仅次于《战狼2》和《流浪地球》。而国产动画电影上一次引发全民关注，可以追溯到四年前的《西游记之大圣归来》。彼时，《大圣归来》斩获的9.56亿元票房已堪称“奇迹”。

《哪吒》的火体现出什么，又折射出什么？中国动画电影的成长与发展，正处于怎样一个历史方位？上海电影评论学会常务理事、同济大学人文学院副教授汤惟杰带来他的解析。

这个“哪吒”为什么那么火

解放周一：您是8月初看的《哪吒》。那时，它已经取得了不俗的票房成绩。据说，您差点没准备去看？

汤惟杰：是的，《哪吒》上映前的那段时间我正好在国外，当时通过网络初看这一版的预告片，不说100个，也有47个不情愿。后来，我才突然醒悟，这个新版不是拍给40年前曾在影院看《哪吒闹海》(以下简称“闹海”)的我要看的，哪吒的形象并非只定于《闹海》一尊，在《闹海》之后的各种新形象、新演绎更是早已足够站成一排。这样一想，我对片中那小捣蛋的滤镜终于忍得下去了一点。完整看完之后，我给这部《哪吒》打7分，甚或7.5分。

在《哪吒》中，家丁和夜叉长着一副与《闹海》中极为近似的面孔。我想，这可以被看作新版《哪吒》的导演悄悄向《闹海》致敬的手势。0.5分，或许就加在了这上面了。

解放周一：7.5分在您这儿算高分吗？
汤惟杰：7.5分应该说不算高分，也不算低分，但不管怎么说，《哪吒》属于我愿意向观众推荐的影片。

解放周一：您愿意推荐它的理由是什么？
汤惟杰：推荐它的理由，大概也可以部分解释《哪吒》为什么会火——从目前《哪吒》在年轻观众当中所显示出来的“热”可以发现，它对人物命运走向的设定、对自我认知、友谊建立等话题的引入，和当代动画主要的观看人群还是贴合的。

毕竟，动画电影的主要受众年龄跨度不如一般电影，观众在挑选时自主意识也非常强烈。换句话说，在被判断是否要看这件事上，动画电影不会因为它的片种占到半点优势。从这一点来讲，《哪吒》如今的火爆是不易取得的，定有它的过人之处。

解放周一：《哪吒》的火，有无呈现出其独特性？

汤惟杰：由于我参与了一些“打分团”，比如上海影评学会的“画外音”评分榜，以及另一个主要由北方影评人和电影研究学者为主体进行打分的排行榜“影向标”，我发现了一个非常有趣的现象。那就是，打分员们对这部片子的评价相当两极化。喜欢的非常喜欢，9分都给了，不喜欢的可能就只给了3分、4分。可见，《哪吒》不是一个很平淡的片子。最起码，它激起了影评人强烈的情绪。

这种感受也许是正面的，也许是负面的。在当代，这是一部有话题性、争议性的作品会引起的一种比较典型的评论现象。这种现象在当下一个“升级版”的表现是——虽品质如何众口难调，但相当大一部分人群在随机观看完该影片之后，会愿意向自己周围的人提起它、推荐它。

能够比较成功地唤起人们在观影当中的一些情绪，并使其在观影之后抱有交换见解的欲望——在这一点上，《哪吒》显然是成功了。当然，在《哪吒》之前，哪吒就作为一个古典神话中的经典人物在各种规格的影视作品频频出现、演绎版本众多，其所属的人物谱系早已为观众所熟悉。光是有了一点这方面的联系，也可能会为《哪吒》带来一批观众。人们会因为对新演绎方式的好奇而走进影院。

这部《哪吒》够好了吗

解放周一：您刚才讲到，《哪吒》是一部有话题性、争议性的作品。它面临的最大争议有哪些？

汤惟杰：在《哪吒》之前，《闹海》中的哪吒形象足够经典，很多国人第一时间可以联想到的哪吒形象大部分因它而来。新版《哪吒》一上来就给哪吒画了一副自带黑眼圈的“烟熏妆”，给人一种邪邪的感觉，甚至带有一点过去那种反派动画形象的感觉。这样一种造型，对于年长一些或是对《闹海》印象特别深的观众来说，是一种挑战。

第二个争议比较大的点，是有些观众认为40年前《闹海》里的那个哪吒更多带有反封建的倾向。



电影《哪吒之魔童降世》官方海报局部

向。要知道，父子关系是中国传统伦理关系当中最核心的关系之一。《闹海》里，哪吒把骨肉都还给了父母，某种意义上，就是弃绝了父子关系。这样一种处理对中国传统血缘纽带关系的扬弃与否定，在当时的社会语境下，具有非常大的思想冲击力，因而被很多人记住。当然，《闹海》把李靖的形象设计得比较胆小、懦弱，这个也是可以理解的，否则，哪吒何至于会那样弃绝父子关系呢。

当认同那样一种“反抗精神”的观众再看今天的《哪吒》，会认为后者乍一看好像很酷，其实反而把哪吒父子之间的关系简化了，是一种“历史性倒退”。“这不是又回到原来那个老的‘传统’里去了？”是一些观众对新版《哪吒》的质疑。

第三个被评论得比较多的点是，新版《哪吒》在人物形象上花了功夫，但人物、造型设计的整体性、自主性、民族性不足。不少观众能感觉出来，片中部分人物的形象设计受迪士尼动画造型风格影响较大。

解放周一：就您个人的观感来说，这部片子有哪些可以“更好”的地方？

汤惟杰：在说《哪吒》的不足之前，我还是先为它说几句好话。

我有一位老同学，和我一样也是“70后”。当年他高考时选择的是和动漫相关的专业。此后，他在这个行业里深耕了20多年，对这个行业相当熟悉。这次，他也去看了《哪吒》。他告诉我，在技术方面，《哪吒》的制作已达到相当高的水准。作为行内人，他能从很多细节看出创作团队是下了很大功夫的。比如，片中的夜叉会遁形，化成一摊水在地上迅速移动。这样一种处理在技术上是常见功夫。

又如，片中《江山社稷图》的设计，吸取了现代电影里面将叙事进行分层的手法，让观众人可以“嗒”地一下子从一个现实世界进入另一个封闭的世界，这也是一个很有吸引力的设计。

如果让我谈不足的话，我想说，这一部影片的人物造型，除了哪吒能让人过目不忘，其他人物的造型好像还不足以支撑起这样一部大型动

画的容量。片中把太乙真人设计成一个贪图酒肉的大胖子，还特地给他配上了具有明显四川方言色彩的“川普”，这说明团队事先是花了心思的。但相比之下，哪吒父母的造型就非常标准化，看不出个性。这说明整部影片缺乏对人物设计的总体把握。

我们不妨拿手绘时代的《闹海》来做一比较。可以看一组数据：40年前由上海美影厂创作的《闹海》，片长70分钟，拷贝长5700英尺，制作时间前后花费一年零三个月，绘制了5万多个画面，3位导演，42位动画绘制人员，3位摄影师和其他技术及辅助人员参与。担纲《闹海》造型总设计的张汀先生是中国现代美术界的一位泰斗级人物。他在做大型动画《闹海》人物造型设计时，吸收了中国两大传统画种——门神画和壁画中的精髓。他认为，门神画和壁画的素材具有强烈的装饰风格，线条也很简练，其中几个主要用色(青绿红白黑)给人既传统又醒目的感觉。后来，他把这一做法沿用到了《闹海》的配色中，使整部影片中的各种元素看上去非常协调、统一。相比之下，《哪吒》这一次的用色复杂却无甚特别。

解放周一：民族性、识别度不高，国人可能暂时并不觉得这是个问题。
汤惟杰：是的。但如果我们未来要继续把包含《哪吒》在内的中国动画电影推向世界，无论形式技巧还是造型设计上的辨识度不够高，都会成为一种障碍。毕竟，我们从小受到传统文化的熏染，哪吒对我们来说烂熟于心。但如果是面对一群完全不了解你的文化传统的外国观众，他们会非常在意自己能不能通过你的作品看到你的民族文化，看到属于你的视觉艺术传统，哪怕你所呈现的只是传统当中一个非常细小的支流。

另外一个可以讨论的问题是，也许是为了调动起对年轻观众的吸引力，《哪吒》在故事中引入了一些当代比较热门的元素，譬如灵珠和魔丸、敖丙和哪吒两组关系。但是总觉得，当你在处理一个传统题材的时候，是不是有更好的选择？是不是可以有更复杂、更精致一点的设计？

链接

开启中国电影新的想象空间

■ 张頔武

是一个重要的原型，既有民间广泛而多样的流传，也有传统小说的描述。这个故事本身的传承、传播就很广。当年的这部作品也是作为东方动画美学的代表作引发了广泛的关注，也在国际上得过奖。时间已经过去了40多年，今天的《哪吒之魔童降世》沿用了同一个题材，但对其进行了根本性的再创造。

这个故事当然是非常中国的，但它的讲述和电影语言也在本土的元素之中融进了更多国际的元素和更宜为世界年轻人接受意识及观念。这一成就当然与这些年来中国电影市场前所未有的高速增长所带来的更多机会有关，也与市场的高速成长为各种类型的需求和探索提供的更多可能性和机会有关。这些年来，对于本土动漫电影的追求就一直没有停止过，诸如《大圣归来》《大鱼海棠》等电影的持续探索。好莱坞动漫电影在中国的成功也为这部动画电影准备了条件。无论是对于外来经验的借鉴，还是中国人本身对动漫电影的追求，可以说都为《哪吒》的成功准备了条件。最关键的，还是中国电影市场已经在高速的成长中逐步成熟，中

从这一点来讲，创作团队还是要把自己放到观众的立场上去多思量。多想想人物辨识度、场景辨识度，甚至用色的传统视觉谱系问题，以及所有的人物、细节设计如何为人物命运、故事情节的推进、人物关系的塑造与深化服务。

无论如何，在技术层面上，借助《哪吒》这样的作品，中国年轻一代动画创作群体通过努力所获得的阶段性成果，已经向我们展示出来了。但我们一定要清醒地意识到，《哪吒》所能代表的只是当代中国动画中的一个类型。动画的种类非常多，艺术取向也非常多元。有些动画门类目前的生存状况远不如我们想象中的好，甚至是不尽如人意的。在这一点上，我们的主管部门、观众应该通过多种方式对它们加以关注。

中国动画电影依然需要大量基础工作

解放周一：透过《哪吒》火了，能看到观众们对中国动画电影寄予了厚望，非常期待中国美学能通过中国动画电影得到高水准的全新演绎。要实现这样的梦想，我们现在最缺的或者说最软弱的部分在哪里？

汤惟杰：对于这个问题，答案是多方面的，但从从业人员的素质问题始终是最关键的。除了从业人员的核心素养一定要好，对自己行业的历史(曾经塑造过哪些经典造型、有哪些美学传统)要有非常清晰的认识。不光要了解，还要熟练，变成一种创作自觉。很多东西只有当你反复琢磨透了以后，才会像直觉那般从你的身体里面冒出来。刚才提到的张汀先生，正是因为对传统视觉艺术门类都很熟悉，才会非常自然地想到要到哪些门类里面去找灵感。

除此之外，我始终要讲，艺术创作人员的口味一定不能单一。动画人不能只钻在动画里，对于动画相关的其他艺术门类、知识门类都要有所涉猎。单就动画风格来讲，世界上除了几种主要的商业动画门类、派别之外，还有大量无法归类作品。我们的从业人员看得不够多、了解得是否充分呢？你当然可以只喜欢其中一种风格，但是，你对旁涉的很多派别、门类一定要有所了解、涉猎。包括观众也应该知道动画不止一种。一旦眼界打开了，你也坐到了更多可以欣赏到高品质好作品的可能。当你坐到了影院观影时，你也能做出更恰如其分的评价。

所谓对国产动画电影的鼓励，不光要靠票房、靠大量的观众人群，有没有特定的动画电影活动(比如专门的动画电影节)，有没有专门资助那些比较小众的动画种类的基金，都值得我们再加以讨论。当前社会上的文化投资、影视基金不能光想着去投热门、赚快钱，千万不要以为某一部片子爆红了，就简单复制它的生产模式就能赚钱。只有把上述那些基础工作都做好了，我们的国产动画电影，才会迎来下一个“高峰时刻”。

时下，通过《哪吒》，我们可以看到一条相对完整的商业动画电影产业链条已然形成。《哪吒》的主创团队还很年轻，如果他们以后有更多的作品问世，人们肯定愿意继续关注。但相比之下，那些意味着中国动画更多可能性的东西，更值得我们关注，特别是有极少数创作群体在相当困难的创作条件下还在那里默默努力，值得我们的媒体、影评人给予更多关注。为此，也希望我们能更多的激励机制让这些作品与观众见面，让大家知道，原来中国还有其他一些动画类型的存在。

中国动画史上的小型精品不少。比如《三个和尚》，它的人物造型非常简单，就是一些线条和色块的构造。但这个“简单”背后其实是花了很多心思，一看就是中国审美传统下的匠心之作。当年的上海美影厂有过很多类型的尝试，木偶片、剪纸片、折纸片，都产生过极具本土风格的作品。但自《山水情》以降，人们几乎再也未能欣赏到成规模的水墨动画电影。水墨动画也是世界上其他地方的艺术家至今未能完全掌握的一门国产动画技巧。还有一门制作技艺要求非常高的“黏土动画”品种，好像我们至今没有出过让人有印象的作品。未来，我认为，水墨动画和黏土动画作品，都是可以继续关注和鼓励的方向。

观察

人工智能背后的人类

■ 王嘉兴

我们还远没有到警惕人工智能威胁人类文明的时候，但在人工智能频频变成“智能的人工”的今天，是时候警惕AI背后的人类了。

“每一个自动售货机里都坐着一个售货员。”这本是一个段子，如今，却有人把段子活成了现实——8月14日，一家人工智能领域的明星公司 Engineer.AI 被曝出用“码农”冒充人工智能。

骗局被揭发前，一切看来都很美好。按照公司官网上的说法，在他们开发的人工智能应用的帮助下，无须具备任何技术，只要提供想法，每个人都能成为扎克伯格或张小龙，创造出脸书或微信那样伟大的程序。仅是公司的第一代技术，就能将开发速度提高到目前人工的两倍，成本则只需原先的1/3。

该公司声称，其中，80%的工作都将由人工智能完成，耗时不超过1小时。据其推算，搭建一个类似微信的程序，时间只需数月，成本约为20万元人民币。

“使用软件像订购比萨一样容易”，这是 Engineer.AI 打出的标语。他们还给这个高效省钱的人工智能取了一个美丽的名字：娜塔莎(Natasha)，与漫威电影里性感美貌的女间谍同名。

只是，所有用过娜塔莎的人大概都不会想到，在屏幕那头提供服务的是来自印度等地薪酬低廉的软件开发者。

按照多名现员工及前员工的说法，Engineer.AI 直到两个月前才开始程序研发，目前绝大部分工作都由真人完成。这家公司没有聘用任何自然语言处理方面的专家，核心技术是决策树——一种上世纪50年代计算机刚被发明不久就出现的技术。

今年2月，Engineer.AI 甚至被自家的前首席商务官罗伯特·霍尔德海姆告上法院。霍尔德海姆称，公司为获得融资，夸大自身的人工智能能力。

但这并不妨碍这家公司打着人工智能的旗号收割金钱。

2018年11月，Engineer.AI 获得了高达2950万美元(约2亿元人民币)的A轮融资，创下了欧洲A轮融资的最高纪录。投资方包括软银旗下专注人工智能领域的基金 DeepCore、苏黎世的风投公司 Lakestar 和新加坡的 Jungle Ventures。

2018年，Engineer.AI 的收入达到2310万美元。如果骗局没有被曝光，公司2019年收入预计将接近翻倍，达到4500万美元。

这是人工智能的好时代吗？3年前，阿尔法狗击败了顶尖的人类围棋手，获得广泛关注。2018年，人工智能领域的投融资达310亿美元，包含“ai”的域名是3年前的2倍。人们畅想那个由0和1组成的虚拟世界可以像人类一样思考，帮助我们完成一些烦琐的工作，甚至办到一些人类至今无法完成的事情。

这场热潮的一个结果是，只要创业公司宣称自己用到了人工智能技术，就能多吸引15%-50%的资金。但根据英国风投公司 MMC 的统计，这些带着 AI 标签的公司中，约有40%不包含任何形式的人工智能技术。李开复曾在一次公开演讲中谈到，他遇到过一家做内衣的公司，标榜自己已是人工智能企业。“这是非常不正常的现象……每个创业者都要包装 AI，每个投资人都要搞 AI 项目……人工智能领域的泡沫化特别严重”。

一直玩概念，总有审美疲劳的时候。再想吸引眼球，就得靠真刀真枪的成果。像 Engineer.AI 一样用真人“辅助”人工智能的企业甚至包括谷歌、脸书等知名互联网公司。

谷歌公司开发的人工智能 Duplex，号称能够帮助用户打电话预订餐厅、发廊，今年5月被曝出使用人工。据称，通过 Duplex 拨打的电话中，约有25%由人类打出，剩余的75%中，还有15%会受到人为干预。另一家自动驾驶公司在获得超过2000万美元融资后被曝出，公司成立3年多，用于研发的无人车仅有3辆，而普通卡车有36辆。

人工智能本意是为了辅助或取代人工，但到了投机者手中，却变成了“智能的人工”。这些人类插手的部分，也许本无可厚非，却因种种原因被隐藏了起来，成为有关公司拒绝说明的“商业秘密”“技术细节”。

对此，前述自动驾驶公司的创始人回应称，公司需要人类司机为人工智能技术提供数据，同时维持公司的现金流，目前仍无法估计技术落地的具体时间。

从2013年到2018年，人工智能领域投融资额连续5年以超过30%的速度增长。但在今年第一季度，首次出现环比下降7.3%的情况。创投机构 CB Insights 的一项调查显示，2018年全年，近90%的人工智能公司处于亏损状态。

根据北京市经济和信息化委员会发布的《北京人工智能产业发展白皮书(2018)》，截至2018年底，全国有人工智能企业4040家，拿到风险投资的公司仅30%。剩下的70%，倒闭清算大概率是时间问题。

20年前，一场互联网大潮也曾席卷世界，有人回忆，那个年代随便注册一个“.com”网站、写个网页，转手就能卖上万元，互联网公司的期权或股票一年能涨5倍。等到热潮退去，即使是亚马逊、雅虎这样的公司，市值也缩水超过90%。

我们还远没有到警惕人工智能威胁人类文明的时候，但在人工智能频频变成“智能的人工”的今天，是时候警惕AI背后的人类了。

(摘编自《中国青年报》)