

中国传统造型艺术对外传播的艺术路径

张安华

(东南大学 艺术学院, 南京 211189)

摘要:中国传统造型艺术走向世界,可以借助传统表演艺术、艺术设计及影视艺术等艺术路径实现对外传播。音乐、舞蹈、戏曲等表演艺术的创作从传统造型艺术中汲取灵感,生成新的作品,面向海外传播同时,必定带动其中传统造型艺术信息的跨文化传播。现代艺术设计中的传统造型艺术元素,也是中国传统造型艺术向域外推广的重要艺术路径。文化遗产纪录片、古装影视剧和动画艺术片等影视艺术包含丰富的优秀的传统造型艺术元素,是易为海外观众所接受的传播路径。中国传统造型艺术扩大海外影响力可以考虑更多地利用艺术的传播路径。

关键词:中国传统造型艺术; 对外传播; 传统表演艺术; 艺术设计; 影视艺术

中图分类号: G206;J0

文献标识码: A

文章编号: 1009-3370(2014)04-0144-07

在全球化的今天,中国经济飞速发展,国际地位不断提升。2008年北京奥运会和2010年上海世博会让“中国文化热”席卷全球。美国哈佛大学教授约瑟夫·奈2005年发表《中国软实力的崛起》一文,认为中国的传统文化一向是很有吸引力的,“尽管在软实力方面中国现在还远非美国的对手,但如果忽视她正在取得的成就,那是十分愚蠢的。”^[1]中华文明作为世界上最古老的原生文明之一,中国的传统文化对世界文明的发展起着巨大的推动作用。“传统文化对于增强国家软实力具有尤其重要的意义。……中华文化的散播,实际上主要是中华传统文化而非现代文化的散播,尽管可能是现代形式包装下的传统文化。中国的传统文化独具特色,而且内涵普世价值,可以作为文化吸引力的基础发挥作用。”^[2]中国传统造型艺术作为传统文化的重要组成部分,就艺术领域而言,对外输出往往更注重歌舞、杂技等传统表演艺术。中国传统造型艺术的发展从来都不是一个孤立自白的过程,而是在与外来艺术的相互交流和碰撞中成长。中国传统造型艺术以往更多的是依靠商业贸易、使节外交、宗教宣传等路径来实现对外传播。在今天,采用何种手段、通过何种路径来拓展王羲之的书法、齐白石的中国画或是秦始皇兵马俑、敦煌壁画、青花瓷、苏绣的海外影响力值得探讨。

一、中国传统造型艺术对外传播的提出

“造型艺术”一词最早源于德国美学家莱辛1766年的著作《拉奥孔》,20世纪才引入中国^①。造型艺术是“用一定的物质材料(绘画用颜料、绢、布、纸等,雕塑用木、石、泥、铜等)塑造可视的平面或立体的形象”以满足人们精神审美需求的艺术的总称,可以与“造形艺术”“视觉艺术”“美术”“空间艺术”等词混同使用^[3]。所谓“中国传统造型艺术”,在“造型艺术”前面加了两个限定语:“中国”和“传统”。“中国”强调民族特质。“传统”是相对现代而言的,“中国传统造型艺术”囊括国画、雕塑、建筑、工艺美术、书法、篆刻等中国古代固有的造型艺术门类,但不包含油画、摄影等到了近现代才出现、从西方移植过来的新兴造型艺术门类。“传统”是一脉相承、不断创新的系统。“任何一个大艺术家,首先是‘守法’,然后是‘破法’,最后才是‘立法’。”^[4]艺术家进行艺术创作,一般而言,首先要“守法”,继承以往艺术中某些被固定下来的因素,其次是“破法”,就是要打破前人的程式,不断创新,最后才可以“立法”形成“新的传统”。因此,“中国传统造型艺术”既包括中国古代造型艺术,又包括近代、现代以至当代中国的造型艺术。

中国传统造型艺术对外传播的提法是在国内

收稿日期: 2013-09-03

基金项目: 教育部人文社科研究青年基金资助项目“民俗艺术的传播生态研究”(13YJC760053)

作者简介: 张安华(1985—),女,博士研究生,E-mail:anhua19851006@163.com

①“造型艺术”对应德语“bildende Kunst”,德语的bilden,原是“模写”(abbilden)或“制作似象”(eild machen)的意思。其具体引入时间,说法不一。如邵洛羊主编《中国美术大辞典》:“在新中国建国后由苏联传入”,潘公凯《造型艺术的意义》一文指出:造型艺术称谓是“由于受前苏联美术学院体制的影响,在20世纪五六十年代的中国美术界是使用得最多的。”而在1920年,宗白华就在《美学与艺术略谈》结尾提及“按照各种艺术所凭借以表现的感觉”不同,艺术分为3个主要门类,第1类即是:“目所见的空间中表现的造形艺术;建筑、雕刻、图画。”

“对外传播学”^①兴起的基础上提出的,以往多见的类似说法是艺术的“对外交流”“跨文化交流”等。作为国家文化对外传播的重要方面,中国传统造型艺术的对外传播是一种跨国境、跨文化、跨语言传递中国传统造型艺术信息、艺术作品以及与外国人直接进行艺术交往的活动,目的是要引起外国受众对中华民族艺术的兴趣并接受这些艺术信息,了解中国的文化艺术,创造一个有利于中国和平发展的国际环境。

二、中国传统造型艺术对外传播的艺术路径

中国传统造型艺术对外传播的艺术路径,是指借助并利用受到中国传统造型艺术启发的其他门类艺术作品的跨国传播活动来对外传播中国传统造型艺术。从艺术理论来看,各门类艺术间相互吸收、相互借鉴的现象是普遍存在的。如今,各门类艺术间的界限正在逐渐被打破,新的艺术语言不断产生,丰富多彩的艺术风格、艺术流派层出不穷,艺术创作呈现出一种难得的活力^②。因此,不难想象无论是音乐、舞蹈、戏曲、杂技等传统表演艺术,还是新兴的艺术设计和影视艺术,都离不开中国传统造型艺术的影响和熏陶。在这里,中国传统造型艺术的主要功能是“启发新的艺术生成,或派生出新的艺术品种,产生新的艺术流派,或使这种经典艺术在新的时代背景下出现价值增值。”^③一旦这些派生出来的新的艺术作品面向海外传播,必定会相应带动其中包含的中国传统造型艺术信息的跨文化传播,并有可能引发更多的国外受众主动去关注、欣赏并理解中国传统造型艺术。

(一)传统表演艺术传播路径

改革开放以来,中国政府尤为重视文化交流,努力推动中华文化走向世界。在30多年文化“走出去”道路上,中国传统表演艺术如优秀的音乐、舞蹈、杂技、戏曲作品在海外的演出曾引发巨大反响。依靠中国传统表演艺术的跨国演出来对外传播传统造型艺术是有效的艺术路径之一。

1. 歌舞乐演活敦煌壁画

敦煌石窟中有大量乐舞题材的壁画,在现存绘有壁画的552个石窟中,几乎每窟都有伎乐表现,生动柔美的舞姿,呼之欲出。仅莫高窟绘有音乐题材壁画的洞窟就有240余个,乐伎3520身,乐队490组(经变乐队294组),乐器43种计4549件^④。敦煌乐舞壁画和敦煌遗书中的曲谱、舞谱,共同见

证了古代丝绸之路上中外乐舞艺术的交融,也可以从中看到传统造型艺术与表演艺术的互动。古代乐舞艺术的传承除了口传身授,还得益于壁画、雕塑、画像石和画像砖,敦煌壁画中的舞蹈形象自然就成了中国古典舞复原的重要素材。甘肃省歌舞剧院的大型舞剧《丝路花雨》(1979),古代壁画中仙乐飘渺的极乐盛世借助表演艺术呈现在世人面前,敦煌艺术得以“再生”:^⑤“只有当1979年底以敦煌文化和莫高窟壁画舞乐艺术为题材的舞剧《丝路花雨》在香港首次演出成功并开始向全世界传播时,敦煌艺术才开始家喻户晓。”^⑥该剧自1981年首次走出国门至今,已在朝鲜、苏联、日本、法国、美国等20多个国家的200多个城市上演,让400多万观众现场感受了敦煌艺术的无穷魅力,是改革开放以来民族舞剧走向世界的第一品牌。

《丝路花雨》是“舞蹈史上的里程碑”,为中国民族舞剧的海外推广提供了新思路。剧中首次出现的反弹琵琶、千手观音、盘上舞等源于敦煌壁画的舞蹈创编后来还成为诸多舞蹈作品的范本,开创了新的舞蹈流派之“敦煌舞”,2004年雅典残奥会闭幕式上由聋哑残疾人演员表演的舞蹈《千手观音》就是最好的例证。作为不可移动的艺术文物,敦煌壁画的对外传播主要以游客参观的人际传播方式和报纸、杂志、影视等现代传媒的报道介绍为主。《丝路花雨》开辟了用舞蹈艺术形式向世界传播敦煌壁画的先河,静止的壁画变成灵动的舞蹈,传统造型艺术在世界舞台绽放异彩。此后,舞剧《大梦敦煌》、杂技剧《敦煌神女》、舞剧《敦煌韵》协同新版舞剧《丝路花雨》、京剧《丝路花雨》等传统表演艺术精品,在海外不断续写“可移动的敦煌壁画”之传奇。除了敦煌壁画,中国传统造型艺术经典作品以表演艺术形式再创作并成功传到国外的范例不在少数。

2. 传统书画潜入舞台

借助表演艺术的海外演出来实现中国传统造型艺术的对外传播,除了以某件传统造型艺术作品为题材进行跨门类再创作外,在舞台美术中置入传统书画、工艺品来丰富舞台呈现也能促进中国传统造型艺术的国际传播。舞美作为从属于舞台演出艺术的造型艺术,主要包括人物造型和景物造型,人物造型指演员化妆和服装,景物造型指道具和布景。演员只有结合舞美才能全方位展示艺术作品表现的时代风貌和乡土人情,给观众以完美真实的视觉体验。舞剧《丝路花雨》的成功离不开独具民族风

^①兴起于20世纪80年代,国内接连出版了一系列对外传播学的理论专著,如段连城《对外传播学初探》、沈苏儒《对外传播学概要》、郭可《当代对外传播》等。

格的舞美衬托,特别是新版《丝路花雨》,从演员服装、头饰到手中的琵琶、笙、箫等乐器的样式、乐队的排列组合都与敦煌壁画原作如出一辙(如图1、图2),舞台布景大幅壁画《观无量寿经变》将莫高窟112窟南壁壁画“反弹琵琶”伎乐天和榆林窟25窟南壁壁画乐队直接“拼合”挪上舞台(如图2)。

中国传统造型艺术用于舞美的做法在戏曲舞台也可见到。传统戏曲注重人物造型,讲求“戏以人

重,不贵物也”^[8],景物造型甚至没有实物布景。在当代,艺术市场化和产业化决定了戏曲需要突破传统以契合时代审美需求。考虑到戏曲演出空间不再是传统戏台,而是大型剧场或剧院,因此,坚守“一桌两椅”的同时,适当添入传统书画作品丰富舞台布景,不失为是一种创新。由白先勇策划的青春版昆曲《牡丹亭》(2004年)之所以能在海内外商演中取得票房佳绩,舞美创新功不可没。不但演员服装采用



(a)新版《丝路花雨》剧照

(b)莫高窟220窟北壁 药师经变图 乐队

图1 剧照与壁画



(a)新版《丝路花雨》剧照

(b)榆林窟25窟 南壁
观无量寿经变 乐队(左)(c)莫高窟112窟 南壁
观无量寿经变 反弹琵琶(d)榆林窟25窟 南壁
观无量寿经变 乐队(右)

图2 剧照与壁画

全手工苏绣工艺定制,舞台布景中还多次置入当代书画名家的作品,最大限度拓展戏曲舞台的虚拟空间。在英国巡演时该剧舞美得到多位专业人士赞赏:“视觉之美,令人震撼,字画吊片背景创造出迷人的空间感觉”“舞美设计字画布景十分优美、服装

或多彩繁富或精美细致”“抽象写意的舞台设计及舞蹈动作更能凸显五色缤纷苏绣服装的优美。”^[9]在昆曲中添入书画、苏绣等传统造型艺术不但是对昆曲舞台的突破,也为古老优雅的昆曲注入新鲜血液,伴随昆曲艺术走向世界的步伐,让观众领略中

国传统造型艺术的古典韵味。“《牡丹亭》的演出成就了艺术应有的功能,它引我进入多种不同的领域,……唱作、服装、舞美达到完美无瑕,创造出一种精致高雅,具永恒之美的中国意象,这又提醒我为何会终生献身研究中国文明。”^[9]

(二) 艺术设计传播路径

现代艺术设计涉及了衣食住行各方面,主要包括视觉传达设计、服装设计、环境艺术设计等。经过长期追随和模仿国外的设计后,中国的设计师们也越来越多注重对本国文化的发掘,力求突出民族特色、展现传统风格来提升中国设计的世界地位。中国传统造型艺术作为视觉艺术的资源宝库,不论是仰韶彩陶纹样、商周青铜纹饰、明清青花瓷图案还是传统书画的水墨气韵,都可成为增强设计作品感染力的元素。同样,中国传统造型艺术的对外传播也离不开艺术设计,正是由于当今艺术设计中反复运用水墨画、书法、青花瓷、中国结、龙凤等视觉元素,才使这些彰显中国传统文化内涵的视觉形象成为中国的标志。在艺术设计中融入中国传统造型艺术元素是对传统的继承,也是传播中国传统造型艺术的重要途径。

1. 视觉传达设计的传统元素

视觉传达设计主要涉及标志、包装、招贴、书籍、印刷排版、展示设计等。在视觉传达设计中融入中国传统造型艺术,靳埭强的设计在亚洲乃至世界享有盛名。20世纪70年代末靳埭强开始设计的“寻根”实践:“香港是中国人的社会,香港艺术的历史,应是中国艺术历史的一部分,香港艺术家的根,也应可在中国追寻。”^[10]在遵照西方设计原理基础上,靳埭强在作品中融入水墨、书法、剪纸等传统造型艺术元素,形成了别具一格的中国特色视觉设计语言,促进了中国传统图形与中国设计的国际化。可以说,靳埭强的设计语言是现代的、国际的,设计核心却是传统的、中国的。譬如,1989年靳埭强为国际舞蹈学院舞蹈节设计的海报、1995年《汉字》系列、1997年为香港回归设计的《手相牵》、1999年为澳门回归设计的《九九归一》以及为美国CA杂志设计的封面都是将传统书画元素渗透其中。靳埭强将书画笔墨转换成设计语言,引领中国视觉传达设计的水墨潮流,强化了中国传统书画的世界知名度。德国教授乌韦·勒斯(Uwe Loesch)赞叹:“中国数千年的艺术历史,尤其是传统的水墨画,再次由靳埭强先生崭新地演绎出来。他运用精湛的书法是优异的标记。”^[11]

艺术大师韩美林同样致力于用自己的作品来

传达他对传统文化与哲学的思考,传播中国传统文化艺术的精髓。对于国画、书法、雕塑、工艺美术等各门传统造型艺术韩美林无不精通:他曾在美国20多个城市举办过国画展,韩美林笔下生动传神的小动物在美国颇受欢迎,纽约曼哈顿将1980年10月1日定为“韩美林日”;他的多幅国画入选联合国发行的圣诞卡;他的雕塑《五龙钟塔》是第26届美国亚特兰大奥运会标志性雕塑。韩美林还将传统造型艺术的创作经验和传统图案造型语言运用到视觉传达设计中,向世界传播中国传统造型艺术的精髓。1988年,韩美林从汉代青铜器的凤形拐杖头中汲取灵感,以古老的中国神鸟“凤凰”为中国国际航空公司设计标志,20多年里这只火红的中国凤凰在世界上空穿越,传达来自东方的祝福:“凤凰出于东方君子国,飞跃巍峨的昆仑山,翱翔于四海之外,飞到哪里就给哪里带来吉祥和安宁。”^[12]韩美林为2008年北京奥运会设计的吉祥物“福娃”在传播文化上取得巨大成功,以现代吉祥物形象向世人展示了新石器时代的鱼纹图案、宋瓷的莲花造型、敦煌壁画的火焰纹样等传统造型艺术元素。除了大师们的设计作品注重挖掘传统造型艺术元素,很多销往海外的日用品、酒、茶叶的包装设计或书籍装帧中也不乏青花瓷器、刺绣、水墨书画等传统元素。

2. 服装设计的中国风格

中国服装设计师努力探寻新的契机和有效的对外传播平台,利用服装作品向世界展示中国传统造型艺术之美。比如,在国家首脑会晤的外交场合中,国家元首夫人的着装业已成为展示本国文化的重要窗口。随着公众与政府的互动越来越频繁,从美国总统奥巴马夫人米歇尔到中国“第一夫人”彭丽媛,她们的服装搭配成为社会大众和世界媒体关注的焦点。服装设计师马可充分把握了彭丽媛“第一夫人”的特殊身份和国事访问的特殊场合,在服装设计中融入云纹、仙鹤、翠竹、荷花、梅花、囍字纹、寿字纹等从传统造型艺术中提取出来的经典图案及中式盘扣、立领元素,向世界显示中国传统造型艺术美跨越千百年不褪色,引领全球时尚的东方潮流。

此外,各种国际大型活动如电影节、颁奖礼、体育赛事不断成为服装设计展示中国风的舞台。现今在戛纳、柏林、威尼斯等国际电影节中国明星的礼服纷纷凸显中国风格。被誉为“中国红毯设计师第一人”的华裔设计师劳伦斯·许用作品诠释了“时尚”与“传统”是相通的:“丹凤朝阳”的刺绣、折扇,“踏雪寻梅”的写意书画,“东方祥云”的龙纹、云纹

刺绣,“云韵晚装”的华美云锦,“梦回盛唐”和“敦煌写意”的敦煌壁画……几乎他设计的每件礼服都渗透着传统造型艺术元素。其中,最为世人称道的设计是2010年为范冰冰量身定制的礼服——“东方祥云”,设计源自清代皇室龙袍,在传统酷缎上绣出两条盘旋向上的飞龙图案配以云纹和水纹,范冰冰因此造型在戛纳电影节的亮相也跻身当年全球红毯最佳着装之列。现今,“东方祥云”已成为中国明星踏上国际红毯的象征符,作品原件被杜莎夫人蜡像馆收藏,“升级版”被英国维多利亚阿尔伯特博物馆收藏。

(三) 影视艺术传播路径

“电影是一种大众传播媒介,电影是一种艺术形式,电影是一种影像语言,电影是一种意识形态国家机器,电影是一种文化产业,所有这些关于电影的定义都具有其自身的合理性。”^[13]这些属性同样适用于电视。不管是作为传播媒介的影视媒体,或是作为艺术形式的影视艺术,还是作为文化产业的影视产业,如何发挥影像语言的文化传播功能,将中国传统造型艺术推广到世界,是值得探讨的。首先,影视传播是最易引起广泛关注的传播方式之一,通过商业、政治、文化或艺术路径对外传播中国传统造型艺术,离不开影像的传播方式。现代影视作为传播渠道中的强势媒体,较之书籍、报刊、杂志等平面印刷媒体有明显的优势,声像结合的传播形式使艺术信息“被置于一个由信息传播者和接受者共建共享的生动情境之中。在对信息的接受过程中,接受者不仅能够耳闻信息的内容、传播者的声调,而且可以目睹传播者的表情及相关姿势语。”^[14]实际上,影视利用直观逼真的活动影像大致可以还原面对面的人际传播,且突破人际传播的时空限制,让更广泛的受众接受信息。其次,不能简单地将影视看作是一种传播媒介,还应充分考虑到作为艺术形式的影视作品,尤其是通过文化遗产纪录片、古装影视剧及动画艺术片来再现优秀的中国传统造型艺术,这是实现中国传统造型艺术对外传播的艺术路径之一。

1. 影视的文化传播功能

作为运用视听语言传递信息的艺术门类,影视作品在传播过程中凭借其审美感染力和故事情节使观众的观念受到作品承载的文化信息影响,以一种潜移默化、寓教于乐的方式将影视文化信息传播开来。应当充分利用影视艺术的传播功能,对外传播中国传统造型艺术。目前,中国电视节目主要通过两种方式实现境外传播:一是频道在国外落地,

二是靠新闻、电视剧、纪录片等节目进入国际主流媒体的主流时段。在这方面,中央电视台总编辑罗明强调:“要借助纪录片的力量,更多地宣传文明和文化,因为这种方式更容易被国际社会所接受。”^[15]纪录片作为国际各大电视传媒常规播出的节目,是世界观众普遍接受的话语表达方式。一部纪录片要在国际流行,选题必须具备跨文化的吸引力。讲述中国历史故事的文化遗产纪录片更利于在全球发行。截止2013年6月,联合国教科文组织认定中国有45项世界遗产,仅次于意大利。其中,包括故宫、颐和园、长城、莫高窟、秦陵和兵马俑、大足石刻、苏州园林、平遥古城等文化遗产共31项是中国传统建筑、园林、壁画、雕刻艺术的瑰宝,都可成为纪录片表现的主题。由央视与美国地理频道共同制作的纪录片《故宫》(2005)的国际版就被翻译成26种语言销往160多个国家和地区。该片利用影像语言把故宫这个极具中国传统文化特色的承载物呈现给世界观众,用影像结合历史故事较为真实地将明清皇家宫殿建筑、故宫博物院藏的玉器、瓷器、书画等传世艺术精品展示出来,成为最有效传播中国传统造型艺术的电视产品之一。另外,《颐和园》《敦煌》《新丝绸之路》等文化遗产纪录片均向世界传播了中国传统造型艺术。

纪录片可以最大限度地还原中国传统造型艺术遗产的本来样貌。古装影视剧却能在更大范围的受众群产生影响,让中国水墨书画、古代建筑园林、室内家具陈设、唐装汉服等诸多中国传统造型艺术形象的认知得以广泛传播,在对外传播传统造型艺术方面有着不同于纪录片的天然优势。20世纪80年代,中国影视业在世界范围崛起,尤其以古装影视文化产品为各国所熟知。电视剧方面,从《戏说乾隆》《孝庄秘史》《雍正王朝》《还珠格格》到名著改编的《三国演义》《水浒传》、金庸武侠剧等古装剧集都曾在海外热播,迄今为止在海外市场销售最好的国产剧是历史巨制《新三国》(2009),该剧向100多个国家销售版权,海外发行超过3.4亿元^[16]。较之现当代题材,中国古装电影更易被西方所接受。早在1987年,意大利导演贝尔托鲁奇就拍摄了影片《末代皇帝》,首次将紫禁城中金碧辉煌的中国皇家宫殿带到世界观众眼前,凭借独特的东方风情该片包揽1988年奥斯卡9项大奖。2001年,华裔导演李安拍摄武侠片《卧虎藏龙》以一种西方人能读懂的东方情境讲述了一个中国武侠故事。他利用中国传统元素敲开了奥斯卡之门,获得了奥斯卡的10项提名和4项大奖。此后,中国电影古代题材的武侠片、

战争片屡次被搬上国际银幕:《英雄》(2002)《十面埋伏》(2004)《满城尽带黄金甲》(2006)《夜宴》(2006)《赤壁》(2008)等影片都给国外观众带来了不同与己的视觉体验。

文化遗产纪录片、古装电视剧和电影,都是通过作品承载的艺术信息来传播中国传统造型艺术。影视作品中恢宏的宫殿城池、古朴的民居建筑、精美的砖石木雕、华丽的传统服饰道具以及室内的字画、瓷器、家具陈设等影像本身就是外国观众了解中国传统造型艺术的窗口。与此同时,随着这些影视作品的海外热播也让越来越多的外国人带着对汉字书法、国画、建筑、雕刻等中国传统造型艺术的兴趣来到中国观光学习,进一步促进民族特色的传统手工艺纪念品等商品的开发销售,形成影视旅游的对外传播生态。

2. 影视动画的中国学派

加拿大著名传播学家哈德罗·英尼斯曾说:“一种新媒介的长处,将导致一种新文明的产生。”^[17]影视媒体与绘画艺术结合碰撞出新的艺术形态——影视动画艺术。动画源于法国,作为一种舶来品,中国影视动画一度受美国、前苏联等国影响。直到20世纪五六十年代,中国动画从剪纸、皮影、水墨画等传统造型艺术中吸取经验,才创作出一批令世人瞩目的动画艺术片,缔造了纯粹中国式动画之“中国学派”。中国学派不仅奠定了中国动画的世界地位,也为中国传统造型艺术的对外传播开辟了新路径。

以剪纸形象来塑造角色的剪纸动画片,是中国学派的典型样式。1958年开始,动画导演万古蟾摄制了《猪八戒吃西瓜》《渔童》《人参娃娃》《金色的海螺》等许多脍炙人口的剪纸片。这些剪纸片在形式上充分借鉴民间剪纸和皮影戏元素,那夸张的平面人物造型及色彩斑斓的装饰风格传到国外也颇受礼遇,在各大国际电影节中屡获殊荣。1960年,中国水墨动画片研制成功,将中国传统水墨画搬上银幕,用笔墨手段表达动画形象,极大丰富了传统水墨的艺术样式。首部水墨片《小蝌蚪找妈妈》中蝌蚪原型出自齐白石画作《蛙声十里出山泉》,片中的虾、青蛙、金鱼、螃蟹等形象活灵活现,完全传承了齐白石的笔墨气质。用动画的方式让水墨画动起来,齐白石的画有了故事情节和声像语言加入,更易被不同文化的观众接受。第二部水墨片《牧笛》是依据画家李可染的水牛牧童形象和方济众的山水画为背景创制而成。从齐白石的花鸟虫鱼到李可染的牧童水牛再到方济众的山水丛林,水墨动画的成功离不开传统水墨画。一位日本动画专业人士在京都中

国水墨动画展看完这两部水墨片后就曾写道:“能够把水墨画制成动画片,表明了中国人民对自己传统艺术有很深的感情和深刻的了解,外人只能说是‘了不起’。”^[18]剪纸片、水墨片大胆采用动画语言再现传统造型艺术,有利于中国传统造型艺术的推广。

到了20世纪80年代末,逐步走向市场的中国学派动画已不能适应时代需求——“它是手工动画,制作时间长,成本高。后来因为电视动画的大量需求,加上碍于资金,所以水墨动画越来越跟不上市场和时代的变化。”^[18]同时,美国商业动画电影和日本动画连续剧逐渐形成世界品牌效应,并不断开发衍生产品来拓展海外市场,在市场经济转型和国外动画双重打击下中国学派的影视动画式微。但这并不是说中国传统造型艺术对于动画艺术的启示作用在当代已不具备吸引力和感召力,动画艺术仍然可以从中国传统造型艺术中提炼出新的审美价值,观众依然期待具有中国传统意味和东方元素的动画产品。2008年美国梦工厂推出的动画片《功夫熊猫》,影片制作团队曾多次到中国实地考察,大量搜集中国画、水墨动画和皮影动画素材,在北京登长城、串胡同,到山西参观平遥古城,充分挖掘中国传统视觉艺术元素的基础上,结合电脑软件技术,将皮影剪纸、汉字书法、园林山水、宝塔斗拱、竹林石兽等中国传统造型艺术元素运用到场景设计中,使动画场景充满了中国画的意境。撇开影片折射的美式价值观不谈,虽然其承载的中国元素仅是流于表面,却在传播效果上更能为世界所接受。中国动画要想与国际动画产业接轨,中国学派影视动画要重现当年风采赢得世界市场,必须坚持吸收传统造型艺术精华,创造出一种既不失中华民族的传统特色,又能与他国沟通的动画艺术语言。

三、结语

跨文化传播学的创始人爱德华·霍尔指出:“文化即传播,传播即文化”^[19]。中国传统造型艺术作为中华传统文化的一部分,只有通过对外传播才能不断扩大世界影响力和辐射力。回顾历史,自汉代开辟海陆两条丝绸之路开始至明清康乾年间,中国的经济处于世界领先地位,中国传统造型艺术的对外传播也一直处于主导地位。不但“汉文化影响圈”内的亚洲诸国竞相效仿和学习国画、书法、篆刻、雕塑艺术;明清时期中国的瓷器、漆器、家具等外销艺术品还在欧洲掀起近一个世纪的中国艺术风暴;德国学者甚至将横跨欧亚的著名贸易通道命名为“丝绸

之路”……中国传统造型艺术在古代的世界影响力可见一斑。在今天,中国的经济位于世界前列,文化的输出却处于弱势。因此,除了要坚持传统的商业、

政治和文化路径对外传播中国传统造型艺术外,还必须有效地利用艺术路径实现中国传统造型艺术的跨文化传播。

参考文献:

- [1] 沈苏儒. 开展软实力与对外传播的研究[J]. 对外大传播, 2006(7):24-28.
- [2] 北京大学中国软实力课题组. 软实力在中国的实践之二——国家软实力[EB/OL]. (2008-03-06)[2013-09-01]. <http://theory.people.com.cn/GB/41038/6963009.html>.
- [3] 夏征农. 辞海[M]. 上海:上海辞书出版社, 2009:2856.
- [4] 姜今. 中国花鸟画发展史[M]. 南宁:广西美术出版社, 2001:168.
- [5] 王廷信. 艺术学理论的使命与地位[J]. 艺术百家, 2011(4):23-26.
- [6] 王建疆. 全球化背景下的敦煌艺术再生问题研究[J]. 西北师大学报:社会科学版, 2007(2):17-18.
- [7] 郑汝中. 敦煌壁画乐舞研究[M]. 兰州:甘肃教育出版社, 2002:75.
- [8] 王梦生. 梨园佳话·梨园小史·梨园丛话[M]. 台湾:广文书局, 1983:180.
- [9] 白先勇. 2008 英伦牡丹开——青春版《牡丹亭》欧洲巡演纪实(四)[EB/OL]. (2009-03-31) [2013-09-01]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_4cee40a30100co69.html.
- [10] 靳埭强. 眼缘心弦[M]. 上海:上海文艺出版社, 2002:160.
- [11] 靳埭强. 身度心道:中国文化为本的设计·绘画·教育[M]. 合肥:安徽美术出版社, 2008:190-191.
- [12] 中共中央党校学习时报社国有企业改革与创新调研组. 追求企业发展与服务社会的和谐统一——中国国际航空股份有限公司发展战略解码[N]. 学习时报, 2007-08-06(11).
- [13] 贾磊磊. 镌刻电影的精神——关于电影学的范式及命题[J]. 当代电影, 2004(6):9-13.
- [14] 徐辉. 影视媒体的灵魂——影视审美性初探[J]. 现代传播, 2006(5):82-83.
- [15] 罗明. 文化遗产纪录片的现代表达与国际传播——大型电视纪录片《颐和园》专家研讨摘要[J]. 中国电视, 2011(4):41-45.
- [16] 赵晖. 论中国电视剧“走出去”策略[J]. 现代传播, 2011(7):158-160.
- [17] 李颖. 民国时期民俗文化的传播生态及其对当代艺术传播的启示——以民间戏曲艺术为例[J]. 艺术百家, 2013(1):210-213.
- [18] 郑娜, 吴杨. 水墨动画:远去的中国“梦”[N]. 人民日报海外版, 2011-06-18(5).
- [19] Edward T H. The silence language[M]. Surbiton:Anchor Press, 1959:10.

The Artistic Channels of Chinese Traditional Plastic Arts' External Communication

ZHANG Anhua

(School of Art, Southeast University, Nanjing 211189, China)

Abstract: Chinese traditional plastic arts are urgent need to go abroad. It can use transnational dissemination activities of other categories of arts like Chinese traditional performing arts, modern art design, movie and television arts to achieve its external communication. Music, Dance, Drama and other performing arts creations draw inspiration from the Chinese traditional plastic arts, thus generating new artworks, while those derived artworks for the overseas spread, it will definitely bring the Chinese traditional plastic arts' cross-cultural communication. Modern art and design combine with the elements of Chinese traditional plastic arts, which are the other artistic channels of Chinese traditional plastic arts' external communication. We can also show Chinese traditional plastic arts through Cultural documentaries, Film and Television costume drama, Art animation and other video arts, this form easier for overseas audiences to accept. Nowadays, Chinese traditional plastic arts to expand its overseas influence should consider use the artistic channels more.

Key words: chinese traditional plastic arts; external communication; chinese traditional performing arts; modern art design; movie and television arts

[责任编辑:箫姚]