# 《白蛇:缘起》:东方意蕴的艺术设计

■文/宋 瑶 袁晓黎

国产动画电影《白蛇:缘起》从立意到情节,贯穿着对传统文化的继承与发展,为观众带来了一个极富东方意蕴的银幕世界。诚然,无论是在业界还是学界,大家都在为中国动画电影寻求发展道路,对传统文化的继承是彼此不约而同所达成的共识,同时也是国产动画在国际动画市场上进行差异化竞争,实现我国传统文化的传承与输出的必经之路。

## 一、东方意蕴的具象化表达

1.传统题材的选取与创新

《白蛇:缘起》取材于《白蛇传》,影片没有照搬原著故事,而是将叙事重点放到他们相遇之前。《白蛇:缘起》最大的创新之处就在于通过影片改变了观众以往脑海中既有的人物设定。《白蛇传》可谓是我国观众耳熟能详的故事,根据原有经典IP进行改编的影视文学作品不在少数。在过往的艺术作品当中,观众看到的许仙都是一个懦弱、薄情的人物形象,白素贞的坚决与痴情和他形成了强烈对比。而在《白蛇:缘起》这部影片中,许仙的前身许宣,摇身一变成为了一个敢于为爱情付出的热血青年。在他身上看不到软弱,许宣不顾旁人所言,有着自己独立的思想,为了白素贞宁肯放弃人身堕入妖道。至此,影片内容已经完全颠覆了观众心中对许仙的认知,从这个方面来看,《白蛇:缘起》也为500年后白素贞寻找许仙埋下了铺垫。影片结尾的歌曲与画面也对原著进行了致敬,在影院中掀起了一阵"回忆杀",但它的成功之处就在于整部影片突破了原著的束缚。由此可见,我国动画电影的创作在逐渐跳脱出对中国传统作品的依赖,在讲述东方意蕴的故事同时进行创新与发展,在满足市场的同时对中国传统文化进行着传承,从而逐步摸索出一条有利于自身发展的道路。

2.东方美学的视听风格

不可置否,我国传统文化为国产动画电影的创作贡献了丰富的创作源泉。神话、民间故事、古典名著等在题材上给予了主创们灵感,不仅如此,在视听风格上也提供了美学基础。《白蛇:缘起》中,画面除了精致唯美之外,更是将中国风表现到了极致,影片从海报的设计到电影影像呈现都带有浓郁的东方美学色彩。纵观全片,从人物造型设计到场景的打造,《白蛇:缘起》这部影片都极具东方美学意蕴。

作为讲述中国传统题材的动画电影,影片的整体风格带有中国传统绘画风格的烙印,每一帧画面都像一副诗情画意的水墨画。除此之外,《白蛇:缘起》更是通过了构图的表意性创造出影片诗意化的意境,从而为观众呈现出虚实相交的意境美。首先,大量远景镜头的使用体现出《白蛇:缘起》的空间造型意识,不管是对自然人文环境的介绍,还是对人物关系的塑造,远景的使用都呈现出一种中国传统绘画中"宁静致远"的美学效果。同时,远景的使用也是中国古典绘画中"留白"技法的外在体现,这种景别的使用往往是寄情于景,抒情与象征的作用更加显著,达到虚实相交的效果,叙事在此时反而退而其次。相比于近景系列镜头的写实,远景在刻画人物关系之时就更具表意性,例如白蛇与许宣第一次在山谷飞跃,清秀优美的风景与空中携手飞行的两人融为一体,表现出此时人物关系的轻快和谐。而在影片最后表现交战的场景,化身为巨蟒的白蛇与许宣交谈,此时人与妖被放置在一个画面当中,许宣的渺小与白蛇的巨大形成对比表现出了人妖殊途的命运,但是远景的使用反而淡化了差异与隔阂,更是呈现出了一种两人无法相拥的遗憾之感。正是得益于此种景别的运用,中国传统绘画中关于"远"的美学规则在影片中得到了转化,从而实现了东方意境的美学特点的展现。

## 二、东方意蕴的哲理化表达

1.古代哲学的体现

在《白蛇:缘起》中,老子关于"道"的哲学思想可谓贯穿整部影片。千年之后,白素贞与许仙在西湖相遇,从而展开了一段荡气回肠的爱情故事。凡事有果必有因,正是数前世的恩怨纠缠,才有了下一世的相遇。影片在单纯的叙事之外,更加注重阐释影片的文化内涵。所以《白蛇:缘起》就被放置到了一个"因"的大环境中。纵观整部影片,剧情更是在一步步对"因果"进行着诠释。许仙与白素贞的这一世的故事发生于国师太阴真君欲加深自身修行逼迫全民捕蛇开始,在这个背景之下,蛇族感受到了前所未有的压力,于是前派白蛇去刺杀国师,白蛇和许宣正是在这样一个机会巧合下相遇。更甚,影片也体现出了人与自然的和谐发展,太阴真君为了自己的私欲,逼迫民众捕蛇,这必将造成生态的破坏。在现实生活中,人们过度开发资源也尝到了一定的恶果。就如太阴真君的结局一样,多行不义必将得到相应的惩罚。所以《白蛇:缘起》虽然叙事线索简单,但都是通过因果关系进行着串联,体现出中国传统哲学的思想。除了上述提到的道家思想之外,影片在对许宣的人物塑造上体现出了乐观与豁达的老庄思想,他内心有悬壶济世的愿望,不愿捕蛇以补赋税,宁愿贫穷却活得洒脱。

2.善恶之辩的思考

《白蛇:缘起》对正邪二元对立的模式进行了解构。影片却是在讲述善恶之间的较量,但是较量的双方并不是人与妖之间的绝对对立,而是善与恶之间的较量。但是何为善,又何为恶?小白身为蛇妖成长在群体中,在蛇族里身不由己。蛇族表现上看来虽然秩序井然,但是种族间却缺少人情味。在影片的最后,蛇母为了自己甚至不惜将全部门徒作为药引,吸取他们的修行来增强自己的道行。小青可谓是蛇族里唯一的温情所在,她害怕他人对白蛇不利,主动领取任务并吞下蛇王为了控制她们而备的毒药。白蛇更是在失忆的过程中,感受到了世间人性的温暖。而由人变成妖的许宣则一直坚守着内心的善念在对"善恶"进行着诠释,正如他所言:"人间多的是长着两只脚的恶人,长了条尾巴又怎么样。"捕蛇村的人淳朴善良,可他们在国师小徒弟的蛊惑之下也有着一段从蒙昧到觉醒的过程。或许这正是影片想表达的内涵,善与恶无法用肉眼判断,只有用心体会才能得出结论,有情感、有温度的才能称之为"人",不然连妖都不如。影片最后,许宣对白素贞说:"如果世间容不下我们,我们就一起去这天地的尽头,八荒四海,总有个容身之处,我们朝夕相伴,做一对逍遥妖怪。"诚然,只要心中抱有善念,是人还是妖,又有何重要。由此可见,人世间没有绝对的善与恶,这些情节无疑引发起观众对人性的思索。

《白蛇:缘起》从内容到形式融合了多种中国传统元素,展现出了独特的东方美学价值与艺术审美品格,从多元化的角度对东方意蕴进行着凸显,这为新时期中国动画电影的发展提供了一条新的路径。

**(宋瑶女,南京传媒学院讲师,研究方向:互动影视艺术、游戏设计;袁晓黎,南京传媒学院教授,研究方向:动画设计、数字媒体艺术、动画游戏原画)**
**【课题】江苏省一级学科《设计学》研究项目**

# 我国电影文化创意产业的发展现状与未来趋势

■文/吕 倩

伴随着以科技进步为主要推手的产业融合的兴盛,文化创意产业得到空前的发展。电影是迄今为止综合性最强的一门艺术,也是图像时代最具代表性、大众性的艺术门类,其文化创意产品的开发具有得天独厚的优势和巨大潜力。然而,我国的电影文化创意产业仍属于新兴产业,虽然已经出现了一些爆款产品和成功运作,但总体上仍处于探索发展阶段,版权保护难、产品开发不及时、未形成经典品牌等问题预示着我国电影文化创意产业距离成熟还有很长的一段路要走。

## 一、全面开发,增长迅速

传统的电影产业主要依靠电影票房和植入广告获得收益,而当前,电影衍生品带来的经济收益所占比重越来越大。围绕着电影中的各种要素所开发的周边产品如玩具、游戏、服饰、游乐场等具有很强的消费吸引力。电影中创造的幻像为何会让人如此着迷,以至于在现实情境中受到人们热情的追捧,可以从鲍得里亚的拟像理论中窥见一二。鲍得里亚认为,后现代社会由于媒体的高度发达而产生意义的内爆现象,即意义内爆于媒介。这种内爆使得拟像与真实之间的界限得以消弭,各种媒体包括电影所呈现的拟像不再是对真实世界的模仿,其意义不再来自于真实世界,而是来自于自身。拟像创造了一种"超真实"。媒体所创造的世界(拟像)极度膨胀,使其充斥于人的生活世界,隔离了或者说取代了原初的世界。世界成为了拟像化的世界,它比原初世界要更加精彩、迷幻、绚丽,让人着迷。因此我们可以看到大量电影中的形象侵入到现实世界中,商场里充斥着各种光鲜亮丽的海报,各种商品打上电影、游戏的元素,电影或游戏主题的公园将城市营造成一个幻想中的乐园。这些无不证明着后现代社会中人们对拟像的痴迷。

从消费的角度来看,一件普通的商品如果加入热门电影的元素,会因为电影的人气而使其身价倍增。一个景区如果按照电影中的情景打造,会给游客带来新奇的体验,极大地提升它的游客吸引力。从目前的市场来看,电影文化创意产品主要有以下几个类别:一是围绕电影形象设计的公仔玩具、服装和各类饰品。二是电影道具的模型在线上线下销售,如《熊出没》中光头强的电锯、《流浪地球》中的复刻版飞行器、机械铠甲等。三是引入了电影元素的主题公园或旅游景点,国内众多曾支持过电影拍摄的旅游景点都在一定程度上保持拍摄时的造景,以某某电影取景地为宣传卖点吸引游客。一些影视城如横店、青岛东方影城更是成为游客们的热门打卡地。

但是,相比于美国和日本等国家已经发展成熟的电影文化创意产业体系,我国该产业的开发还并不充分。据统计,美国电影文化创意产品所产生经济收入是电影票房的两倍。在日本,电影周边产品的收入也达到了总收入的四成以上。而我国,近年来的一些电影在文创产品的开发上虽不乏亮眼的表现,但总体而言仍处于起步阶段。电影市场的主要收入仍来自于影院票房和植入广告,文创产品的收益所占比重只有一成不到。

## 二、产业链日趋完善,助力热门IP深度开发

电影文化创意产业的发展离不开电影以及相关的上、下游产业的紧密配合,一条结合度高、沟通顺畅的产业链条不可或缺。

产业链条不完善带来的负面影响显而易见,最为突出的便是盗版产品充斥市场。由于缺乏有效的行业监管和版权保护机制,目前市场上在售的电影文创产品有相当一部分是盗版。生产这些未经授权的盗版商品的厂家往往比电影发行方对于市场具有更为敏锐的嗅觉,一部电影大火,未经授权的周边产品便被迅速上线,提前抢占了大量市场。等到电影发行方反应过来,市场上已经掀起过一阵购买热潮。而且,由于盗版商品种类多样、成本低廉,其销量经常大于正版商品。造成这一局面的重要原因之一就是电影发行方市场反应滞后,未能及时满足影迷的消费需求。目前国内的电影文创产业的运作基本上是以电影大卖为时间起点,如果电影票房较高、网络话题度较高,相关产业部门才开始着手推出周边产品。这说明电影文创产品的开发并未纳入到电影产业的整体框架中。而在美国,电影周边产品的设计往往在电影正式发行前一年左右就已经开始着手,在电影的拍摄乃至剧本的创作过程中就已经将其纳入到考虑范围内,而其上市时间也往往早于电影的上映。此外,国内电影周边产品的销售渠道也不够成熟,与电影的体验环境结合度不高。美国迪士尼的周边产品绝大多数都是通过迪士尼乐园售出,而国内电影周边缺乏相应的与电影体验契合度高的销售环境,像横店影视基地这样每年吸引大量游客的景区都无太多电影文创在售。

基于以上种种情形,国内正在加速形成一条完善的电影文创产业链条,总体的产业联盟和市场格局已经初步成型。越来越多的影视企业都意识到文创产品开发的重要性,互联网和文化公司以更为积极地姿态介入到该产业的各个环节中,寻求与影视公司的深度配合。影视原创资源的发掘、设计、生产、销售的各个环节被打通。外部资金开始涌入,搭建起具有沟通上下游行业、整合各种信息的行业服务平台,建构起较为完备的行业体系,为热门电影文创产品的深度开发奠定了基础。

## 三、品牌走向系列化,经典IP持续发热

近年来,电影文化创意市场时常涌现出"爆款"产品,这一方面说明电影文化创意产业具有巨大的市场,另一方面也不难看出,这些产品各自为战,其开发具有一定的偶然性和盲目性。制造商追求的是借助电影的热度集中资源打造一款爆款产品,品牌难以形成持续影响力。电影热度消失后,与之相关的产品也随之销声匿迹。而在电影产业发达的美国,星战系列模型、漫威英雄手办、迪士尼动画角色的玩偶都是成套出现,可供开发的资源非常丰富,而且每一个资源都能开发出品类多样的系列化产品,例如针对迪士尼动画形象米奇,围绕其打造的文创产品有迪士尼乐园、箱包、服饰、玩具、生活用品等不一而足,品类丰富。而且,从上世纪三十年代至今,米奇相关产品长盛不衰,源源不断地为迪士尼公司创造着巨大的财富。可见,系列化和经典化是电影文创产业走向成熟的必经之路。

无疑,电影文化创意产业的发展根基在于电影产业。随着中国电影行业的发展,一些实力雄厚的影视公司和导演正展现出打造如"漫威宇宙"般庞大的国产IP的雄心,这将进一步推动国内电影文化创意产业链的成熟,促成文化创意产品的系列化和经典化,形成品牌的持续输出和收益,为该产业的发展创造有利条件。

**(吕倩,山东华宇工学院讲师)**

# 日本电影片名的翻译策略

■文/高红燕

在引入外国电影时,为电影进行到位的片名翻译非常重要。片名是观众了解影视作品最直观的信息来源,观众可以通过片名了解到影视作品的大致内容与基本风格,从而初步判断该电影是否符合自己的观影需要。近年来在中国商业性强、票房收入高的电影无一例外都拥有优秀的片名翻译,这些译名不仅能加强影片的宣传效果,还可以促进以电影鉴赏为目的的艺术号召功能。本文将从直译、音译、加译、意译及改写等几种常见翻译方法出发,将翻译方法与翻译理论相结合,探讨日本电影片名的翻译策略。

## 一、直译

翻译行为的背景是人们的生活环境与文化传统,电影名称的翻译中可以看到中国、日本之间的文化差异与文化交流。在翻译行为接受他国文化时,根据中国文化的语境对原有内容进行取舍和调整,可以适度消除内容的异质性。直译方法就是在保留了原片名中的韵味和特征的同时,根据中国文化语境进行细微调整的方法。宫崎骏的『もののけ姫』(1997)被翻译为《幽灵公主》,是枝裕和的『海街diary』(2015)被翻译为《海街日记》,土井裕泰的『ビリギャル』(2015)被翻译为《垫底辣妹》,新海诚的『天気の子』(2019)被翻译为《天气之子》就基本采用了直译的方法。这些直译名与原名的字段长度、涵义都较为相似,但在具体语境中可能稍有不同,需要译者添加中国文化的特征来增加亲近感,消化和调整内容。

## 二、音译

音译是一种以译音代替字意作为根基的翻译方法,大部分音译都为遵循日语外来语译名进行,即日文用片假名先借鉴源语言的发音进行表意,在日译中时再根据片名的音律找到相似的汉字。例如今石洋之导演的『プロメア』(2019)采用音译法直接按照片假名的读音,翻译为《普罗米亚》。普罗米亚在古希腊神话中是泰坦一族的神子,由于看到人类生活的困苦,帮人类从奥林匹斯山盗取了火而受到惩罚;而影片内容则是"烈焰救火队"与因突变而产生操作火焰的变种人"燃烧者"围绕火焰进行的战斗与冲突。在这种情况下,以日本IP为原作或原案的电影在高认知度的受众中传播效果较好,加之沿袭目标语言文化中的已有译名,由于在文本内外的共通性高,容易理解。但如果IP本身没有较高接受度与知名度,那么在同一语境文化中把握受众的整体需求,避免认知容易出现偏差就显得尤为重要。

## 三、加译

在原来的片名较为简单之时,许多电影也会采用沿用原剧中文片名外加副标题的加译方式,这样的加译方法在中译日时使用较多,而在日译中时多为香港或台湾地区采用。例如电影《乘风破浪》使用加译法,结合影片内容加入副标题,全称为『乗風破浪~あの頃のあなたを今想う』;泷田洋二郎的『送り人』在大陆的译名为《入殓师》,而在香港则被译为《礼仪师之鸣奏曲》,在台湾被译为《礼仪师》或《送行者-礼仪师的乐章》。这一译名是由于港台地区习惯性将入殓师称为"礼仪师","奏鸣曲"与"乐章"则对应着影片主角小林大悟在乐队解散前从事着大提琴手的职业,同时突出他在入殓工作中找到生命和谐乐章的深层思想。用加译法翻译的电影反映了目标语言方面的受众的喜好,更容易让人了解到这是一部有关某些特定内容的影片,有助于提高电影的宣传效果。

## 四、意译

电影的标题大多是根据内容原创成的重要信息文本,在进行中文翻译的过程中不仅要表达基本所指,更重要的是体现对待不同文化的调和态度,其中的语言表达、思维方式、价值观等都可以通过片名的翻译完成一次重要的跨文化传播。尤其对于大部分没有接触过原片的观众来说,电影片名所包含的电影独特的文化元素是完全未知的内容,片名的意译也是一种跨越不同文化语境文化的交流。以冈田麿里执导的『さよならの朝に約束の花をかざろう』为例,这部电影片名很长,直译可译为"在永别的早晨将代表约定的花戴上吧",台湾译名为《道别的早晨就用约定之花点缀吧》,而大陆译名则是《朝花夕誓——于离别之朝束起约定之花》。其中采用意译法的"朝花夕誓"令人联想到鲁迅的回忆文集《朝花夕拾》,充满诗歌之美,"于离别之朝束起约定之花"则以直译法补充了优美却过于简略的"朝花夕誓",这一译名是译者将日文标题中的异质文化融入目标语言文化的证明,观众不仅能在明确的译名中得到电影的具体信息,也可以大致了解影片优美抒情的风格。优秀的意译在向观众传递出作品信息的基础上,也带着追求译入语语言本身的独特美感,有着结构美、意境美等美学特征。

## 五、改写

中国和日本的文化都是高情景文化,为了在翻译电影名称时顺利进行跨文化交流,有必要考虑中日两国语言文化和电影文化的双重语境。在目标语境中没有与原语境对应的词汇时,可以根据影视作品的故事情节对片名进行一定的改写。在恐怖片『MA』中,被小混混伤害的女主角MA在长大后对曾经的仇人一一实施了报复,这部电影的中译名为《恐怖大妈》,提示了观众影片的基本类型;『サイコパスSinners of the System Case.3 恩讐の彼方に』讲述反乌托邦题材故事,剧中的未来世界通过名为PSYCHO-PASS的方法测量人的心理健康水平,并将情绪过激的人在犯罪前直接控制,这部影片的中国译名就结合了原有名称与影片内容,将其改写为《心理测量者SS3:在恩怨的彼方》,"心理测量者"指片中执行测量心理健康指数的警察,整体翻译精准到位、简明扼要。在中国文化语境中将片名信息与影片内容用明确的语言清晰地传达了出来。

## 六、袭用

在电影片名翻译中继承相关作品已有译名的方法作为"袭用"。关于"袭用",当前有很多与日本上映版本具有同样名称的电影作品,例如中岛哲也的『告白』(2010)中译名同样为《告白》,当下正在上映的动画电影《Hello World》(2021)也采用了与日本版完全相同的名称。这样的译名能在影片跨文化传播的过程中强调电影的一体感与关联性,利用影片在日本的知名度提高其在中国的关注度;"Hello World"则是程序员在学习编程或进行设备调试时著名的测试字符串,以及以字符串命名的计算机程序,它对应着男主人公直实在不同的时空、虚拟世界与现实世界中反复穿梭,寻找女主角琉璃的历程。由于中日两国在历史上进行的文化交往,日本当前的标准语言中仍在使用大量汉字,而西方语言对东方文化的影响也使得一些常用单词进入中日两国的日常交往中。袭用看似并未对原来电影名称进行更改,但决定是否要沿用原有片名的过程也是翻译人员的智力劳动,而沿用原有片名则是在对作品的一体感、连续性等既存作品特性进行充分思考的基础上,进行翻译活动的结果。

**(高红燕,齐齐哈尔大学外国语学院讲师,研究方向:日语;****补充课题:基金项目:2020年度黑龙江省省属高等学校基本科研业务费科研项目《文化自信建设背景下大学生跨文化交际能力培养》)项目编号:135509247**


# 《声屏世界》征稿启事

《声屏世界》是由江西广播电视台主管主办,被列入原国家新闻出版广电总局认定的学术期刊名单,是全国广播影视十佳学术期刊,荣获"全国中文核心期刊(1992年)"称号。《声屏世界》1988年创刊,全国公开发行。

国内统一刊号:CN36-1149/G2
国际标准刊号:ISSN1006-3366
投稿邮箱:jxspsj@163.com jxspsj@126.com
电话:0791-85861504 0791-88316904