



当下,最火、最出圈的是谁?很多人都会脱口而出:“悟空!”《黑神话:悟空》不断刷新纪录和持续火爆,已经让它不再只是一款游戏,而是成为一个现象级的文化事件。与此同时,电影《西游记之大圣归来》却口碑票房走低。同样改编自四大名著,为何有的能获得巨大成功,有的观众却不买账呢?名著改编,到底需要戳中什么?抛开产业的不同,我们从著作本身、受众心理等来一探究竟。

《黑神话:悟空》持续火爆 《西游记》再次刷屏

名著爆改 从熟悉到热爱 路在何方

《黑神话:悟空》 游戏背后的英雄梦和文化认同 玩家“看剧情都看哭了”

且不说游戏里的各种技术和让人惊叹的细节,单就情绪价值拉满、人文关怀给足来说,《黑神话:悟空》就是一次成功的爆改。《黑神话:悟空》的爆火可以说是一次圆梦之旅。在产业上,圆了中国游戏人的3A梦。从个人来说,圆了无数人自儿时心心念念的“齐天大圣”梦。

《黑神话:悟空》是第一款真正意义上的国产3A单机游戏。3A相当于电影里的大片,在游戏领域意味着开发成本高、制作周期长、投入资金多。而单机游戏,是玩家一次性购买后可以无限次地玩,不需要再付费。显然,不够有底气有财力,是不敢做3A单机游戏的。

2020年8月20日,《黑神话:悟空》发布了第一部13分钟的视频宣传片,当天播放量超过千万。从那天起,就有无数人在等候它的成功。

4年后,《黑神话:悟空》正式发布,激动的情绪迅速从游戏圈燃遍全网,用一位老玩家的话来说就是:“终于可以做一个齐天大圣了。”“做一次齐天大圣,戳中了无数人的英雄梦。哪个少年不曾有一个上天入地、来去自如的齐天大圣梦呢?通过游戏,“魂穿”孙悟空,那一刻止热血沸腾。有中年人买了游戏,闻讯而来的伙伴们迅速集结,要秒回当年凑在一起打红白机的少年时光;有从不打游戏的妈妈给儿子买了这款游戏,因为“看游戏剧情都看哭了,这种有文化底蕴的游戏应该让孩子了解”。

家国情怀、文化认同、个人梦想在此叠加,更底层的逻辑来自中国人对于《西游记》的熟悉和热爱。

四大名著里,《西游记》IP是开发最多的。主线明晰、个性生动、励志、热血、成长,这都是《西游记》IP被开发得最多的原因。多年来,围绕《西游记》有过多



次不同形式的改编。从最经典的动画片《大闹天宫》,82版电视剧、周星驰的电影《大话西游》系列到2000年横空出世的网络小说《悟空传》,2003年发行的PC网游《梦幻西游》,2015年的动画电影《西游记之大圣归来》,甚至日本的《七龙珠》漫画……这些年来,《西游记》IP反复被开发,伴随一代又一代人的成长,孙悟空的形象和故事从来没有“断过档”。可以说,孙悟空的形象是千百年来无数人共创的结果。就连吴承恩创作《西游记》也是在众多话本、传说的基础上写就的。这种先天的基因就注定了孙悟空可以有弱点的,可以是犯过错误的,可以是脾气不好的……但无论如何爆改,顶天立地、敢作敢当、不断成长的精气神一直都在,这也是千百年来大众对孙悟空形象的普遍共识。

还有人说,大多数人自发参与发声和刷屏《黑神话:悟空》促其破圈,是源于心里真的有什么想守护的东西。这要守护的东西是什么?是中年人对《西游记》的童年记忆,是年轻人对传统文化的认同。不管时代如何发展,手法如何新潮,只有坚守好这样的文化共识才是改编成功的基石。

名著改编,难在哪里? 集合名场面却难引共鸣

在《黑神话:悟空》爆红的同时,另一部也改编自四大名著的作品却是票房口碑双低。电影《红楼梦之金玉良缘》上映17天票房刚过5588万元,豆瓣评分3.6。同样改编自四大名著,为何有的能获得巨大成功,有的却不被广泛认可呢?不可否认,《红楼梦》是四大名著里文学性最高的,人性描摹最丰富、最复杂、幽微、日常,原著《红楼梦》的阅读门槛比《西游记》要高,这就注定了《红楼梦》改编更难,且不能像《西游记》一样天马行空。对于当下的年轻人来说,古代贵族府邸里的情情爱爱也远不如升级打怪吸引人,能激起的共鸣要比《西游记》少。当然《红楼梦》并非不能改编,87版电视剧《红楼梦》是历来改编中最被认可的一版,多年来被奉为经典,很大程度上在于对原著的精准还原,抓住了原著的神韵。

新版电影《红楼梦》的导演想化繁就简,抽出爱情这条主线,初衷是好的:想拍一部面向现代年轻人的青春版《红楼梦》,赋予经典名著以现代视角,以宝黛钗三人的爱情故事为主线推进故事。但问题在于呈现出来的作品什么都想抓住,于是在2个小时时长的电影里,观众走马观花地打卡了太虚幻境、宁府家宴、元春省亲、宝黛读书、宝钗扑蝶、黛玉葬花、黛玉焚稿、钗玉成婚等名场面,面面俱到,却有PPT之感。

片子的主题定为“阴谋与爱情”,对于当下年轻人来说,“爱情+阴谋”的设置像极了打开手机就能刷的短剧。短剧看的是一个反转,而《红楼梦》里的爱情结局人所皆知。这种思路不适应当下观众的观影(刷)习惯。

与此同时,虽然一千个人心目中有一千个林黛玉,但是林黛玉的形象在原著中有精准描写:“闲静时如姣花照水,行动处似弱柳扶风。心较比干多一窍,病如西子胜三分。”演员的形象气质要在这个框架之中才会让观众觉得“贴脸”。主要人物形象气质没有立住,改编就塌了一半,自然导致作品口碑低迷。

成功的改编会扬长避短

今年很火的两部剧《我的阿勒泰》和《玫瑰的故事》同样改编自文学原著,也都成功出圈。

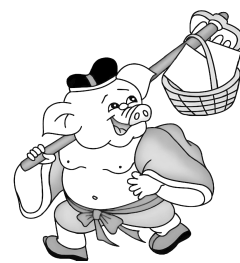
如果说《红楼梦》太大、太重不好影视化,那么亦舒作品则因为太短、太小、太没戏剧张力也不好影视化。但改编成功的作品都扬长避短了。比如,抓住“亦舒女郎”这个流量密码,从三方面下手,基本都不会差:人物姿态好看;借爱情写人生;和当代女性心理共振。加上台词简洁有力,掷地有声,特别适合当下的短视频传播,譬如:“自爱者人恒爱之,如果一味狂恋,燃烧之后剩下一堆灰。”“失去的东西,其实从来未曾真正地属于你,也不必惋惜。”可以说,“亦舒女郎”演绎成功,整部剧就成功了一大半。亦舒小说先具备各种爆点,从《我的前半生》《流金岁月》《承欢记》到《玫瑰的故事》,都对原作进行了“爆改”,但只要把握住“亦舒女郎”的外形和内核,基本就把握住了原著IP的精髓。

《我的阿勒泰》则用舒缓的节奏切中了当代人向往诗和远方的心理。通过质朴治愈的影像、轻喜剧的叙事风格,呈现了独树一帜的美学风格,掀起了“跟着影视去旅游”的潮流。有网友感慨:它的诗意与轻盈,让快节奏的我们看到了另一种人生。

对经典名著的改编,不管哪个时代、哪种形式,要成功都需要先把原著吃透揉碎,把握核心人物和精神,在细节上保持匠心,在情绪上让受众共鸣。《黑神话:悟空》也好,《我的阿勒泰》和《玫瑰的故事》也好,这些作品能获得高赞并非偶然。在游戏中升级打怪,在“野”里自由奔跑,在职场上不断成长,虽然都有童话的成分,但对于疲惫忙碌压力大的现代人来说,人生总需要一些或热血燃情或提神醒脑或松弛治愈的东西,而它们的出现就是那么刚刚好。(孙颖)



《我的阿勒泰》剧照



艺术广角

漫谈八戒形象之变

近日,国产游戏《黑神话:悟空》引发大量关注,大圣的扮相、故事的走向、游戏的场景包括配乐都可圈可点,其中另一条辅线八戒的故事也令人一掬同情之泪。不过这个八戒初看会让人一怔,他浑身黑毛、长鼻獠牙,和电视剧《西游记》(1986)里白净短发的经典形象相差甚远。八戒究竟是黑毛猪还是白毛猪?这并不是一个见仁见智的问题。这一转变,实际上体现了中西交汇对中国畜牧业,进而对中国艺术产生影响的过程。

《西游记》的原文中猪八戒“黑脸短毛”“嘴脸像一个野猪模样”。第十八回《观音院唐僧脱难 高老庄行者降魔》中猪八戒登场,就是一个典型的黑毛猪。“初来时,是一条黑胖汉,后来就变成一个长嘴大耳朵的呆子,脑后又有一溜鬃毛,身体粗糙怕人,头脸就像个猪的模



明代内务府彩绘本《西游记》,八戒是脑后长鬃毛的长嘴黑野猪,沙僧是黑面小和尚,而不是后来的络腮胡子的头陀

法和风格,以中国风景、风物和人物为创作对象用于对外贸易的洋风画,一般称其为“外销画”或“贸易画”。“外销画”中有一个类别为通草画。英国社伦大学东方文化博物馆现藏一幅通草画《戏曲人物之西游记》,创作时间为1820—1900年,该作品长11厘米,宽6厘米,创作地点为广东。该画是一张八戒单人像,猪头人身,光头无帽,上身穿戴蓝直裰,腰间系着绿色搭膊,下身穿粉红束脚大裤,脚蹬黑色千层底老布鞋,一手倒执九齿钉耙,一手握拳放于胸前,引人注目。他耳鼻皆粉、全脸洁白、生有绒毛,这正是“约克夏”“大白猪”的典型特点。

但此时白猪还不是主流,所以才会出现1927—1960年的影视剧、地方戏里八戒仍然是黑猪的情况。

第二次改变是在20世纪五六十年代,我国引入“苏白猪”与东北母猪进行杂交二代,最后育成“哈尔滨白猪”,成为我国优良猪种之一,推广到全国20多个省、区、市。这次大型的猪种改良之后,国内常见猪便成为“白猪”。“文变染乎世情”,在电视剧《西游记》(1986)、《春光灿烂猪八戒》(2000)、电影《大话西游》(1995)、《西游降魔篇》(2013)、动画片《西游记》(1998)中,白八戒一统荧幕。

第三次改变就是2024年的《黑神话:悟空》,重启传统文化基因,八戒回归“黑猪”形象。

《黑神话:悟空》中八戒的感情线,融合借鉴了电视剧《西游记》(1986)和电影《大话西游》的优良,又有所创新。在外形塑造上回归了中国《西游记》小说原文,说唱文学及壁画和绣像中黑猪的传统。《黑神话:悟空》站在本土资源基础上,挖掘中国神话体系,文化出海,风靡世界。

《黑神话:悟空》除了主体情节外,还采用了很多传统文化因素,引发我们的文化共鸣。音乐采用《云宫迅音》,场景广泛采用中国历史古建筑,仅山西就借鉴了27个景点。《黑神话:悟空》的成功,说明了中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,在具体实践中确实大有可为。(张惠)



英国社伦大学东方文化博物馆藏《戏曲人物之西游记》中的猪八戒

样。“孙悟空变成高小姐要收服他时,所见也是“黑脸短毛”的模样。

现存的说唱文学及绣像、壁画等文物资料中,猪八戒也是黑猪。《说唱文学《唐僧取经》里指明他是“野猪”,“浑身长的是铁黑毛”。子弟书《高老庄》中的他“满面乌黑”;《撞天婚》中是“黑毛脸”;《盘丝洞》里反复被染其为“黑和尚”“一身黑肉”,好像“铁壳油黑大秤砣”。牌子曲《收沙悟净》里同样说八戒是“黑和尚”。朱鼎臣本《唐三藏西游释厄传》绣像、明代陕西韩城大禹庙《西游记》壁画中,八戒也都是以“黑猪”形象示人。清代康熙间敬业堂刻本《绣像西游真诠》中八戒头须生有粗硬的刚毛,精细照应了《西游记》原文的“猪刚鬃”的“脑后鬃长排铁箭”。

20世纪60年代之前的影视作品中他依然是黑猪。如1927年国内第一部西游电影《盘丝洞》和1960年拍摄的绍剧电影《孙悟空三打白骨精》中,八戒都黑得锃明瓦亮。

那么,八戒为什么是黑猪,是什么时候变成白猪的?现在怎么又变回黑猪了?

第一次改变是在清代广州一口通商时期。

18世纪中后期,华南口岸以广州为中心出现了仿照西方绘画技



20世纪60年代张树德绘制连环画《猪八戒娶媳妇》中的猪八戒



甘肃简牍博物馆荣获第十届“博博会”两项大奖

8月26日,第十届“中国博物馆及相关产品与技术博览会”颁奖仪式成功举办,甘肃简牍博物馆作为参展单位,荣获最佳展示金奖、社教活动“笔下生辉、齿齿成文”荣获最佳教育展示案例奖。

本届“博博会”,主题为“博物馆高质量发展:教研并重·数实融合”,共有

552家博物馆及相关企业参展,展览总面积超过50000平方米。甘肃简牍博物馆展馆位于3号馆,展位面积108平方米,展馆设计以汉元素为背景,配色以黑金为主,采用圆的建筑形制,极简的东方式设计语言尽显汉文化的儒风大雅,展区分为宣传推广区、仿制馆藏文物展示

区、文创展示区、研究成果展示区,四个展区集中叙述了丝路古道万千故事,呈现了如今简牍文化的繁荣发展。

宣传推广区

以播放宣传片、发放导览手册的形式,介绍了甘肃简牍博物馆基本情况、四大基本陈列概况、《简牍探中华》甘肃简牍博物馆参与录制的精彩片段。

仿制馆藏文物展示区

共展出甘肃简牍博物馆馆藏文物近20件,其中包含一级文物《元致子方书》,以及其他珍贵文物,如:天水放马滩木板地图、悬泉里程简、塞上烽火品约等最具代表性的“明星简”。

文创展示区

展示了以“大道至简”“永年”“字有

声”为IP的文创产品数十余种,包括永年漆器、汉字有声·便携茶具、手帕、帆布包、简龙玩偶、羊绒围巾、马克杯等。此外,甘肃简牍博物馆主题邮局“悬泉驿”也精彩亮相,展出明信片、邮折、集章册、邮票卡等,带领观众回溯千年前的古代邮驿、烽火传信,为古今对话搭建桥梁,让观众近距离体悟简牍文化的深厚内涵。

研究成果展示区

近年来,甘肃简牍博物馆不断推进对馆藏文物的整理出版工作,此次展出了《天水放马滩秦简》(居延新简集释(七册))《玉门关汉简》《敦煌马圈湾汉简集释》《肩水金关汉简(五册)》《悬泉汉简(三册)》《简述中国·全国简牍书法作品集》《简述中国·甘肃简牍博物馆精品文物图录》《丝绸之路简牍赏析》等图书28册,多种方式系统阐述简牍综合价值,吸引大批观众驻足参观。(甘简)



最佳展示金奖