



## 當影視娛樂「台味」十足

2016-03-13 記者 吳維倫 文



在二〇一六年二月上映的迪士尼動畫電影，【動物方城市】（Zootopia），描述在沒有人類存在的世界中，各類動物在高度進化後得以和平共處，但是在心中卻又對彼此存在著偏見。因為劇情引人深省，動物間的互動十分逗趣可愛，吸引了許多的觀眾前去戲院觀賞。然而，卻有網友認為，本片的中文翻譯團隊，並不尊重原作，在翻譯時，並沒有好好遵照原劇本，恣意地進行二創，讓整部電影原味盡失，此言論一出，也在網路論壇上引發了論戰。



《動物方城市》的在地化翻譯引起許多網友的討論。（圖片來源／宅宅新聞）

### 是改編或竄改？

【動物方城市】在翻譯上的爭議層面主要為片中的人名翻譯與台詞設計的二次創作。片中許多角色名稱被翻譯成台灣名人的諧音，如獅子市長被翻作「獅明德」、羊羚歌星被翻作「志羚姐姐」、水賴太太對自己先生的暱稱是「賴密特」等，在台詞設計甚至出現了劇中完全沒有出現的角色「趙藤熊」。有網友認為人名翻譯的二創太過勉強，譯名與片中的角色人物性格並不相符，當看到這些名字時，反而容易聯想到現實人物的所作所為，不容易將此名字與劇中角色做連結，最終影響觀影體驗；此片翻譯的第二個爭議點，則為劇情中的台詞設計，在原版中一個關於駱駝懷孕的笑話，被改成與動物無關的笑話，劇情中許多說「你完蛋了！」或「你死定了！」等橋段，台詞則幾乎一律被改成了網路用語「你GG了！」，使平常較少接觸網路用語的閱聽眾無所適從。

但負責此動畫中配字幕的「魯蛋叔叔聲創工作室」則提出澄清，認為他們的工作是改編對白，並非翻譯。工作室在接受此動畫的改編時，將自己的角色定位成造型設計師，依據迪士尼為了讓本片可以符合台灣在地文化的要求，禁行二次創作的改編，工作室認為，改編是一種藝術，自然無法滿足所有觀眾的需求。

事實上，「魯蛋叔叔聲創工作室」參與了非常多外國電影或動畫，在引進台灣時的在地化改編，例如【阿公歐買尬】（Dirty Grandpa）與【辛普森家庭】（The Simpsons），【阿公歐買尬】一片在改編前充滿了美國文化的名人梗，在片中提到的胖女黑人明星「皇后拉蒂法」（Queen Latifah）在台灣的知名度並不高，觀影民眾很難在腦袋中勾勒出角色形象，因此工作室將提到此角色的台詞改為台灣女星小甜甜，讓不了解美國名人的觀眾能夠輕易了解角色要表達的意義。而【辛普森家庭】的改編幅度更是巨大，將故事中所有有關美國文化的事件與元素都盡量置換為台灣文化，例如原本故事發生的地點是在美國常見的小鎮名「春田市」，而台灣進行中文配音時，則將城鎮名改為「內糊」，內容許多暗諷美國時事的玩笑話，在進行台灣版的重新編製時，也會適時的將字幕內容替換，加入台灣新聞中出現的食安風暴、文創園區、柯文哲當選市長等事件，讓台灣民眾能夠在觀賞此動畫時，能夠讓故事中發生的事情與自己產生共鳴。

媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 蘇格貓底二手書屋
- 文化產業 何去何從
- 修復時代記憶 老屋新生命
- 慢生活 小鎮逆轉勝
- 當影視娛樂「台味」十足

#### 總編輯的話 / 趙廣絮



《喀報》第兩百三十四期共有30篇稿件，其中特殊媒材包含資訊圖表7則、動畫2則。

#### 本期頭題王 / 林湘芸



我是林湘芸，時而很感性，時而很理性的雙魚女。喜歡和校狗玩。看似瘦弱但其實很能吃，缺點是吃東西很慢。希望能用自己的力量，為世界帶來一點點的改變。

#### 本期疾速王 / 王雪琪



王雪琪就是我，不是土生土長的台灣人，南洋那裡有個地方叫做馬來西亞是我成長的地方。每天認真過日子，對生活的態度簡簡單單。喜歡就喜歡，該做就做，認真時就該認真。基本上沒在做很重要的事時，基本上思考能力都是...

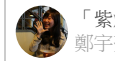
#### 本期熱門排行



慢生活 小鎮逆轉勝  
麻復暄 / 文化現象



修復時代記憶 老屋新生命  
唐宜嘉 / 文化現象



「紫爆」來襲 空汗知多少  
鄭宇茹 / 文化現象



文化產業 何去何從  
林謙耘 / 文化現象



流行歌曲面面觀  
吳和謙 / 樂評

《辛普森家庭》時常會使用最新的台灣時事設計台詞。(影片來源/YouTube)

## 文化差異與在地化

現今的社會資訊流通十分快速，大眾常常能夠接觸來自世界各國的影音，但這並不代表大眾可以毫無障礙地接受外國文化的影視內容。事實上，大部分的影視內容在語言、美術風格、故事傳達的價值觀與音樂等，都具有地域性與民族性，因為文化上的差異，當影視內容傳遞到其他國家時，當地的居民並不一定能夠完全瞭解，以印度寶萊塢(Bollywood)的歌舞片為例，片長往往超過數小時，而其中大部分的內容皆是載歌載舞的片段，台灣觀眾往往難以接受這樣的拍攝手法，因此雖然寶萊塢一年產製的電影量驚人，但卻鮮少引進台灣。而為了避免因為文化差異所造成閱聽大眾的在體驗上的差異，許多全球化的影視內容都會進行修改或是增加，以符合目標行銷市場的在地文化。

現今風靡全台的韓國電視劇，在一開始引進台灣時，電視台業者歸納出符合台灣觀眾喜愛的影集特色，找出台灣人與韓國人的共同價值觀，像是傳統孝道、婆媳問題、女性復仇與麻雀變鳳凰等議題，避免涉及韓國歷史或者是黑道爭鬥的劇情，讓台灣人能更容易接受。確定引進後，還必須要重新剪輯、編修母帶，在適當的片段加入受台灣人喜愛的回憶片段，去觸動觀眾內心的感動與情感，或是加入自製的小單元，若戲劇的內容有關於韓國歷史，電視台會以歷史小單元來介紹韓國文化，增加觀眾的理解，減少排斥感。

除了電視與電影的內容需要在地化，其實許多的遊戲在打入外國市場時，也會需要在地化，像是免費線上卡牌遊戲《爐石戰記：魔獸英雄傳》(Hearthstone: Heroes of Warcraft)，遊戲以美式風格為主，但是其為了推廣台灣市場，遊戲公司需要將遊戲內的配音重製，讓角色的語音符合台灣玩家的想像，如流氓角色以台語講述台詞，遊戲內的註解的雙關部分亦須重新翻譯以符合中文的雙關。而韓國線上遊戲《楓之谷》(MapleStory)，在成功進入台灣後，為了更貼近台灣人的生活，創造了許多專屬於台灣的特殊地圖，如：西門町、阿里山、台北101。透過以上種種策略，廠商方能減少不同文化間市場的差異，提供大眾都能接受的娛樂內容。



《楓之谷》推出西門町地圖貼近台灣玩家的生活。(圖片來源/密技QA網)

## 看待「台味」

如今是全球化的時代，隨著不同文化的交流越來越頻繁，這些原本是外國產製卻充滿「台味」的影視娛樂必然會越來越多。外國公司願意為自己旗下的影視娛樂產品，進行專屬於台灣的在地化，代表著對於台灣市場的重視，只要在地化的結果，不會過於喧賓奪主，或是嚴重曲解原本的

劇情，這些「台味」的影視娛樂的初衷便是希望能讓大家一起同樂，過於挑剔其中人名或是台詞的設計恰當與否，反而會失去了「娛樂」的意義，閱聽大眾應以更包容與友善的態度看待這些有「台味」的影視娛樂，若真有改編不當之處，也應理性溝通，而非在網路上恣意謾罵，打擊努力把影視娛樂融入台灣文化的工作團隊。



#### 渺渺 國片愛情電影的影子

◀ 用《渺渺》一片，來探討台灣國片在愛情劇的安排與困境。

#### 建築奧秘 窺探人類文明



▶ 《建築與人生》由建築史專家湯姆·威金森所著作，透過十種不同角度，將建築與人類緊密結合。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2016 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0