

走出創新路 布袋戲不服輸

2011-03-20 記者 王雅涵 文



大小S姊妹：「進電影院看布袋戲的人都是神經病。」

這是大小S姊妹於2000年在節目上的無心之語，如果曾經轉到專播老片的電影台，或許無意間收看過《聖石傳說》。它是一部裡面只有一堆非真人的戲偶領銜主演，從頭到尾更只有一位配音員配完全場男女老幼、不分正邪所有角色的電影，更別提在慘淡的國片市場中竟有痴人自籌數億資金，籌劃三年拍攝製作推出，甚至強勢地與《玩具總動員2》撞期同天上映，這可是在2000年，距離《海角七號》帶動「因為有您國片起飛」的熱潮還有整整八年之久。

布袋戲 從艱困中茁壯

但是由一個戲棚搭起的舞台便可演遍天下，到可以走上像電影這種耗時間、資金的演出並非一蹴可幾。台灣布袋戲源於中國福建省，主要流傳於東南沿海一帶，由早期室外演出的野台戲、戲團內表演的內台戲，至1960年代後與時漸進改變的金光布袋戲、電視布袋戲，每一個時期或為了容於當時統治者的想法，或為留住觀眾的目光以求新求變，各自呈現不同的面貌，從日治時期傀儡們被迫穿上和服、改說日語，宣揚大和精神的皇民劇，至國民政府時期對民間傳統藝術的抑制，以「妨礙農工正常作息及兒童教育」為由禁播。電視普及化後已經改良過的布袋戲有過收視率97%的輝煌成績，也有保守派的戲團現今仍然不放棄日益凋零的野台戲，這個「傳統」戲曲一直單打獨鬥地尋找屬於自己的路。

儘管對傳統戲曲的沒落與忽視由來已久，也許野台戲前景已經不看好，但是對霹靂國際多媒體而言，布袋戲這塊領域還有許多待開發之處，譬如說不想只將台灣視作唯一的市場，所以電影便是他們為了進軍海外的第一步，因為由1985年承父執輩那裡來的史艷文光輝開播以來，儘管黃強華、黃文擇兄弟也創造出許多屬於他們的角色，但是，不間斷地一檔接過一檔、一集接過一集的霹靂系列電視劇，反而會造成同時之間角色過多、劇情上無法銜接的困擾。因此當一氣呵成、主線單一的電影在台灣當時創下不錯的佳績後，立刻瞄準海外，首選自然便是文化上較為接近的日本和中國大陸。

傳統創新 並肩行

有別於傳統的創新作品《火爆球王》（Fighting For Globe），嘗試以國語配音，口白更罕見的動用多人擔綱，人物服飾已不盡全是繁複的古裝，髮飾、髮髻或冠帽被拿除甚多，甚至出現吧台、撞球桌等現代場景，本該代表傳統一方的民間戲曲卻大膽地捨棄慣用的木偶造型，展現追求現代時裝的創舉，劇情更是天馬行空，宛若電影《阿凡達》一樣，地球人為找尋自己生存的空間而侵略他人的星球，並進而展開一場殘酷的生命淘汰賽。此外，本身即有一組固定編劇部門的霹靂也曾經和其他業者合作，改編自香港知名漫畫家黃玉郎的作品《天子傳奇》的同名影集，以商朝末年暴虐無比的紂王和亂政的姐己為始，結合封神榜中的眾多神話與真龍天子姬發命中注定成王的歷史史詩，這次港式武俠風倒是霹靂宛若天作之合般毫無違和感。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



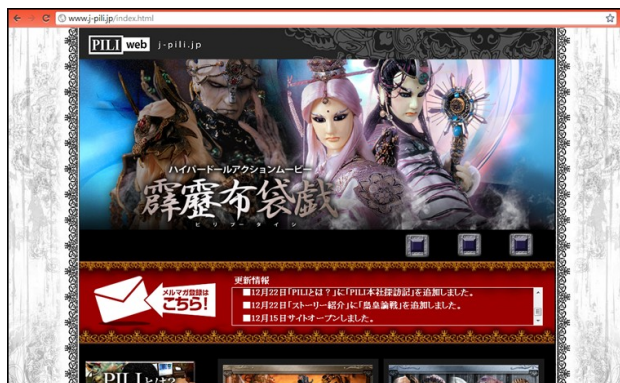
左圖為時裝劇《火爆球王》，右圖則是改編自港漫的《天子傳奇》。

（圖片來源／霹靂網）

不過真正維繫霹靂布袋戲命脈、牽動廣大戲迷的心，還是每部都以「霹靂」為開頭命名的劇集，從最早期的《霹靂金光》至近期的《霹靂經武紀之梟皇論戰》，每部都約莫40集上下不等，目前已累計一千六百餘集，以平均每週固定出版兩集的速度維持其等同長青劇的。在早期，戲迷得仰賴傳統錄影帶行的通路，至2009年9月後，現已全面轉移由便利超商代理出租的業務，電視台也同時播放各兩部進度稍微落後的劇碼。

語言文化差異 海外市場有待突破

而這最具有競爭力、有廣大戲迷口碑掛保證的影集，也曾勇敢地嘗試前進海外市場，首戰便選在全球影視業牛耳的美國，此次試水溫的作品原本每集一個多小時的影片被剪輯成半小時後，再重新配上英語以及嘻哈樂於卡通頻道播映，這次的出手讓霹靂鐵羽而歸，美國代理商在不重視原始文化的精神下，強行大幅變動後也沒有討好美國本土的觀眾，當然連台灣戲迷也直呼難以接受。



日本官方宣傳網站。（圖片來源／j-pili.jp）

沉寂一段時日後，這次他們改想要征服的是日本人的心。日本倒不如美國市場那樣一片荒蕪，至少曾經代理過一部《霹靂圖騰》，儘管改為日語配音，傳統上一人飾多角的配音特色似乎到哪都會碰壁，但是起碼劇情、背景音樂未被刪減過，別具特色的口白、詩詞儘管經過翻譯後雖會失真，至少也是照實演。霹靂一直在求新求變，也不畏跳出所謂傳統的窠臼，但是有時為了迎合更廣大的市場，無形中刪減的東西也許正是台灣戲迷眼中的精華，雖然無論翻譯、語言文化的隔閡比起太平洋另一端的那個國家已經少很多了，但是台灣的布袋戲想要打入日本人的市場時得先用日本人的語言來解釋一番才行，這被歸類成台灣的「人形劇」、「特攝片」，最後能不能如霹靂多年來的心願一般打入國際市場，受日人青睞仍有待觀察。

文字繪畫攝影 布列松之眼



紀載布列松一生精華文字，扼要道出布列松於新聞攝影的價值觀與性格。

