

Discussion on the Sprouting Expression of *Shanhaijing*

Xu Gao

Art College of Panzhihua University, Panzhihua, Sichuan, 617000, China

Abstract

This paper explores the cute culture, analyzes the impact of the development of cute culture on society and life, and uses *Shanhaijing* as the main carrier to analyze the specific embodiment of cute culture in the specific life world. Explore the sprouting expression in *Shanhaijing* focuses on analyzing the performance of the adorable *Shanhaijing* from the aspects of story scripting, character design, communication design, etc. The story script is created based on the original *Shanhaijing* mythology, and the characters are designed based on the mythological prototype, reflected in the actual reading needs of people in the We media era.

Keywords

Shanhaijing; sprouting; performance

论《山海经》的萌态化表现

高旭

攀枝花学院艺术学院, 中国·四川 攀枝花 617000

摘要

论文针对萌文化来进行探讨,分析萌文化的发展对社会和生活所带来的影响,并以《山海经》为主要载体,分析在具体的生活世界中萌文化的具体体现。探究《山海经》中的萌态化表现,着重从故事脚本、角色设计、传播设计等方面来分析萌态化《山海经》的表现。以《山海经》神话故事原作为创作故事脚本,根据神话原型来设计角色,体现在自媒体时代下人们的实际阅读需求。

关键词

山海经; 萌态化; 表现

1 引言

《山海经》是中国重要的文化瑰宝,是老祖宗为我们留下的艺术宝藏,为了发掘《山海经》中蕴含的艺术价值和文化价值,我们需要重视《山海经》,并将其以新型艺术形式来传承文化。萌文化作为现阶段中国青少年群体中十分流行的文化之一,已经在多年的发展中走进了寻常百姓的生活之中,所以将《山海经》与萌文化结合起来可以更好地学习其内涵,并将其传承,论文以故事脚本、故事角色和传播三个方面的表现进行探讨。

【作者简介】高旭(1980-),女,中国山西忻州人,本科学历,讲师,从事数字媒体研究。

【基金项目】《山海经》图像类别与当代动画角色模型构建美学理论体系研究(批准文号:17CZX066)。(国家社会科学基金项目)

2 萌态化的内涵

2.1 萌文化

萌文化就现阶段来说并没有一个准确的定义,其既可以去描述一类物品,也可以去描述一种行为。例如,哆啦A梦、蜡笔小新的人物形象是萌文化的一部分,而愤怒的小鸟、保卫萝卜这类小游戏也是萌文化的一部分。可以说,萌文化是具有一定吸引力的文化,可以传递出更多的视觉信息,这些信息并不需要接收者能有多么高尚的审美或是内涵,而更像是一种具有青少年气质的文化衍生物。萌文化没有既定标准,也不会有一系列的规定来束缚众人。人们既可以用“我不想哦”这类词来表达情感,也可以用“讨厌了啦”来委婉的表述,这就是萌文化的魅力所在^[1]。

2.2 萌文化与山海经

现阶段的《山海经》插图大多都是明清画家或者民间画工的作品,其历史距离现阶段并不长,但是针对不同版本的

山海经插图进行研究之后可以发现其各自之间有着一定的联系,很多版本都存在相似的问题,这就意味着很多画家是遵循着一个母本来临摹的。正因为《山海经》缺乏多样性的插图,在阅读的过程中无法更好地体现其文化价值,也无法迎合当下年轻人的口味。通过萌文化将《山海经》中光怪陆离的神魔鬼怪动漫化、可爱化、萌化,使这些人物形象能以一种新的视角去切入并被了解。当然,萌文化影响《山海经》的重点并不只是插画的形象问题,还可以从故事情节和人物创作方面入手。例如,夸父在不停地追逐下依然没有追上太阳,为了能体现夸父的萌态化,可以在这段故事中添加上“爸妈叫我回家吃饭”“我好累呀,好想喝可乐摊沙发”等情节,使情节上更具有萌感,人物形象也更加可爱。

2.3 《山海经》萌态化的研究意义

中国作为具有五千年历史的大国,在漫长的历史岁月中诞生出了许多璀璨的文化瑰宝,而《山海经》作为远古时期重要的著作保留了大量的神话故事和神话人物,也是人们了解历史、文化、中国古代传说的重要依据。通过萌态化可以更好地促进年轻人们了解《山海经》,体会《山海经》中的文化价值和文化内涵,了解中国神学独特的价值,使中国的传统文化可以进一步得到发扬^[2]。

3 故事脚本设计

由于萌文化的特点,在《山海经》中萌文化的体现可以以原故事为基本脉络,添加无厘头的设定来达到幽默和萌趣的效果,使《山海经》中的形象能鲜活生动,这也更加符合现阶段网络快速传播的需求,论文选取《山海经》中“夸父追日”的故事进行改编。

为了能追到族人们所夸赞的太阳姑娘,夸父早已在心里下定决心一定要能追上太阳姑娘,所以在太阳姑娘离大地最近的时候,夸父开始追赶太阳,历经千辛万苦追着太阳姑娘直到禺里,终于夸父追上了太阳姑娘,但是由于追的太远而没顾上休息,夸父累倒在了和太阳姑娘相见的一瞬间。

改编后的故事与原作中的故事内容已经不再相同,在立意上甚至可以是相差甚远,但是故事的创作却与《山海经》原作有着千丝万缕的联系。可以说,在原作中其实就很萌,夸父族的人每天都会有四条蛇相伴,就好像是人们的坐骑;刑天战神以双乳为眼、肚脐为嘴,脑袋没了还能继续战斗下去。在古人神奇的想象力下,神怪们的故事更加具有浪漫色彩,

也保留了古人们对于这个世界的一份天真,这与现下人们理性的做事方法形成鲜明的对比,很明显人们也更加需要这份萌态化、浪漫化的想象力。

4 角色设计

在《山海经》中对于夸父、氏人、开明兽、马身龙首兽、刑天、并封等都是言语描述或者是股本插画,而《山海经》的萌态化可以借助这些经典形象来进行改变和再创作,创造出全新的任务形象。例如,在原作中的夸父的形象十分高大,是一位高大威猛的巨人,其手中时常把玩这两条黄蛇,同时还有两条黄蛇在其耳朵中进出,其长相十分恐怖和狰狞。介于原著中夸父的形象过于狰狞,不符合萌态化的核心,所以在其改编时为了能贴合上述脚本中夸父的形象,可以设计成具有蠢萌外表的萌态夸父:活泼且可爱的青少年,轻熟但是没有完全脱离稚气的形象。而夸父的脚下可以布满祥云,手中黄蛇的设计可以采取大眼、软磷、团聚的形式来萌化,减少蛇的狰狞感,增添可爱感。整体上看通过驾云的动作来体现夸父追日的情节^[3]。

当然,《山海经》中还有其他的形象,由于《山海经》中对神怪们的描写与萌态化的要求相去甚远,所以可以通过动态插画的形式,将书中描写的样子作为骨架,运用夸张的手法来进行创作。为了增添趣味和萌味,可以采用暖色调,对局部微小的地方进行调整,体现这些人物的萌态。例如,对女媧和伏羲人首蛇身的形象进行改变,将两位交缠在一起的状态设计成玩闹,为伏羲和女媧添上发髻,使其看起来更具可爱感。又比如对战神刑天的设计中,为了体现其萌态感,可以将其断开的头颅、四肢模糊化,并将其双乳、肚脐进行柔软化,减少棱角和线条,通过柔软的线条来增添亲近感,将其设计成憨态可掬的样子,并卡通化其武器,使刑天能更加的具有萌态^[4]。

5 传播设计

众所周知,萌的概念出自动漫领域,而日本则是动漫产业的发源地与主要输出地,在动漫文化向全世界扩散的过程中,萌文化也在不断地输出,并伴随着互联网和移动通讯的发展有了非常广泛的传播效果,其影响也更具深度和广度。可以说,萌已经不仅仅是动漫的专属词,更多的是成为人们常用到的一类形容词。在现代媒体下,人们更加注重参与性

和互动性,这也是萌文化发展的方向,所以在此新时代下,传播的设计方式更加多样,从简单的绘本、动态绘本到动态漫画等,以纸质书、动画、自媒体等都可以有效的为《山海经》萌态化提供平台,这也更加符合当前大众更加期盼新鲜事物的心理。通过与人们想象中具有极大反差的人物形象和故事情节来吸引读者们的注意力,使读者能进一步去阅读作品。当然,在移动通讯如此发达的年代,可以通过将绘本、漫画搬到移动设备上来进行推广,例如将人物形象制作成表情包。在多种形式的展示下,萌态化《山海经》将得到更好的传播效果。

6 结语

综上所述,论文探讨了关于《山海经》萌态化表现的三

个要点。可以说,萌文化虽然是一种外来文化,但是却在中國有着很深的基础,这种文化形式也有较长的生命力,将其与《山海经》相结合正可以有效的传播其文化价值,而将《山海经》萌态化也可以更好地体验神话故事和人物的精神内核,具有较好的文化意义。

参考文献

- [1] 蒋成成.论山海经的萌态化表现[D].济南:齐鲁工业大学,2017.
- [2] 杜艺帆.数字绘画与传统绘画的设计比较研究[D].西安:西安工程大学,2019.
- [3] 李川.《山海经》神话记录系统性之研究[D].桂林:广西师范大学,2006.
- [4] 李牧.论《山海经》的色彩系统[J].文化遗产,2019(01):90-100.