

## 《铃芽之旅》：新海诚困于“纯爱”的现实表达

□李雨心

当电影《铃芽之旅》的票房达到5.75亿元时，意味着该片的票房成功超越了前作《你的名字》。不仅成为中国影史上票房最高的日本动画，更刷新了新海诚在中国的票房成绩。《铃芽之旅》成为2023年清明档的票房冠军，更连续13日问鼎单日票房第一。可见，此片的“叫座”之势已然凸显。

作为新海诚“灾难三部曲”的收束之作，《铃芽之旅》的票房显然已经独占鳌头。但从口碑看来，新作势头虽猛，但难以超越《你的名字》。高达8.5的豆瓣评分。在网络中，对于这部作品的口碑也是两极分化，有“N刷”的观众大呼被感动落泪，也有网友吐槽不断，认为“比《你的名字》差多了”。

其实细看之下，《铃芽之旅》所面临的争议和口碑分化，不管是《你的名字》还是《天气之子》，都走过相同的历程。在“每一帧都能截屏当壁纸”的画面风格和“一听就想循环播放”的音乐插曲中，新海诚作品的叙事脉络和人物逻辑仍然颇受争议，难以靠画风音乐的好评来完全抵消。

为何到了“三部曲”之终，新海诚的作品依旧规避不掉在前作中已被频繁诟病的缺陷呢？显而易见，延续了新海诚的“纯爱”风格，《铃芽之旅》依然是青春向的爱情叙事。影片中，男女主在偶然之间产生命运回环的纠葛，无意之中踏上关闭灾难源头之门的旅程，在相处的过程中逐渐心生好感，但又需面临“拯



我出发了。

《铃芽之旅》海报

救众生”的抉择。这样的剧情发展和感情推进，在新海诚的作品中早已“见怪不怪”，《你的名字》和《天气之子》都能看到如出一辙的设置。

其实，作为新海诚打磨三年的作品，也是“灾难三部曲”的最终曲，不难看出《铃芽之旅》有更大的野心。譬如，全片故事的创作背景来自2011年“3·11日本大地震”，女主角铃芽的整段旅程也贯穿了日本近年来5个发生过重大地震事件的城市，可以看到新海诚在片中投入了更为深度的社会关照。片中所探讨的自然灾难后形成的亲情关系，还有重现发生灾害之地曾

拥有的幸福平和，以及每一次的“闭门”都是与过去伤痛告别的设定，都可见新海诚想要在作品中刻画更为现实的社会议题。

从这一点来讲，新海诚似乎是进步的。因为相比前作将较多的篇幅用于男女主感情升温的展示，在《铃芽之旅》中，花了更多的笔触描述灾难带给人的伤痛，展示如何与苦痛“握手言和”，表达经历劫难后仍要对未来保持生命的热情……借用网络中的流行语，新海诚在这部作品中“格局”更为打开了，故事的内核更得到了“升华”。不再只是沉溺于“纯爱”式的青春爱情描摹的故事片，更是折射社会关怀、具有现实主义的动漫作品。

可新海诚毕竟是新海诚，其自然也放弃不了爱情故事的讲述。在《铃芽之旅》中，可以说最大的争议也是男女主情感线的发展。在长达两小时的片长中，男女主情感线的刻画过于草率和突兀，在观众都还未觉得两人有爱情的“苗头”时，突然彼此就“生死相许”了。此外，连片中推动主要剧情发展的猫咪“大臣”，其动机刻画和在逻辑到最后也未完全交代清楚，让不少观众一头雾水。

无法放弃的“纯爱”叙事，和又想兼顾对社会现实议题的深度刻画，新海诚似乎并没有找到一个完美的平衡点，让两者之间达到更好的呈现。但同时，新海诚新作中折射的对生死议题的思考，以及美好生活治愈伤痛的表达，倒也不辜负该片成为“灾难三部曲”的票房之首。

## 该给影视剧取个好名字

□胡祥

近日，《向风而行》《纵有疾风起》《去有风的地方》《风吹半夏》《风再起时》等多部带“风”字的影视作品扎堆上线，因剧片名“撞车”，在一定程度上削弱了作品的辨识度。有观众无奈地说：“剧片名太像了，分不清自己看的是哪部作品了。”可见，剧片名对作品传播发行非常重要，这一现象引发了业界对影视作品剧片名的关注。

剧片名是观众接触影视作品的第一道门。具有辨识度、意蕴深远的剧片名与内容相互成全，能对作品产生积极影响，吸引观众主动推开光影之门；而不恰当的剧片名会使好作品埋没，还有一些“奇葩”剧片名让人晕头转向、敬而远之。近年来观众吐槽最集中的剧片名大致有几类。一是模样让人“晕”，感觉似曾相识。很多剧片名以“IP+词组”的形式出现，比如电影《狄仁杰之XX》的作品，还有各种“囧”体、“西游”体等。说到底，就是部分片方喜欢走捷径、蹭热点、追爆款。一部作品火了，就模仿该爆款制作“高仿”产品，使观众难分“李逵”和“李鬼”。二是格调显得“俗”，甚至有打色情擦边球的嫌疑。比如《总裁虐我千百遍》《白衣校花与大长腿之狼君薄情》等，这种作品多表现男女主人公之间纠结暧昧的情感关系，在剧片名中也经常使用出位词语挑动观众的神

经，引人想入非非。三是含义越来越“虚”，让人摸不着头脑。古装剧是这类作品的重灾区。比如《一片冰心在玉壶》《潇洒佳人淡淡妆》等“七言诗”式的剧片名看似文雅，却没有特别的含义，有些诗句生编硬造。“虚”还体现在一种无厘头式的不知所云，比如《恋爱指南我指北》等，看似标新立异，实则与剧情关联不大，缺乏起码的意蕴。四是字数越来越多，长剧片名扎堆。这主要集中在青春爱情题材作品中，比如《那年·同学之不作不死不青春》等，拗口难记。

剧片名为何出现这些问题？创作理念出现偏差、过度看重经济利益是主要原因。那些打擦边球、蹭热点的剧片名，无非是想通过吸引眼球让作品从海量作品中“脱颖而出”，获得高流量和经济效益。至于那些“虚无缥缈”的剧片名，片方更多是为了迎合年轻受众的口味，刻意制造网感所致。还有越来越趋同、越来越奇葩的剧片名之所以出现，根本原因是作品内容苍白无力，无法提炼真正有价值的内容，缺乏准确的受众定位，更谈不上创新。

影视作品的剧片名虽然只有简单的几个字，但它同样是艺术创作，还是重要的宣传手段。好的剧片名是需要经过反复调研和琢磨才能得出的智慧结晶。如何起出既符合作品特点，又有深深刻意蕴，还让人眼前一亮的剧片

名？有两点至关重要。首先是要信息准确。剧片名就像广告，主要功能是向观众传递作品的基本信息，让观众在第一时间大致了解作品的题材、类型、内容、风格等。作品名字不在于长，而在于简明、准确、贴近实际。比如《西游记》《三国演义》《水浒传》，读者一眼就能看出作品的大致内容和类型。有研究表明，评分网站的高分电影片名大多不超过四个字，比如《流浪地球》《长津湖》等。其次是要构思精巧。“传神写照，正在阿堵中”，名字是作品的眼睛，能代表一个作品的精神气质与思想内涵。取好剧片名无异于“点睛之笔”，这就需要创作者在富有艺术智慧和积淀的基础上，不断激发创新思维，起出让人过目不忘的剧片名。比如《大江大河》彰显开阔奋进的时代气象，《觉醒年代》描摹民族思想启蒙觉醒的历史过程。

当然，剧片名不是万能的，文艺作品要立得住、传得开、叫得响，除了有个好剧片名，更要有过硬的内容质量。《诗经》中有的作品没有题目，依然被吟颂千年；《三傻大闹宝莱坞》等虽然片名糟糕，但仍因较高的艺术质量和观众口碑获得追捧。不能本末倒置，首先还是要内容创作上下功夫，用巧心、匠心、艺心，使剧片名与内容自然贴合，相互辉映。名副其实，才能让好的影视作品声名远播。

据光明日报

## 配音界顶流“塌房” 该如何规范“配娱”行业？

近日，吼浪工作室发布通告，称自2021年起遭遇了姜广涛等人共同实施的重大侵害，并宣布与其永久终止合作。随后，“姜广涛涉嫌刑事犯罪”等词条登上热搜榜，持续引发网友热议。

姜广涛——这个名字或许你不熟悉，但你应该或多或少听过他的声音。因为其职业生涯几乎与国内配音行业的发展重合了。

他入行之时，正赶上译制片时代的末期。1999年，他成为《泰坦尼克号》中杰克的配音演员，此后为许多当时的热播剧献声：影视剧《小鱼儿与花无缺》中的花无缺、《琅琊榜》中的蔺晨等，动漫《大鱼海棠》中的鹿神、《姜子牙》中的师尊，游戏《仙剑奇侠传五》中的姜云凡、《时空中的绘旅人》中的叶瑄等。

截至目前，据不完全统计，姜广涛共参演190部电视剧、71部电影、54部动画片、47部广播剧，以及21个游戏、4部纪录片、6部有声书。

配音演员原本只是幕后工作人员，但随着配音演员偶像化的进程，部分配音演员拥有了自己专属的粉丝群体，即有了所谓的“扛剧”能力。

令人唏嘘的是，配音演员“塌房”事件时有发生。

早在2020年，国内配音圈便频频“塌房”。如为腾讯热门手游《光与夜之恋》中男主之一陆沉配音的李元韬，在吃到了角色红利之后，便被曝出在现实生活中故意贴近角色，从而“睡粉、PUA、冷暴力”，同时与多名女粉丝保持不正当关系。

“从群众角度看，配音演员们有着一定的影响力和号召力，作为公众人物应当承担起相应的责任。而从配音演员角度看，部分人并不觉得自己是公众人物，只不过是做着配音工作的普通打工仔，自己的言行不应该受到更高的道德约束、法律以外的限制。配音演员与群众对于身份认知存在一定出入，导致‘塌房’事件愈演愈烈。”华东师范大学立法与法治战略研究中心研究员余锋说。

余锋解释称，配音演员，顾名思义，是从事配音表演的人员。凡利用自己的技艺才能从事文艺表演工作的人，无论是台前还是幕后，均是艺人，配音演员即存在于幕后的艺人，也要受到中国演出行业协会2021年3月施行的《演出行业演艺人员从业自律管理办法》等相关规定的约束。

还有网友提出疑问，姜广涛配音的近400个影视剧角色是否会因此被“连带”下架？

对此，余锋认为，包括影视在内的文学艺术作品，既是传播文化的使者，又是文化传承的载体。耗资巨大、参与人员众多的影视作品，若仅因为其中某个配音演员触犯刑律就做下架处理，对经济价值和社会文化价值而言，都是一种巨大损失。对于姜广涛参与配音的视听作品，相关主管部门可以通知所涉视听作品制作单位，利用现代科学技术，用其他配音演员或AI的声音替换姜广涛的声音，以此避免作品全部下架，给社会带来文化福利损失，给相关公司带来重大经济利益损失。

针对接连不断出现的艺人违法失德问题，余锋建议娱乐行业加快建立艺人的道德素养培养考核机制和筛选淘汰机制，通过“正面清单”与“负面清单”相结合的方式，为准入设限，为淘汰立规。

北京广告协会明星代言规范工作委员会常务副秘书长兼首席技术专家吴纯勇提出，可以尝试推动演艺人员在和影视节目出品方、投资方合作的过程中加上一种具有经济约束力的条款，比如制片方或投资方在与比较重要的演职人员签署合作协议时加一个“紧箍咒”，即由于演员自身行为对作品产生的负面影响，或将承担巨额赔付，目的就是让艺人能长期对自己的公众形象、个人品牌负责。

据法治日报