

文稿

文創的改寫與擷取--以《仙界傳封神演義》和《棄寶之島：遙與魔法鏡》為例<sup>1</sup>

吳宇娟<sup>2</sup>

Wu, Yu-Chuan

摘要

本篇論文先以日本藤崎龍《仙界傳封神演義》為處理素材，試圖把這套改編自《封神演義》的流行作品，置放在文創產業的框架下尋繹其成功的因素與特色，藉由作品改編的方式，進一步調理古話新說的可行方式，讓古典/經典的身影能融入現代的文本或文創產業之中得到充分的應用。再者分析動畫電影《棄寶之島：遙與魔法鏡》的成功關鍵，其所帶來龐大的文創產業經濟效益，竟是源自擷取一則民間傳說與西方經典情節的故事融合而來，觀察此作從醞釀、誕生到往後周邊商品與觀光活動的舉辦，在在都說明/印證文創產業的發展過程與效能經驗。

不論是先前的《仙界傳封神演義》或是最近的《棄寶之島：遙與魔法鏡》，他們的成功不僅是展現創作者的個人成就，更是日本文創產業集體努力的發展成果。日本的文創產業發展可說是居於亞洲的翹楚，如何從不同的面向，透過凝視與聚焦的方式解析其成功的原因，這些都是台灣值得下功夫學習與用心省思的所在。在傳統文化質素中如果能有心淬鍊，從《仙界傳封神演義》到《棄寶之島：遙與魔法鏡》，讓我們瞭解到即使是一則為不足道的民間傳說，都能植栽成為綠葉成蔭的文創產業。

關鍵詞：文創產業、仙界傳封神演義、棄寶之島：遙與魔法鏡、文本再創

## 壹、前言

《封神演義》從明代流傳至今歷久不衰，除了原來的文本之外，不論中外都隨著時代而有所轉變，此本小說的樣貌也汲取不同的時代元素發展出有

---

<sup>1</sup> 本篇論文為《第三屆傳統文化與現代文化創意產業學術研討會》發表論文〈文創的改寫與擷取--從《仙界傳封神演義》到《棄寶之島：遙與魔法鏡》〉改寫，台中：台中科技大學，2012.07.18。

<sup>2</sup> 嶺東科技大學通識教育中心副教授

別以往的再創文本，並藉由文字以外的載體，呈現不同的風貌與詮釋。

本篇論文首先以日本藤崎龍《仙界傳封神演義》為處理素材，試圖把這套改編自《封神演義》的流行作品，置放在文創產業的框架下尋繹其成功的因素與特色，藉由作品改編的方式，進一步調理古話新說的可行方式，讓古典/經典的身影能融入現代的文本或文創產業之中得到充分的應用。

除了《仙界傳封神演義》之外，日本富士台開台 50 週年的代表作《棄寶之島：遙與魔法鏡》也有濃厚的改編身影。日本對於文創產業的投入，其實是台灣可以藉助的他山之石。從宮崎駿、藤崎龍到夢枕獯、小野不由美這些文創者藉由不同的方式，把經典以不同的角度呈現在當代人的面前，如何達到不扭曲原創又能讓世人接受，在在都是考驗文創者的智慧。

## 貳、奇幻封神在日本的古今轉化

明代古典小說《封神演義》<sup>3</sup>，文本題旨是以彰顯仁政，痛斥暴政，伸張正義，鞭撻邪惡為主軸，內容更涉及大量宗教與類似宗教題材的描寫<sup>4</sup>。一般俗稱《封神榜》，又名《商周列國全傳》、《武王伐紂外史》或是《封神傳》。這本著名的古典名著內容是依托商滅周興的歷史背景，以武王伐紂為時空線索，從女媧降香開書，到姜子牙封三百六十五位正神、周文王姬昌分封列國諸侯結束。敘述周武王弔民伐罪、擊敗商紂王的故事。因其百回磅礴巨大的篇幅、以及奇異的幻想世界而聞名於世；書中人物形像鮮明、武器法寶想像奇特，流傳頗廣。小說創造無數令人耳熟能詳的神鬼仙怪，如輔佐武王的姜太公、蓮花化身的哪吒，神通廣大的楊戩、黃天化、雷震子等等，再加上許多神佛仙魔變幻莫測的法術交織出場場激烈的爭戰；故事以道教信仰為主，又蘊含豐富的神話與民間傳說等材料，是近三百年來影響民間信仰甚鉅的長篇奇幻神魔小說。

《封神演義》在日本江戶時代書已出現全本翻譯，日本漫畫家藤崎龍的漫畫《仙界傳封神演義》是根據安能務翻譯的講談社文庫版《封神演義》改編<sup>5</sup>，而安能務所編譯的原著，就是香港五桂堂書局印行的《封神榜演義》<sup>6</sup>。

<sup>3</sup> (明)許仲琳，《封神演義》，台北：桂冠圖書，1990年。

<sup>4</sup> 歷來關於討論《封神演義》一書的碩博士論文頗多，可參閱台灣碩博士論文網站與大陸碩博士論文網站，至於大量的單篇論文則可參考台灣與大陸各期刊網站。現今流傳最早的《封神演義》版本是明代萬曆年間金閻舒載陽刊本（雕版印刷），藏於日本內閣文庫。道教學術資訊網站就把《封神演義》列為相關著作，更收錄《封神演義》相關論文，網址為 <http://www.ctcwri.idv.tw/godking.htm>。

<sup>5</sup> 安能務編譯，《封神演義》，東京：講談社，1988年11月，初版發行。

1996年在集英社的漫畫雜誌《週刊少年 Jump》上開始出現漫畫版連載，2000年完成整部作品。由於受到大眾的喜愛與市場的熱銷鼓舞，《仙界傳封神演義》作品再以23期的漫畫單行本以及整齣26話的動畫製作發行，往後更擴及不同的商品及電視遊戲產品<sup>7</sup>。藤崎龍也在《仙界傳封神演義》完成後，隨即在同年再次顛覆自己的作品劇情，又立刻出版了《異說封神演義》<sup>8</sup>。

隨著時代的發展，平面圖像（漫畫、攝影、平面廣告）與立體影像（包括影視、動漫、RPG）製作不再是神奇和神秘的產業，作為商業產品而言，它們是形成市場經濟的一部分，因此通俗性和娛樂性成為重要的組成與考量因素。觀察文創產業對於傳統文學的應用大多採取改編、演繹為主要手法。不論是應用脫胎換骨<sup>9</sup>、或是移花接木的方式<sup>10</sup>，基本上都是以原著作為基礎框架進行大規模的整併，或是小範圍的修改，而《仙界傳封神演義》即是此中成功的案例。

《仙界傳封神演義》在藤崎龍的改寫下，從百回本的大作變成剩下四分之一的份量（23期漫畫單行本 / 26話的動畫作品），當然在內容上已和原著截然不同。故事內容敘述公元前1100年左右，即是中國商朝末年紂王統治時期。仙人界與人間界一直以來都相安無事，甚少互相干預。但自從仙人界的妲己降臨人間界並憑藉其妖術魅惑紂王，導致生靈塗炭。於是三大仙人決定插手干涉，並由崑崙山元始天尊派遣其大弟子太公望（呂望）執行封神計劃。封神計劃的設想是把在人間界作亂的仙人驅離人間界，而封印在新世界--神

<sup>6</sup> 香港五桂堂書局印行的《封神榜演義》現在存放在香港中央圖書館的參考圖書館內，全書共四冊，每冊收錄25回，共一百回。

<sup>7</sup> 關於《仙界傳封神演義》可參考維基百科封神演義（漫畫）條，網址為 [http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B0%81%E7%A5%9E%E6%BC%94%E7%BE%A9\\_\(%E6%BC%AB%E7%95%AB\)](http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B0%81%E7%A5%9E%E6%BC%94%E7%BE%A9_(%E6%BC%AB%E7%95%AB))。

<sup>8</sup> 《異說封神演義》是刊登於集英社 JUMP 2001 年第 5-6 期合併號中的一個短篇故事。雖然篇名也叫《封神演義》，但這篇漫畫卻與《仙界傳封神演義》不同。藤崎龍採用不同的角度來描寫，不論是人物設定、劇情和結局等等都做了大幅度的改變。內容約略如下：約在公元前1100年，中國的殷商時代，當時的天子紂王沉迷在妃子妲己的美色之中，不理國事，徵收重稅，導致民不聊生，引起正義的仙人界不滿，決定扶助周的武王為新主，於是仙人界教主派遣他的第一大弟子太公望和被譽為天才仙人的楊戩分別到殷和周兩地行事。

<sup>9</sup> 脫胎換骨法概指取古人陳言點鐵成金呢？就是根據前人的意涵，加以變化形容，企圖推陳出新，為宋代詩人黃庭堅所倡導。

<sup>10</sup> 對自己熟悉的幾個故事進行壓縮，然後將其巧妙地組合在一起表達某種新的思想。這種寫作遷移的方式，我們就叫它「移花接木法」。它在舊故事裡融入了新思想，是一種巧妙的借鑒，不是抄襲，而是一種創新，宋代詞人陸游即擅用此法。

界。當太公望消滅這些仙人後，他們的魂魄就會飛到臨時的空間--封神台。在太公望執行封神計劃的同時，卻發覺名單上有許多並未在人間界作亂的仙人，其中還包括他的同胞--崑崙山十二仙等等。直到故事末段，太公望才徹底發現封神計劃存在的真正目的。

《仙界傳封神演義》的成功與作者準確掌握時代的審美情趣變遷有著深厚的關係。它除了繼承《封神演義》中的封神主題以及部分文化母題，在延續歷史基礎上的改寫有著相當多異想天開的筆觸，作者把「離形得似」的古典素材融合到現代元素裡，並存了故事中典雅的古韻和靈異的現代性，使得抽離文本主題策略變化得當，進而順利轉換成爲當代審美文化精神的蘊涵。因此從文字到平面圖像 / 漫畫，進而成爲立體影像 / 動畫，《仙界傳封神演義》都能一再吸引眾人的目光。

台灣的青少年有人提出《仙界傳封神演義》漫畫受歡迎的原因無外乎是：「一、色彩鮮明。二、人物都擁有自我特色。三、思想特別。四、具現代感」<sup>11</sup>。傳統文化與元素是我國動漫文化內涵的核心資源，也是挖掘不盡的文化寶庫。可是，如果動漫創作者，把傳統文化與元素誤解爲只是古代文化的翻版，在今日面對大多數是青少年的觀眾 / 讀者，作品若是一味流以傳統文化作爲道德說教的工具；再加上現代與後現代的文化語境作用之下，不僅無法掌握時代的心理特徵，當然也不能達到「寓教於樂」的效果。所以動漫如能拋開只以道德說教的復古遺風爲內容，並且充實加強動漫藝術創意，進而藉鑒古代元素，以一種嶄新的現代人心理、文化做爲詮釋的方法，必能有效地吸引更多的年輕族群與愛好者。誠如這幾位年輕學子所言：

我國的文化資產，似乎總要外人才看得見好，當外國的漫畫家紛紛的將中國的傳奇、小說化爲易於吸收的圖像漫畫時，我國的漫畫家們大部分卻只會在那所謂的校園青春愛情喜劇中打轉，只會跟著別人的腳步走，實在是讓人覺得可悲，在現代，簡易的圖像遠比艱澀的文字易於讓新的一代所接受更是文化傳承的優良媒介；不諱言，我們也是在看到漫畫之後，才試著去找原著的《封神榜》來閱讀的！但學習的慾望

---

<sup>11</sup> 參考許佳文、張雅雯、賴思妤、薛伊婷〈《漫畫封神演義》研析--小說比較及影響意義〉，台北：成淵高中，2008年學生讀書心得比賽得獎作品。網址爲 <http://senior.cyhs.tp.edu.tw/senchi/%E8%AE%80%E6%9B%B8%E5%BF%83%E5%BE%97.html>

是無止盡的，那又何必約束我們學習的方向呢<sup>12</sup>！

以下附錄《仙界傳封神演義》漫畫與動畫目錄：

漫畫集數標題

第 1 部-封神計劃發動	第 9 部-太子的抉擇	第 17 部-風的分歧
第 2 部-序章之終結	第 10 部-趙公明的攻略・上	第 18 部-尋找太上老君之旅
第 3 部-將來預測者的 辨證法	第 11 部-趙公明的攻略・中	第 19 部-牧野之戰
第 4 部-武成王造反	第 12 部-趙公明的攻略・下	第 20 部-殷王朝滅亡
第 5 部-九龍島四聖	第 13 部-仙界大戰	第 21 部-歷史的道標・上
第 6 部-殷太師	第 14 部-十絕陣之戰・上	第 22 部-歷史的道標・下
第 7 部-賢人姬昌殞命	第 15 部-十絕陣之戰・下	第 23 部-前行之路...
第 8 部-殷周易姓革命	第 16 部-死鬥	

動畫集數標題

話數	日文標題	中文標題
第 1 話	太公望、封神計畫を授かる	太公望、封神計劃執行
第 2 話	太公望、最初の封神す	太公望、最初の封神
第 3 話	陳塘関に寶貝人間出現す	哪吒出現陳塘關
第 4 話	陳塘関の蓮桃大戰	陳塘關的蓮桃大戰
第 5 話	西伯侯姫昌朝歌を脱出す	西伯侯姫昌出走朝歌城
第 6 話	雷震子、起風発雷す	雷震子、起風發雷
第 7 話	皇后姜妃、逆賊として囚われる	皇后姜妃、被當叛賊囚禁
第 8 話	太公望、楊戩に試される	太公望、楊戩的試煉
第 9 話	黃飛虎、造反を決意す	黃飛虎、起義造反的決定
第 10 話	臨潼関に快男児あらわる	黃天化登場於臨潼關
第 11 話	太公望、黃飛虎と出会う事	太公望、與黃飛虎的相遇
第 12 話	黃飛虎、閻仲、街道に対決す	黃飛虎、閻仲、街上的對決
第 13 話	太公望、西伯侯姫昌と邂逅す	太公望、西伯侯姫昌的邂逅
第 14 話	西岐軍、北へ出陣す	西岐軍、北伐出征
第 15 話	四聖猛攻	四聖猛攻
第 16 話	四聖封神	四聖封神
第 17 話	弦、崇城に流るる事	崇城劍拔弩張
第 18 話	兄弟、荒野に帰還す	自荒野歸來的兄弟
第 19 話	朝歌炎上	朝歌炎上
第 20 話	殷王朝滅亡す	殷商王朝的滅亡
第 21 話	妲己封神	妲己封神
第 22 話	崑崙山攻防戦	崑崙山攻防戰

<sup>12</sup> 同前註。

第 23 話	太公望、玉虛宮に進退窮まる	太公望、在玉虛宮進退兩難
第 24 話	元始天尊、太公望に未來を見せる事	元始天尊、太公望遇見未來之事
第 25 話	太公望、追憶の川に釣り針を降ろす事	太公望、回憶的釣魚
第 26 話	太公望、道を示す事	太公望、天下太平

從《仙界傳封神演義》的出版可觀察到動漫產業如何從文化產業跨足到文化創意產業的軌跡。文化產業原本是譯作文化工業（cultural industry），文化產業具有集約化、規模化的工業特徵<sup>13</sup>，如果再把文化創意產業與文化產業相比，可以歸納出兩類元素最為重要，也最具突破性--那就是文化創意產業的兩個核心內涵：一是文化創意，二是智慧財產權的保護。而文化創意產業指稱的是智慧化、知識化的高附加值產業，藉此發展文化創意產業，不僅可以大幅度提高傳統製造業產品的文化和知識含量，更能提升產品的經濟價值；文創產業從開發利用個人的創意開始，通過對創意的保護，使產品獲得獨特的價值，由此創造個人財富並且增進就業機會，進而促進整體經濟的增長<sup>14</sup>。

由於《仙界傳封神演義》漫畫與動畫的問世，帶來相關商品的熱銷，例如配樂的製作（《仙界傳封神演義·封神計畫歌宴》）<sup>15</sup>，相關遊戲的上線（《仙界傳封神演義·外傳·新章》、《仙界傳封神演義·外傳·第貳章》、《仙界傳封神演義·外傳·第叁章》、《仙界傳封神演義·外傳·第肆章》）<sup>16</sup>都帶來龐大的經濟效益。隨著現代傳媒技術的發展，動畫（animation 或 anime）和漫畫（comics，故事性漫畫）的聯繫更日趨緊密，兩者常被合稱為「動漫」。動漫逐漸發展為一種文化藝術熱潮，是一種倍受各國觀眾，特別是青少年喜歡的藝術表現形式。

動漫產業已是全世界新興 / 重要的文化創意產業，總產值已高達 5000 億美元，僅次於 IT 產業，更是許多已開發國家的重要經濟支柱。它是以「創意」為核心，以動畫、漫畫為表現形式，包含動漫圖書、報刊、電影、電視、舞

<sup>13</sup> 劉新圓，〈什麼是文化創意產業？〉，台北：國家政策研究基金會，2009.05.13。網址 <http://www.npf.org.tw/post/2/5867>。

<sup>14</sup> 關於文化產業與文化創意產業的論述，可參考劉曉蓉，〈文化產業發展成文化創意產業之特性研究〉，收錄於 2006 年《文化創意產業與地方發展策略研究生學術論文研討會論文集》。陳憫，《文化創意產業特性與發展之研究》，台北：輔仁大學應用統計學研究所碩士論文，2010.06。

<sup>15</sup> 《仙界傳封神演義·封神計畫歌宴》配樂由米倉千尋主唱，收錄〈綱魂大望〉等 12 首配樂歌曲，YYMP3 公司發行，2000.07。

<sup>16</sup> 《仙界傳封神演義·外傳·新章》，發售日為 2005.12.07，其餘則未標明。

臺劇、音樂影像製品，以及透過現代資訊傳播技術方式開發的動漫新產品等等。動漫產品的開發、生產、出版、播出、演出和銷售，合併與動漫形象有關的服裝、玩具、電子遊戲等衍生產品的量產和經營在在都累積驚人的產值。藤崎龍的《仙界傳封神演義》效應，其實為我們帶來對經典文學再創的深度思考，如何在普世經濟價值與文化傳承的擺盪中取得平衡點，這正是詮釋古話新說的核心問題所在。

### 叁、擷取與融合交織的《棄寶之島：遙與魔法鏡》現象

《棄寶之島：遙與魔法鏡》曾獲 2010 年入圍第 35 屆日本電影奧斯卡最佳動畫獎的電影<sup>17</sup>，也是日本富士電視台開台 50 周年慶的紀念大作<sup>18</sup>。並以日本獨有原創的「更新影像繪製動畫」(Cel Animation)融合最新的數位技術製作，完成日本首部獨自製作全 3D CG 動畫電影<sup>19</sup>。製作群強調與美式的 3D 動畫最大的差別在於「質感」，標榜這部作品是「感受得到人體溫度」的 3DCG 動畫；並且解釋「全 CG 製作」並不是本片的拍攝目的，而是一種表現手段，藉此能夠讓觀眾很好地融入故事中，將影片的思想成功傳達出去，才是他們想要看到的。

日本文化特色就是擅長將傳統與現代巧妙的融合並加以發揚光大，而《棄寶之島：遙與魔法鏡》就是將傳統民間故事結合全新 3D 技術呈現而成的最佳案例。本片故事內容是描述女主角誤入由「人類棄物」聚集創造出來的島嶼所發生的奇幻冒險故事--幼年喪母的平凡高中女生小遙，悶悶不樂地回到兒時

<sup>17</sup> 日本電影金像獎最佳動畫片獎（最優秀アニメーション作品賞）是日本電影金像獎其中一個獎項，於 2007 年設立，由日本電影藝術與科學學院舉辦。每年入圍五部作品，都被視為優秀動畫片，並且從其中選出一部最佳動畫片。2010 年入圍的五部為《夏日大作戰》、《福音戰士新劇場版：破》、《名偵探柯南：漆黑的追跡者》、《新大英雄的宇宙開拓史》、《棄寶之島：遙與魔法鏡》。

可參閱日本アカデミー賞官方網站 <http://www.japan-academy-prize.jp/>。

<sup>18</sup> 《棄寶之島：遙與魔法鏡》，日文片名《ホッタラケの島 ～遥と魔法の鏡～》由富士電視台邀請動畫公司 Production I.G 製作、東寶上映，導演是執導《砂時計》的佐藤信介，並由知名女星綾瀨遙擔綱女主角配音，於 2009 年 8 月 22 日在日本上映，2010 年 1 月 29 日在台灣上映。

<sup>19</sup> CG 原為 Computer Graphics 的英文縮寫。隨著以計算機為主要工具進行視覺設計和生產的一系列相關產業的形成，國際上習慣將利用計算機技術進行視覺設計和生產的領域通稱為 CG。在日本，CG 通常指的是數碼化的作品，內容是純藝術創作到廣告設計，可以是二維三維、靜止或動畫。由 CG 和虛擬真實技術製作的媒體文化，都可以歸於 CG 範疇，它們已經形成一個可觀的經濟產業，CG 一般可以分成四個主要領域：包括 2D、3D，靜止畫、動畫（movie），從自由創作、服裝設計、工業設計、電視廣告（CM）到網頁設計等等。

遊玩的神社時，無意間看見一隻神祕的狐狸「堤歐」在撿拾一台被丟棄的橡皮筋飛機，被眼前奇妙景象勾起好奇心的她，於是尾隨狐狸行蹤，卻迷失在一座森林裡，之後又被吸入一處小水塘內，因而踏進了不可思議的「棄寶之島」……。一隻專偷人類棄物的狐狸，與一個渴望尋回亡母所贈與的手鏡的少女，建構成一段歷險與成長的故事。這個故事，不是為了尋找財富，或是伸張正義，它僅僅源自一個民間傳說，它帶有濃厚純正的日本傳統色彩，又帶著一些人類共同的懷舊情愫。

本片的靈感是引發自地方民間故事，起源於製片人之一偶然在老家發現被遺忘許久的「棄寶」--這是一本他在兒時曾經反覆閱讀的武藏野民間故事書，其中有一則述說狐狸會將人們遺棄的物品拿走的有趣傳說。於是民間傳說激發製作人與導演的想法，進而構築產生《棄寶之島：遙與魔法鏡》以稻荷神傳說為藍本的電影腳本<sup>20</sup>。

這則民間故事發生地點是現今的埼玉縣入間市。內容記載一位獨居生活的老爺爺，突然發現去世的老伴的遺物不見了，那是一把普通的梳子。梳子對思念老伴的爺爺而言是非常重要的寶貝，於是，老爺爺帶著一籃雞蛋，到森林裡祭拜稻荷神，祈求能重新找回梳子。一天深夜，一隻狐狸趁著老爺爺熟睡時，竟然將梳子還回來了。從此以後，民間流傳如果不慎遺失珍視的寶貝，只要向ハタヤ稻荷神社參拜並獻上雞蛋，它就能再回到自己身邊。這就是傳說中日本有一種狐狸，會將人們不小心弄丟的物品，不管它是否曾被人們珍視，牠們都當作是人類已經不需要的物品且偷偷運走。對狐狸而言，「重要的物品」與「不再需要的物品」是沒有區別的，因為凡是人類已經不再使用或根本不碰觸的物品，都會被牠們當作是棄物而帶走。但是，如果這件物品真的十分重要，人們只要向稻荷神訴禱，狐狸就會將東西偷偷運送歸還。所以，民間往往把稻荷神社視作是通往「棄寶世界」的入口。

稻荷神是日本神話中穀物、食物之神的總稱，包括倉稻魂命、豐宇氣毘賣神、保食神、大宜都比賣、若宇迦賣神、御饌津神等。專門祭祀狐狸神的稻荷神社在日本各地相當普及，所以狐狸神又稱作稻荷神，被當作祈求商業繁盛（鴻運昌隆）的神明來信奉，性質像是台灣的土地公廟。由於稻荷神主管豐產，許多日本的企業也敬奉稻荷神，稻荷神已經納入日本神道教諸神的

---

<sup>20</sup>《棄寶之島：遙與魔法鏡》的編劇是安達寬高，曾以「乙一」之名創作出《Goth 斷掌事件》、《平面狗》等作，是日本當代著名暢銷小說家。安達寬高是他的本名，也是他用於編劇、導演創作時的名字。



範疇。今日的日本，稻荷信仰遍佈全國，根據正式的統計，全國的稻荷社高達四萬多座。早期以農業立國的日本，民間非常敬奉農業之神--神農，其神名原為「稻禾神」，後來被誤稱「稻荷神」，即類似台灣稱呼「五穀王」。直到明末，事蹟一直被流傳改編，至此已經完全無法辨識「神農」本尊的意涵了<sup>21</sup>。

日本自中世紀開始將狐狸視為稻荷神的使者，全國的稻荷神社也都幾乎都以狐狸代替狛犬。稻荷神與狐狸的關係，是出自於倉稻魂命的別名稱作「御饌津神」(みけつのかみ)。而狐狸的古名為「けつ」，因此「みけつのかみ」便以諧音被解釋為「三狐神」<sup>22</sup>。另外《想出著聞奇錄》就曾記載在晚上看見「狐火」(民間傳說是狐狸所點的火)的人<sup>23</sup>，很可能走著走著就迷了路，或是身上會遺失物品，由此可見「失物、狐狸、稻荷神」在日本民間很早就成為被連結一體的傳說了。

從《棄寶之島：遙與魔法鏡》的故事設想不僅擷取民間傳說為底蘊，更可看到西方兒童文學名著《愛麗絲夢遊仙境》(*Alice in Wonderland* 或 *Alice's Adventures in Wonderland*) 的影子<sup>24</sup>。小遙遇見狐狸「堤歐」的情形就如同複製愛麗絲看到懷錶兔一般--那就是悶悶不樂的愛麗絲跟姊姊同坐於河畔，忽見一隻古怪的白兔穿戴打扮，手持懷錶，自言自語，行色匆匆走過。好奇的愛麗絲被牠吸引而追趕，卻不慎掉進兔子洞裡去，於是展開一段奇異的歷險故事。小遙也是因為誤觸水塘裡的蛋殼而被吸入棄寶之島內。甬道是連接現實世界與奇境的轉接軌道，不論是兔子洞或水塘，這兩部作品都採用了典型奇幻文學的敘述手法。

又如《棄寶之島：遙與魔法鏡》影片中的反派角色男爵，就透出《愛麗絲夢遊仙境》中紅心王后的味道。另外故事裡描繪小遙勇敢的面對在棄寶之

<sup>21</sup> 參閱李玉潔，〈狐狸與日本的稻荷神信仰〉，鄭州：《尋根》雙月刊，大象出版社，2011年04期。

<sup>22</sup> 沈平山，〈中國宗教神明·稻荷神〉，國家之窗·宗教頻道網站，網址 <http://www.senwanture.com/japen-dau%20her%20sen.htm>。

<sup>23</sup> 《想出著聞奇錄》為日本書籍，在國內並未見到其原著，此則資料引自百度百科網站，網址為 <http://baike.baidu.com/view/773773.htm>。

<sup>24</sup> 《愛麗絲夢遊仙境》(*Alice in Wonderland* 或 *Alice's Adventures in Wonderland*) 是由英國作家查爾斯路德維希·道奇森 (Charles Lutwidge Dodgson) 以筆名路易斯卡羅 (Lewis Carroll) 所著，於1865年出版的兒童文學作品。1951年迪士尼公司發行的同名的動畫電影，一百多年以來，《愛麗絲夢遊仙境》已經成為世界文學中的經典作品，其被無數次改編成戲劇、電影、芭蕾舞、輕歌劇、默劇、木偶劇、動畫片等多種藝術形式。

島中的種種難關，也正如愛麗絲在夢境中所遭遇的狀況與選擇一樣。不論是愛麗絲或是小遙，兩位主角都在歷經一段奇幻旅程後而有所成長<sup>25</sup>。這種融入經典情節的作法，讓觀眾能從熟悉的情境中很快地再次領略原典所蘊藏的意涵，以似曾相識的故事點，增加並發揮作品的豐富性與可看性。

《棄寶之島：遙與魔法鏡》的成功不僅為影片帶來極高的票房賣座，其次由日本知名長壽樂團「SPITZ」演唱的主題曲《你是太陽》，也創造出銷售長紅的佳績。另外周邊商品由任天堂專用 DS 的動作角色扮演遊戲--《棄寶之島 彼方和彩色之鏡》也由 NAMCO BANDAI Games 發售<sup>26</sup>。再者，《棄寶之島：遙與魔法鏡》的電影場景以埼玉縣入間市的出雲祝神社和不老川等景點做為設計原型，電影上映之後，因而為當地開拓不少的觀光財源，並且帶動埼玉縣觀光產業發展。例如配合電影上映、西武鐵道在各車站中貼有禁止丟棄物品的海報；由西武鐵道舉辦的散步活動「漫步在棄寶之島中」，設計以西武池袋線入間市車站開始走到終點的武藏藤澤車站、總計超過 1,500 人參加，現場還販賣特製繪馬和「ハタヤ的稻荷饅頭」等相關物品；加上動畫以埼玉縣為舞台、於是該縣的マスコット・コバトン（吉祥物・Kobaton 巨嘴鳥）都在電影裡面客串演出<sup>27</sup>。

一齣動畫電影所帶來優渥的文創產業經濟效益，而它的源頭竟是擷取一則民間傳說與西方經典情節的故事融合而來。《棄寶之島：遙與魔法鏡》的現象是一個可解讀 / 可效法的個案。近年來，進入知識經濟時代的發達國家提出文化創意產業的概念，它的主要特徵是重視發展現代文化產業的頂端、重視將現代文化產業與傳統產業相結合，以增加傳統產業的文化附加價值。如

---

<sup>25</sup> 有關奇幻文學與兒童文學的相關論著甚多，可參閱林淑婉，《論奇幻文學中的兒童與烏托邦概念—以《黑暗元素三部曲》為例》，台東：國立台東大學兒童文學研究所碩士論文，2008.01。江沛文，《二次戰後奇幻文學的重現：以《魔戒》為例》，國立政治大學歷史研究所碩士論文，2005 年。彭懿，《世界幻想兒童導論》，台北：天衛出版社，1998 年。

<sup>26</sup> 《棄寶之島 彼方和彩色之鏡》由 NAMCO BANDAI Games 在 2009 年 8 月 6 日發售，角色設定和主角都與《遙與魔法鏡》不同，但舞台和電影一樣都在棄寶之島、堤歐也以重要角色身份在本作登場。任天堂 DS（ニンテンドーDS，*Nintendo DS*，簡稱 DS（任天堂官方正規簡稱）或 NDS（坊間稱呼），是日本電玩遊戲生產商任天堂公司開發的攜帶型掌上遊樂器。DS 是 Dual Screen（雙螢幕）的縮寫。

<sup>27</sup> 相關活動與景點可在日本埼玉縣官方網站查閱，網址為 <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kobaton/legend.html>

果以上述的論說為檢視重點，《棄寶之島：遙與魔法鏡》從醞釀、誕生到往後周邊商品的量產與觀光活動的舉辦，在在都說明 / 印證文創產業的發展過程與效能經驗。

#### 肆、結語

創意產業是文化產業的一部分，但它並不同於文化產業。創意其實是滲透 / 充滿在生活當中，同時由於現在創意產業與先進的技術手段緊密地結合，使它有了更豐富的表現形式。如同政府在〈文化創意產業發展法〉所說：

文化創意產業指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業……<sup>28</sup>。

日本的文化創意產業發展可說是居於亞洲的翹楚，如何從不同的面向，透過凝視與聚焦的方式解析其成功的原因，這都是台灣值得下功夫學習與用心省思的所在。日本是世界著名的「動漫王國」，更是遊戲軟體第一大生產國。2007年，日本文化創意產業的規模約為 80 至 90 兆日元，約占 GDP 總量的 15%，文化創意產業已經成為日本國民經濟的主要支柱<sup>29</sup>。1995 年開始，日本國會和日本政府已將文化產業視為國家戰略，並制定了一系列法律法規和政策，他們不僅把文創當作是一種事業、產業經營，更視為是一種使命與任務。因此不論是先前的《仙界封神傳演義》或是最近的《棄寶之島：遙與魔法鏡》，他們的成功不僅是展現創作者的個人成就，更是日本文創產業集體努力的發展成果。

無論是視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業等等都是值得文創者灌溉與深耕的範疇。其實在傳統文化質素中如果能有心淬鍊，哪怕是一則為不足道的民間傳說都能植栽成為綠葉成蔭的文創產業。

---

<sup>28</sup> 此處引用是〈文化創意產業發展法〉為 99 年 1 月 7 日立法院三讀通過版本。

<sup>29</sup> 資料來源為行政院文化部網站，國內外相關政策與法令・〈日本文化產業政策概述〉，網址為 [http://cci.culture.tw/cci/cci/law\\_detail.php?c=239&sn=4285](http://cci.culture.tw/cci/cci/law_detail.php?c=239&sn=4285)