

# 我国漫画市场现状及漫画创作的本质

王晓东

(石家庄信息工程职业学院 传媒艺术系 河北 石家庄 050000)

**【摘要】**故事漫画是与小说并行的文学形式与内容载体。随着我国互联网的迅猛发展,漫画也逐渐由纸媒转向线上阅读,并逐渐发展出了更适合移动端阅读的“条漫”形式。新兴的事物所带来的机会与问题一定是并存的。本文旨在剖析漫画市场现状与问题的同时,深挖漫画创作应在适应形式的前提下,该遵循的创作本质。

**【关键词】**漫画市场;漫画平台;故事漫画;漫画本质

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.1161

众所周知,故事漫画产业经历了全球数十年的发展,如今已和小说一样,成为了一种内容的传播载体,广泛被读者接受和喜爱。尽管我国故事漫画产业起步较晚,但在最早一批漫画人的不懈努力下,也经历过百花绽放的短暂辉煌。如1997年创刊的漫画杂志《漫友》,以及后续陆续出版的《漫画世界》,《黑白漫文化》等漫画杂志。以及备受读者追捧和盛赞的创刊于2006年的《龙漫少年星期天》,更是将我国故事漫画产业推向人气与品质的巅峰。然而随着互联网产业与新媒体技术的飞速发展,纸媒行业迅速衰落,漫画期刊也随之凋零。

尽管纸媒期刊急剧萎缩,漫画这一广受读者接受的内容载体并未受到严重冲击,甚至乘上了移动阅读爆发式发展的这条巨轮。漫画在近十年来以数字图像的形式飞速登陆各大移动阅读平台,并发展成了诸多的独立漫画APP,如以女性读者和女性作品为主的快看漫画,综合题材丰富的腾讯动漫,以及2019年与网易漫画合并的哔哩哔哩漫画。

资本的高调介入必然带来行业的爆发式发展。漫画行业为了迎合趋势,其存在形式也进行了颠覆性的变革。不仅由纸质载体转向了数字化,其存在单位更是由传统的“页”演化为更适合手机等移动端阅读的“条”,这也就是如今被读者称为“条漫”的新型漫画形式。这其中,又以韩国和中国的条漫产业发展更为迅速,其中中国拥有全球最多的漫画读者和平台用户,而全球漫画平台六成左右的收入均被韩国平台收入囊中。

然而行业野蛮生长的初期,势必会产生一系列的问题,乃至在某些方面甚至产生了畸形的发展趋势。本文以一名一线漫画创作者的视角和经验,尝试去繁从简,探讨漫画创作的核心,并呼吁市场以及创作者将更多注意力集中到漫画的本质上来。

通过剖析日本、美国和法国等漫画产业发达国家的作品不难发现,漫画最终给人们留下的是一系列个性鲜明的角色。当我们提到漫威的漫画作品,最先出现在脑海的是美国队长,钢铁侠,绿巨人,雷神,黑寡妇等英雄人物。而提到DC漫画,则是大名鼎鼎的超人,蝙蝠侠,神奇女侠,小丑等个性鲜明的人物。第二个层级进入脑海的,才会是这些英雄角色曾经为读者带来了怎样的故事桥段。而每个人对故事桥段的不同感受,会产生出不同的情节印象,每一位读者都不尽相同。再以日本作品为例,当提到《航海王》时,人们脑海中首先会出现路飞,索隆,山治,奈美。小鹿乔巴等主角团队成员;提到《哆啦a梦》必然是憨厚的蓝胖子哆啦a梦,野比和静香,胖虎和小夫等个性鲜明的人物形象,进而才会勾连起这些角色为读者带来的感人故事。

对于长篇连载的故事漫画,因为其制作周期漫长,故事情节进展缓慢,很多受欢迎的作品往往要连载数年乃至数十年。因此读者在追连载漫画的漫长周期中,很难像看一部电影那样快速体验一个完整闭环的故事情节,从而对故事情节有强烈而新鲜的感觉。因此,长篇连载漫画,是需要让读者爱上故事的角色,进而被漫画角色带领进入故事。一部成功的漫画作品,其历漫长的连载周期和众多篇章的目的,也一定是为了塑造一名鲜活的人物,其行为习惯,语言风格,性格特征等,就像是一个确实存在于现实世界的人物,立体且真实可信。

反观国内主流漫画平台,在众多拿到巨额投资的头部漫画平台中,着实不缺作品数量和用户人气。甚至有些平台为了满足资方希望看到的未来,不惜包装虚假数据,造成单部作品一亿乃至数百亿的人气,在全球总人口仅有不足76亿的情况下,这些数据明显苍白无力。

而从这些主流平台挑选出的头部作品,除了惊人的存疑数据外,大多数作品并没有给市场留下具备现象级传播力的漫画角色。我国众多漫画作品,不仅没有为市场留下数量充足的原创英雄人物,而且平台作品正在高度趋于同质化。这一奇怪现象还要追根溯源,从市场和漫画平台剖析。

作为依然在市场一线创作的漫画作者,难免要解读平台的收稿要求。通过2017年至2020年与主流漫画平台,众多漫画工作室及独立漫画作者的沟通总结发现,我国漫画从业者较明显地被分为两个极端。其中一个极端是承接平台定制作品的漫画公司和工作室,而另一个极端则是被资本和市场边缘化的,希望做原创的独立漫画作者。下面我们从以上两个具备代表性的极端,逐一剖析我国漫画发展的尴尬境地。

在国内市场做漫画工作室或公司,盈利是第一要务,也是公司经营的本质。那么漫画公司的收入来源,经过几年的产业整合,已经由早些年的稿费,广告收益,读者打赏,付费会员,版权售卖,衍生品销售等综合性多渠道,逐渐演变为仅剩稿酬或稿酬加少量收益分账,且这种收益分账的售卖数据等重要信息,也全部掌握在平台手中。这一现象产生的原因,一是由于国内曾经经历过惨重的版权之争,较为有代表性的是夏天岛工作室与其签约漫画家夏达就漫画《长歌行》版权之争。二是由于公司及工作室投入成本高,回报周期长,且未来盈利空间也存在风险,因此越来越多的工作室和中小型漫画公司放弃了风险和收益都较高的原创漫画,进而选择更为稳妥的漫画定制,即服务委托。

第一点原因,平台或公司为培养作者付出了经济成本与资源成本,期望从作品的后续收益中分一杯羹。作者在默默无闻时,渴望出道,因此与有资源的公司或工作室签订授

权协议。但在少数作者作品大火之后，随之而来的名望与利益，以及众多粉丝的支持，作者心态难免会产生变化。由此而来的版权与利益之争，导致公司和工作室为了保护自己的前期高风险投入，而逐渐加强了对作品版权的控制和掠夺。主流平台亦是如此，为了防止版权之争再次出现，索性将版权全部牢牢地握在手中。

第二点原因，由于我国经济的发展和人民收入水平的提高，劳动人员的薪资结构出现了大幅上调。对于市场中的企业来讲，人员工资的上调，带来的是成本的激增和风险的加剧。与其自己投入，不如将漫画创作流程拆分，实现流水线产业化，进而转型为漫画创作服务企业，将风险释放出去来的更加稳妥。由于这种转变，我们国家甚至发展出了流水线分工的漫画生产形式，大致分为编剧，分镜，线稿，上色等主要环节，且这些环节之间的紧密型相对薄弱，乃至许多后面环节虽然参与了漫画的制作，但并不知道漫画讲了一个什么样的故事的乱象。这与其他漫画产业较为发达的国家中漫画家一人决策制截然不同。

由于以上两点原因，强势的平台和公司收割了版权，小型工作室和个人既逐利又厌恶风险，势必造成失去版权的创作者不愿再潜心创作，而潜心创作的作者不愿贡献版权进而失去了与平台深入合作的机会。如此平台、资方和内容生产方的互不信任，互相掠夺，导致认真的作者不愿签约，签约的作者在应付的恶性循环。

若要打破这一僵持局面，一方面应从法律角度强化对创作者的版权保护，简化作者维权的时间周期和经济成本，让创作者能够有足够的安全感将作品投向市场，并取得合理收益；另一方面应从国家角度弱化平台的垄断效应，形成多元化的商业竞争机制，打破寡头一言堂式的版权攫取，为市场注入更多活力，发展不同种年龄层次和口味各异的读者群体，真正解放每一位作者所擅长的创作领域，并为之匹配到适合的传播媒介。只有作者不在担心自己的作品被掠夺，并且有更多的题材可以创作和更丰富的传播渠道可以展现，平台不再一家独大或者寡头间竞争版权，而是更用心去挖掘市场的细分领域，更多地给予读者信任及合理的利润分配，平台与作者互相信任，相互支持，才能使我国漫画市场走上健康发展的道路。

回到漫画创作的本质。前面列举的一些成功的漫画作品，实质上是让读者记住了故事中那些鲜活的人物，即故事漫画创作的本质，就是在创造角色。至于漫画中的故事桥段，情节设计，均是为了塑造角色而存在的。

与我们最熟悉的日本漫画市场为例，其杂志社编辑与作者沟通时，并不像我国市场一样要提交一份非常完整的世界观设定，故事大纲甚至是分集剧本，而是要求创作者创造一个鲜活有个性，有特长也有缺点的独一无二的角色。深谙漫画商业市场的日本编辑深知，商业作品要靠角色来打动读者，让读者爱上角色之后，才会一直吸引观众追随故事走下去，以及为以后的动画剧集，剧场版电影乃至衍生品买单。

那么如何去塑造一位个性鲜明的漫画角色，就成为了漫画家的重要工作内容和创作方向。通过总结优秀漫画作品中的角色特征，以及和日本市场的漫画编辑沟通发现，创造一名给人印象深刻的漫画角色，应该做到以下三点：一是

有坚定的目标和信念；二是有最异于常人的能力；三是有可爱而无伤大雅的缺点。而这三点人物特征，都要做到“最”，要做到极致。下面我们分开举例阐述如何做到以上三点。

第一点，坚定的信念和目标。这个目标在故事的开端就是树立好的，并且贯穿整个故事的始末和作品主旨。角色的这个目标可以单纯而简单，却要付出长期艰苦的努力才能实现。比如《哆啦a梦》中哆啦a梦的目标就是为了让野比幸福成长，这个目标简单清晰明确，贯穿整个故事，哆啦a梦从未对这一目标产生过动摇。然而为了实现这一目标，哆啦a梦通过无数个暖心的小故事来一步步地努力着。角色的目标和信念既是人物的灵魂，作者应该将角色实现这一目标的过程作为作品的通篇主旨，去逐渐构筑漫画作品的主线情节。

第二点，异于常人的能力。主角之所以能够当此重任，一定是因其独一无二的特征。而在坚定的目标之后，必须要有独一无二的能力来实现目标。这一能力往往是通过假设和幻想设定出来的。如前文所讲，哆啦a梦之所以能够照顾野比健康成长，是因为设定中哆啦a梦是来自未来的机器人，拥有很多来自未来世界的科幻道具。正是因为具备这样的能力以及正确的价值观，才能引导野比身心都朝向健康的方向成长。再比如《SLAM DUNK》中樱木花道天生具备极强的身体素质和反应能力，才能在篮球比赛中逐步成长为队伍不可或缺的篮板王，最终带领湘北队击败全国最强王者。可见漫画主角的能力设定，一定是可以巧妙帮助主角达成目标，完成使命的，且应该具有独创性。

第三点，角色要有弱点。而且这一弱点应该是“世界之最”。而弱点这一设定可以在多种场合发挥巧妙的作用。比如哆啦a梦怕老鼠，作者将其塑造为全球最怕老鼠的角色。提起怕老鼠的漫画角色，没有哪个可以和哆啦a梦相提并论。更加有趣的是，哆啦a梦是猫型机器人，这与猫抓老鼠的动物天性形成强烈反差，更加突出了角色的标签化。

综上所述，我国漫画市场逐渐走出了与国际漫画市场不同的道路。市场的快速发展尽管带来了诸多问题，同时也开创出了更多机遇。我国漫画平台与漫画作者不应发展成攻守关系，而应该通过更开放和包容的态度，在健全的市场体制和法律保护下，达成共同合作的双赢局面。平台应该更加尊重作者的知识产权和应得的利润分配，而作者应该用更多的时间和经历，去为市场提供多元化的优质内容。这样，我国漫画市场才能健康有序地长远发展下去。

#### 参考文献

- [1][中]赫丽申.移动互联网语境下的新漫画类型研究[J].艺术教育,2019(05).
- [2][日]藤田和日郎著.优莱柏译.读者勿读[M].福建科学技术出版社,2019.
- [3][中]陈茹.新媒体漫画的创作特征和发展前景[J].新闻战线,2018(07).

#### 作者简介:

王晓东(1984-),男,河北省石家庄人,硕士,传媒艺术系教师,凶毛人漫画工作室创始人,漫画家,故事版艺术家,第二届全球Silent Manga Audition漫画大赛亚军,至今仍在教学一线任教并坚持漫画创作。