

韩国漫画的电影情缘

暖 晴 木 星

前不久在中国社交网络上流传甚广的漫画《整容液》让很多中国网友看到了韩国漫画的独特风格,漫画家吴城垓的其他几部作品也被陆续“挖”出来,如《妻子的记忆》、《养盒子》、《被诅咒的画廊》、《杀死魔术师》等,这些故事想象力惊人,通过悬疑和惊悚的手法展现了人性最脆弱的一面,都有被搬上大银幕的潜质,甚至有人称吴城垓是韩国网络漫画界的金基德。

漫画家极具想象力的作品已成为创新力日渐不足的韩国影视创作的灵感来源,换言之,原创漫画成了影视创作者争相追捧的热门IP和创意金矿。然而,从韩国历年漫画改编影视作品的成绩来看,单论票房,成功之作也只有《苔藓》、《我爱你》、《隐秘而伟大》寥寥几部。2011年,改编自韩国漫画的好莱坞电影《驱魔者》在韩国上映,但观影人次不足10万,北美票房更是一塌糊涂。可见,“人气漫画”可以是拯救创意枯竭的救命稻草,但在高期待值的重压下,也暗藏着失败风险。如何挖掘这座创意金矿、发挥最大价值,需要不断地探索 and 尝试。

网漫兴起,早期试水失利

2000年初,韩国纸质漫画市场几乎崩溃,漫画家只好通过网络寻求出路。韩语中有一个专有名词 Webtoon,是网络(Web)和卡通(Cartoon)的合成词,指的正是网页版漫画。韩国两大门户网站Naver和Daum开设网络漫画专区,与漫画家们签订合同,在每周的指定日期更新漫画作品。

其中一些人气漫画故事扎实、情节有趣、角色个性突出,在网罗到一批忠实读者的同时也吸引了电影人的目光。2006年,漫画家姜草的恐怖漫画《公寓》和“B级达官”的漫画作品《多细胞少女》的改编电影同时在暑期档上映,但最终票房惨淡。《公寓》是一部“19禁”恐怖片,讲述女主角看到对面公寓每晚9时56分就会灭灯,居民接二连三死去,自己也被卷入恐怖事件的故事。该片导演安兵基曾执导《鬼铃》、《笔仙》,近几年专攻华语恐怖片创作,他曾开玩笑地“抱怨”姜草的原作太有趣太完美,让电影润色特别困难。事实上,虽然电影呈现出了更多的视觉冲击,但观众普遍认为还是漫画的紧张感更胜一筹。

《多细胞少女》则是一部实验性颇强的电影。除了金玉彬饰演的女主角串起故事主线之外,由一些看似没什么关系的小故事构成,片中还夹杂了奇幻、无厘头、歌舞元素,让大部分韩国观众不知所措,平均分2.19,是《丑闻》导演李在容个人作品的最低分。

尝试多种题材,《苔藓》大获成功

虽然早期试水的两部作品失利,但韩国漫画改编电影并没有就此停下脚步。2008年,同样改编自姜草漫画的爱情电影《傻瓜》有97万观影人次,同年,另一部姜草漫画改编的电影《纯情漫画》上映,收获73万观影人次,姜草首次以编剧身份加盟电影创作,并客串了片中雨伞店老板。

一时间,姜草作品成为电影人眼中的香饽饽。随后两年中,姜草漫画接连被搬上大银幕,涉及爱情、惊悚、现实批判等多种题材,都获得了不错的票房,姜草成为韩国漫改电影第一人。

2011年,聚焦老年人情感生活的《我爱你》以黑马之势动员了165万观影人次,大获成功;同年,《朋友》导演郭景泽与权相宇、郑丽媛将爱情漫画《痛症》搬上大银幕,最终收获70万观影人次。2012年8月上映的惊悚片《邻居》是《海云台》编剧金辉的首部导演电影,该片演员和漫画人物的同步率极高,深受好评,最终动员观影人次243万,主演金成钧还凭借该片获得了当年大钟奖最佳新人男演员奖。

在姜草作品盛行期间,根据尹胎镐同名漫画改编的悬疑惊悚片《苔藓》在2010年上映,以335万观影人次创下了当时漫画改编电影的最高票房成绩。2007年面世的原作漫画曾创下3600万人次点击率,并获得了当年“大韩民国漫画大赏优秀奖”的荣誉。该片是商业触觉十分敏锐的导演康佑硕执导的首部惊悚电影,其成功令电影人看到了漫改电影的更多可能性,也催生了之后更多的漫画作品被搬上大银幕。

漫画改编常规化,《隐秘而伟大》创巅峰

随着漫改电影的不断增多,许多作品反响不温不火,电影人开始意识到,漫画改编并非万能灵药。漫画读者一般希望电影能够完全按照漫画去拍,有的电影人坚持改编以符合电影市场的要求,有的电影人试图在照顾读者需求和个人创作上寻找平衡,但最终效果都不尽如人意。

2013年,“南北题材”同名漫画改编的电影《隐秘而伟大》上映。原作漫画由崔钟勋创作,曾获韩国 Contents Award文化体育观光部长官奖,网络人气排名第一,在宣布改编之初就备受期待。最终,《金福南杀人事件》的导演张哲洙对漫画情节的高度还原让漫画读者心满意足,而影片讲述“南北”故事的轻松明快基调也获得了普通观众的认可。影片上映36小时后,观影人次突破100万,创下韩国电影最快的速度。在连续刷新影史11项纪录之后,《隐秘而

韩国漫画改编电影的巅峰之作《隐秘而伟大》对漫画情节的还原还原作者心意,而影片讲述“南北”故事的轻松明快基调也获得了普通观众的认可。(图片来自网络)

伟大》以近700万观影人次胜利收官,并为新人演员金秀贤获得了大钟奖和百想艺术大奖电影部门的最佳新人奖。

除了《隐秘而伟大》,2013年还有一部漫改电影值得关注——中韩合拍、总投资达2000万美元的棒球题材电影《大明猩》。该片是韩国电影首次尝试非转制3D拍摄,打行了亚洲首个运用真人捕捉技术完成的CG动物角色。虽然在特效制作上具有里程碑意义,但最终影片在韩国本土仅动员了132万观影人次,遭遇票房滑铁卢。好在中国上映10天票房过亿,挽回了些许损失。

《大明猩》改编自韩国国民漫画家许英万的人气漫画作品《第七个球队》,在韩国拥有广泛的读者基础,加上棒球这个“国民运动”题材,影片似乎没有“不卖”的理由。此次失败让韩国电影人更清醒地认识到漫画改编绝非易事。这一年,上映的还有李钟圭原著漫画改编的



《传说的拳头》和漫画家郑严植亲自执导的《两个心脏》,但两部影片均属雷声大雨点小,票房成绩远不如预期。

2014年,由Keean84原著漫画改编的《时尚王》被观众集体吐槽,观影人数不到60万。2015年,洪作家原著漫画改编的《猫的葬礼》虽然拉来了偶像组合Super Junior成员强仁担当主演,并视死如归地挤进了1月贺岁档,但最终仅在45块银幕上映,仅有2865人观影……目前,漫改电影的数量和票房失败的作品数量似乎在成正比增长,但电影人仍在前赴后继期待着能有惊喜出现。

根据2013年人气漫画改编的大尺度“19禁”影片《19:嘘!禁止想象!》未能在影院上映,而是于2015年初在IPTV网络上收费播出,制片方计划继续制作续集,将在今年内上映。这或许是小成本漫改电影的一种新思路。

(原文刊载于时光网,有删改)

呈观点

9月1日,新修订的《广告法》正式施行,新法修改幅度较大,涉及面较广,对原来的很多内容和规定进行了扩充和细化。这部有“史上最严”之称的《广告法》能对动漫产业形成利好吗?答案是肯定的。

首先,明星代言或将减少,动画广告数量有望大幅增加。

根据新法,广告代言人在广告中对商品服务做推荐证明,应当依据事实,符合本法和有关法律、行政法规规定,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务做推荐证明。在虚假广告中做推荐证明受到行政处罚未逾三年的自然人、法人或者其他组织不得再为广告代言。在法律责任当中也相应规定了广告代言人违法推荐或者证明的行政责任和民事责任。

虽然新法处罚的主要对象是虚假广告,但客观上对明星代言广告的行为进行了较为严格的预警,尤其是一旦出现问题将导致的连带行政责任和民事责任、三年内不得再为广告代言的经济损失,都较有威慑力。因此,明星代言广告数量可能会有所减少,而以动画形式推出的广告则有可能大幅增加。

其次,卡通形象代言将成为童星代言的主要替代品。

新法规定,不得利用十周岁以下未成年人作为广告代言人。

该规定对于儿童类产品的影响比较大,比如《爸爸去哪儿》中的明星儿童目前多有代言儿童服装、食品、饮料等产品,但今后这些儿

童产品将不能再使用儿童明星代言。那么显而易见,另一个对儿童群体有较大影响力的“卡通形象,将会成为主要替代品。可以预见,未来大部分儿童产品的广告都将用授权的形式让卡通形象来出演,或者自己开发新的卡通形象进行营销。

再次,对动画创意内容的效果研究加强,神经营销有望迎来大发展。

明星代言的基本逻辑是依靠明星的粉丝效应和社会影响力来促销产品,因此,只要选择了一个符合受众群“胃口”的明星,无论广告拍得多烂,都会有粉丝去买产品。在此情况下,广告的创意价值被弱化了,广告效果的研究几乎完全让位于对代言人选择的研究。

新法对明星代言和童星代言有所限制和约束后,动画广告和卡通形象营销将迎来黄金发展期,同时,对二者的效果研究也将受到广告公司的重视。除了传统的问卷调查外,一种基于脑科学的新型研究方法正在得到广泛应用,那就是神经营销。

通过测量受众在观看广告时的脑电波,神经营销理论可以有

效分析受众对视频片段的情感变化、喜好度变化,从而有利于广告公司选定更好的形象,保留更好的台词,进行更好的拍摄和剪辑。可以说,神经营销理论有望指导国内动漫企业制作更富影响效果的动画广告和卡通形象代言广告。

资讯角

吉林动画学院举办建校15周年校庆

本报讯 (记者程丽仙)2015年9月15日是吉林动画学院建校15周年纪念日,为进一步总结学校发展历史、展示办学成果、提升学校品牌影响力、加快推动吉林省动漫产业发展,9月14日至16日,学院以“引领未来”为主题,开展了建校15周年校庆系列活动。

据了解,来自中、韩、美、意等近20个国家和地区的50余位国际知名影视、动漫、游戏领域专家学者将参加校庆期间举办的两大高端论坛和十余项活动。其中,2015中韩影视传媒高峰论坛以“中韩影视传媒发展新思维与新动力”为主题,共同探讨中韩两国在影视传媒领域的发展机遇与合作前景;2015中国·吉林国际动漫游戏论坛由动画、漫画、游戏三个分论坛组成,邀

请了十多位来自中、美、韩等国的行业专家,分别就“时代的文化碰撞与行业的经验交流”“创想与梦想的漫创之途”“数字娱乐与数字生活”三大主题进行探讨,分享动漫游戏产业的前沿动态。

除了两大主论坛以外,校庆期间还将举办建校15周年成果展、设计论坛、广告论坛、2015青少年艺术素质教育论坛、第七届“雪狼杯”动漫作品大赛颁奖典礼、校友座谈会、电影学院揭牌等一系列丰富多彩的活动。

成立于2000年的吉林动画学院是国内首家专门培养动漫游戏人才的一民办普通高等院校,现有在校生1.2万人,教职工1100余人,已培养毕业生12届,为国家 and 地方输送人才近2万人。

第12届中国动漫金龙奖增设行业奖

本报讯 近日,中国国际漫画节金龙奖组委会宣布,第12届大赛增设行业类奖项评选,即日起面向国内公开征集,任何企业/机构或个人均可报名参加。

据介绍,行业类奖项包括五大类别:最佳动漫角色奖、最佳动漫IP奖、最佳动漫品牌奖、最佳动漫与游戏平台奖、最佳动漫与游戏经理人奖,评选标准包括行业影响力、市场价值、社会责任、成长性与

励德漫展公布2016年“中国计划”

本报讯 (记者程丽仙)9月10日,纽约漫展(NYCC)创立者、全球知名的流行文化展会策划团队励德漫展(ReedPOP)在北京举行分享发布会,回顾了今年5月16日至17日举办的上海漫控潮流博览会(Shanghai Comic Convention,简称SHCC),并发布了2016年将在北京和上海两地举办漫展的计划。

4个月前的SHCC是励德漫展为中国漫迷带来的首次漫展体验,41家参展商和20多位境内外影视嘉宾、创作嘉宾的参加,使到场的1.4万多名漫迷不仅可以购买正版漫画、玩具、模型、手办、周边,还可以和嘉宾进行多种互动,如合影、现场作画、技艺切磋等。据SHCC 2015现场观众调研,25岁以上的观众占36%,19岁至24

岁占52%;年收入5万元至10万元之间的占29%,10万元以上的占18%;有13%的人每年在动漫周边产品的支出为5000元以上,14%的人支出1000元至5000元。

“粉丝对专业漫展和流行文化的热情坚定了励德以本地漫迷为中心的理念,也让团队对漫展的未来充满信心。”励展博览集团项目总监汪初春表示。据介绍,2016年,励德漫展将首先于6月在中国国际展览中心顺义新馆推出北京漫控潮流博览会(Beijing Comic Convention, BJCC);11月将在上海推出第二届SHCC。“从嘉宾、互动活动、展商/展览三大板块出发,明年京、沪两地的漫展活动内容会在2015 SHCC的基础上变得更加丰富充实。”

创作者是“多面手”

动画艺术不同于其他艺术样式,它集合了绘画、漫画、电影、摄影、音乐、文学等众多艺术门类于一身,是一种综合艺术。因此,在某种程度上,一名合格的动画创作者除了熟悉动画的创作过程和环节之外,还需要了解或擅长其他方面的专业技能。

在早期的动画艺术家手中,多才多艺者比比皆是。如漫画家出身的特伟从小喜爱文艺和体育,天生一副好嗓子,上学时成绩最好的就是“唱歌”。从事动画创作以后,这些爱好变成了得天独厚的知识储备,以京剧样式创作的动画《骄傲的将军》便得益于他的艺术喜好和经历。而他的艺术人生也因爱好而不断超越和突破:从漫画到动画,从传统二维动画到剪纸动画再到水墨动画,他无不涉猎;从东北到上海,从国内到国外,他用自己的动画语言征服了无数观众,深深影响着每一代动画人。

无独有偶。被誉为“美影三剑客”的动画导演王树忱、詹同和安达(徐景达)也是漫画家,他们在执导动画之余创作了大量的漫画、连环画、插图等,其中,王树忱还以“王往”的笔名创作了《红色信号》、《哪吒闹海》、《山水情》、《慈禧坐火车》等动画片的剧本。英年早逝的安达在钢琴演奏方面有着较高的专业水平,一口流利的英文在上世纪七八十年代中外动画频繁交流中起到了关键作用。

优秀的作品必定出自优秀的艺术家之手。一专多能的艺术修养是老一辈动画家的毕生追求,而这多方面的

中国动画好品位从何而来

李保传

修养最终又体现在作品之中,凝练成一种鲜明的艺术风格,最终赋予作品较高的艺术品位。相比之下,今天的动漫创作者很多只是掌握了一些绘画能力,就开始从事动画的制作和拍摄工作,远未达到动画这门艺术所需要的综合能力和文化素质水平,这恐怕也是新创作的动画片没有过去美术片那种深沉的文化气质和丰富的艺术细节的原因之一。

汇聚名家,跨界合作出佳作

作为一种综合艺术,动画创作还需要聚集各方面的专业型人才。在上海美术电影制片厂未建厂之前,因没有专业作曲人员,美术片的作曲只能请故事片作曲或上海音乐界名人担纲,如上海音乐学院著名作曲家丁善德曾为《小小英雄》、《神笔》等4部美术片作曲,上海音乐学院教授桑桐曾为动画片《采蘑菇》、《小铁柱》作曲,电影作曲家陈歌辛曾为《拔萝卜》、《骄傲的将军》、《乌鸦为什么是黑的》谱曲,黄准为《小猫钓鱼》、《好朋友》、《野外的遭遇》(与寄明合作)作曲。其中,《小猫钓鱼》的插曲《劳动最光荣》数十年来广受幼儿欢迎、传唱至今。

1957年美影厂建厂以后,影片产量骤增,当时的专职作曲只有黎锦晖和吴应炬二人,为了满足生产需要只能面向全国邀请音乐家参与动画作曲,比较知名的有马思聪、郭任远、通福、严金萱、张洪翔、张林漪、丁炬、陈玉昌等。

可以说,参与动画制作的音乐家远多过美术家,不过,美术家参与动画美术设计的故事更为后人津津乐道。如华君武与《瓮中捉鳖》、张光宇与《大闹

天宫》、韩羽与《三个和尚》、程十发与《孔雀公主》、李可染与《牧笛》、张仃与《哪吒闹海》、刘绍荟与《火童》、柯明与《天书奇谭》、朱新建与《选美记》、吴山明与《山水情》、于志学与《雁阵》等。以上所列均为划时代的经典作品,而对应的美术设计者都是国内知名的艺术大家,名家成就名作,相得益彰。

2000年以来,中国动漫以产业大发展的姿态驶入快车道,但鲜有动漫形象出自名家之手的案例,不少动漫形象集体进入“审丑”行列,从人物形象到剧情都与“以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”的创作理念背道而驰。

当然,这不是说没有艺术名家的参与就一定导致动漫形象不尽如人意,早期美术片创作之所以邀请知名画家是因为画家的艺术风格与导演的动画作品在“气质”方面比较吻合,是作品的艺术品位把各路名家连接到一起。

创作需要静下心来

分析早期动画创作的分工,我们会发现,画得好的可以做动画设计,动画设计做得好可以升格成为原画,原画工作熟练且熟悉其他环节者方能胜任导演一职。导演、原画、美术设计、动画设计、描线、上色、背景设计等是一系列工种,有的人甚至在某一个工种上工作了一辈子,比如赵孝萱、刘凤展——尽管没有导演过一部作品,但丝毫不会影响(她)们在中国动画史中的地位。

在今天的动画创作队伍中,以导演居居多有人在,哪怕只是制作过一部FLASH,甚至有作品的署名导演是毫无创作经历的企业老板,完全以一种随