

连环画“连环套”套住了谁的手脚

辛平

从张乐平、叶浅予等中国一代绘画巨匠笔下走来的中国连环画，却不复往日的荣光。在动漫作为国内创意产业一支主流正恰逢发展大机遇的今天，中国的连环画却面临着从理念、内容、技术到营销的一个个瓶颈，他们如同一副连环套，套住了连环画的手脚。

《连环画报》的前世今生

穿过北京东城北总布胡同一条曲折幽静的甬道，在中国美术出版总社院子的尽头，有一栋略显陈旧的楼房，楼梯早已凹凸不平，裂缝累累，墙壁粉刷之处也已千疮百孔，石砖裸露。在楼梯一侧，“《连环画报》编辑部”的标识却为之添上几分神秘色调。

屋子里，编辑部的成员们正伏在案头忙碌，文件、草稿和画本铺满了发白的办公桌，靠窗的角落旁挂着一件六成新的军大衣，地下随意堆放着四叠连环画，最上面的那本是去年刚出的《抗震救灾众志成城——5·12汶川大地震纪事系列连环画》。

总编辑何冰神情显得自然随意，对于这间办公条件略显简陋的楼房，他并不觉得十多年来的工作单调乏味，反而好奇地询问记者：“你80后的人怎么会对连环画感兴趣？”

中国连环画成为一门独立的艺术只是近百年内的事。但在何冰看来，中国的连环画已经是过去的光辉。

对于很多80后、90后的读者而言，中国连环画的涵盖范围只限于传统的16开本“小人书”，内容都是围绕传统的教义文章、革命小说，“小图片搭配下方文字”的方式几乎成了国产连环画的固定模式。

在总编室里，何冰手捧着2009年第8期的《连环画报》，眉头并没有舒展。《连环画报》就是连环画历史的“缩影”。1951年创刊的《连环画报》是中国目前仅存的连环画画刊，目前的销量已从上世纪80年代的128万份骤降到今年的1万份左右。

中国连环画家的“贴牌”生计

在国外市场，中国连环画的身影更是沉寂了数十年之久。北京天视全景文化传播有限公司的总经理王宁对此深有体会。2004年，他第一次来到法国，着手准备向国外宣传中国连环画漫画产业。但他愕然的发现，与国外眼花缭乱的连漫展相比，对中国连环画有了解的人寥寥无几。“曾经有很长一段时间，我觉得中国没有连环画。”法国连环画家Trto便曾这般对他直言。

王宁指出，在国外画界眼中，连环画的“中国式”瓶颈并不少。比如作品的原创性缺乏是致命的，以及“模仿风”目前太泛滥，导致传统画作的精华被忽视。

相比起疲弱不振的中国连环画业状况，国外连环画却呈现出迥然不同的态势。

在法国首创用中国毛笔进行绘画的爱德蒙·伯顿是欧洲连环画的国宝级人物，他目前的工作非常忙碌。除去喝咖啡的时间，伯顿正费神为打入中国连环画市场绞尽脑汁。而他选择的合作伙伴，直接转向了年过六旬的中国传统连环画大家。

针对中国连环画的“弱项”，伯顿决定自己当策划人，提供连环画的故事大纲和情节思路，将连环画创作变成“小型艺术策展”活动。他将目光投向了连环画家聂崇瑞，作品则锁定中国人耳熟能详的《包拯》。

以绘画连环画起家的聂崇瑞现年六旬有余，是目前国内为数不多还在坚持精美连环画创作的画家之一。《环球》杂志记者在采访中看到了他的新作《聂小倩》，和过去的16开本小绘本相比，聂崇瑞已经在传统连环画的绘画基础上做出尝试。不同于日式漫画的显得有些凌乱的布局，也不

同于 16 开本小绘本的单一布局,《聂小倩》的画面分布条理清晰,构图各有侧重,中国传统绘画技法却一点都没有被掩盖。

“中国连环画家的写实水平是独一无二的,国外很多大师都很佩服,中国画家并不缺技术。”聂崇瑞说。他指出,目前国外的画界纷纷找中国传统绘画大家合作,他们提供“情节”,我们提供“技术”。

“我有时候也会担心这种中外合作的方式能把中国连环画推向多远。”聂崇瑞的想法并不是孤立的,许多和他处境相似的连环画家也表示了相同的担忧。

然而,市场的销量是画家们无法忽视的。70 后画家聂俊回忆起 2005 年在国外销售自创作品《丢丢侠》时的情景。从国内几十册的年销量到在法国推出第一个月的上百册,聂俊表示大感意外。目前他正和法国连环画界合作绘画《西游记》系列。以水彩浓墨重彩描绘的中国山水和造型,配上中国特有的传统文化情节,该连环画册的第一季在法国一推出,3 个月内销售便过万册。

记者从法国连环画评论协会(ACBD)了解到,从 2008 年初到 10 月末,法国共出版了 1500 种新的连环画,而销售量在 10 万册以上的为数不少。虽然遭逢金融危机,法国连环画仍然“怡然自得”,以致今年 3 月,该协会的秘书长吉勒·拉捷兴奋地期待道:“法国出版商力争在秋季收获硕果。”

而问及国内的连环画新作种数,王宁却对记者说,“据我了解,这几年来平均下来都没有 100 种。”

变革之法

今年 4 月,在日文版、法文版、韩文版已分别在国外出售后,天津神界公司原创漫画《四大名著》系列的中文版终于在国内亮相。它历时 7 年绘制,全套共 80 册。翻开作品内页,细心的读者不难发现其中传统连环画的影子。糅合了中国工笔重彩国画艺术、中国传统连环画造型技法,配上现代电影镜头语言的风格的《四大名著》俨然是聂崇瑞心中连环画的一大“变革”。

但在一位不愿意透露名字的专家看来,此类产品的海外销售乃一直仰仗四大名著系列的大名,而先往外产再往内销的方式也反映出中国自产作品的困难处境。“陈旧的题材是作品的硬伤,绘画技巧上的创新不可能拯救中国的传统连环画的没落。”他对《环球》杂志记者直言道。

面对传统连环画轻内容重技术的软肋,在商业市场之下,究竟什么才是中国连环画的改良之路?

“国内的分级制度迟迟无法建立,这是中国连环画产业别于国外的一大劣势。”王宁告诉记者,“国外按年龄段划分连环画的等级,从儿童、少年、青年、成人、老年人都有相应可供阅读的连环画书籍。”

这是他在 2004 年夏天参观法国书展的亲身体会。在一位连环画家的签售会上,一名中年妇女上前握着画家的手激动地感谢画家的作品,因为“感动于画面和故事”,该读者已经把书翻得残旧,所以决定再购买一本。王宁由此想到了国外严谨规范的连环画分级制度。

“分级制度能更好地划分市场这样对推广连环画极其有利。”王宁坦言。

而在何冰看来,连环画完全可以被赋予新时代的气息,“回到连环画的本源”是改革的关键:有意识地淡化过于强调说教的传统,追求现代普适价值来契合目前的新环境。只有让原本面向儿童消费市场的连环画重新进入成人主流视野,让连环画在产业中重拾娱乐性、艺术性和现代性,才是传统连环画的变革之路。(《环球》杂志实习记者/罗利娜)

翻开内页,《环球》杂志记者也不免诧异,《连环画报》依然维持着往日的排版模式,整齐划一的图片布局,图片下方统一搭配的文字,唯有封面栩栩如生地刻画起红军长征的情景——那是出自沈尧伊之笔。

何冰也不免担忧:“这已经脱离了时代。”

上海美协连环画艺委会主任叶雄对此也深有体会。在今年 6 月的上海美术大展上,穿越琳琅满目的日韩漫画新品,避开随处可见的国画、雕塑和油画作品,叶雄亲自将寥寥几幅的连环画展

示在二楼夹层地带。对比应征画作创纪录的 2000 多件的总量，连环画的投稿数则显得极其惨淡。

“题材和技法上的一成不变，让这些画几乎看不出时代感。”叶雄忍不住感慨道。

但一直以来，在连环画、漫画界，中国学者却有个不成文的讨论话题：连、漫到底分家不？在西方早已将“连环画”和“漫画”视为一体时，中国对连环画家和漫画家过于细分的定义，也在一定程度上困扰了许多业内人士。

中国连环画研究会常务理事吴玉朴心头便有一件遗憾事。他念起日本漫画家代表团的两次访华交流，当他得知日方团队中有最著名的连环画家手冢治虫和赤冢不二夫时，吴玉朴感到很遗憾，因为中国只派出了漫画家进行接待，而“连环画界可能觉得专业不对口，退避三舍，失去了很好的交流机会”。