

对于漫画, 中老漫画家各有话说

■韩晖(中国美术学院传媒动画学院动画系主任)

曾经参与过一个策划会议,一位来自军旅的漫画专家在其汇报材料中提及中国“最早的漫画”,其中有东汉画像砖《伏羲女娲图》、明宪宗朱见深《一团和气图》、清朝乾隆年间“扬州八怪”中的画家黄慎《有钱能使鬼推磨》、罗聘《鬼趣图》等等在美术史上值得一书的画作。

在著名漫画家毕克官老先生与黄远林先生所著的《中国漫画史》(文化艺术出版社2006年1月版)中,对以上画作也列为“古代的漫画作品”这一章节。“只要我们把握住漫画的艺术特点,从实际出发,而不是从有‘漫画’名称出发,就可以发现,在我国古代是可以找到不少具有自己民族特色的漫画作品的。”也许这位专家就是受此观点启发,开发挖掘出我们诸多的比欧美日多年前的“漫画作品”,并以此为学术研究成果。我并无意争辩这位专家所说的“最早的漫画”具体是哪一幅,但如果仅仅以画面上有夸张,或者幽默、抽象讽刺寓意等手法就将其视为“漫画”,这有所欠妥。

如果翻开其他各类的漫画史书籍,各种前人的研究成果大多会提及诸如在南亚洞穴中发现的古老漫画、在佛教寺庙12世纪遗留下来的日语叙事滚动图画、中国古代仰韶文化的陪葬用品、德国十六世纪宗教改革前故事图,皆言之凿凿,谓漫画文化足迹深远,均认为漫画的起源,应该以石雕造型、洞窟壁画……等图腾崇拜时期为出发点。甚至有认为甲骨文是最早的“写意漫画”,这种现象就像说起中国最早动画开端时,我们言必提及中国的传统皮影戏,并与有荣焉一样。毕克官在其书中还说过:“漫画长于讽刺,这是没有问题的;但不能说所有以讽刺为内容的绘画作品都是漫画”,而长久以来各方学者、专家们都是以是否具有幽默抽象讽刺意味来界定其是否是漫画,基本没有考虑漫画的可大规模复制这一传播介质与功能。

漫画的规模化复制传播功能

漫画作为一种利用描绘图画来述事的视觉作品,从“漫”这字眼上可见其风格上不受约束,随便、随意。手法上多采用虚构、夸饰、写实、比喻、象征、假借等,并辅以文字、对白、拟声词等等来增加可读性。但是它绝对不只是这样,还应该考虑到它所



剪纸动画片《狐狸打猎人》经典画面 上海美术电影制片厂出品

负载的媒体介质以及它的传播功能。

近代随着欧洲印刷技术开始传入,大规模的复制流通成为可能。我国才由报纸刊物上刊登国外漫画,发展到刊载国人创作的漫画,因此产生了我国的前辈漫画家们,如丰子恺、叶浅予、张乐平、华君武、米谷、廖冰兄、丁聪、方成等。在当时政治语境下时政的需要,作为社会现实的艺术化反映,漫画不可能脱离政治而存在,故而艺术表现力上注重的是其讽刺作用,在其他的个性上并没有得到很好体现。画家从政治事件中或日常生活中取材,透过夸张、比喻、象征、寓意的手法,表现幽默诙谐的画面,藉以讽刺和揭露事物的真相,由此,以讽刺夸张等特点见长的漫画成为了主流。

老一辈漫画家的作品基本我们都曾经从各种画刊、报纸、杂志上看到,这些作品内容基本上是反映了当时的社会现实,风格上也大多数是以黑白简笔画形式来呈现一个绝妙的构思。可以说,那时候的漫画是

现实主义的,发挥了积极的社会功能。但如果从其传播介质上来看,基本都是刊登在印刷出版物,如在报纸杂志或者专门画刊上,与那些“最早的漫画”一幅两幅只能是个人的收藏品及小范围传阅,存在着截然不同的传播途径及广泛的社会效应。“最早的漫画”只能说是漫画的原始雏形,或者是具有漫画夸张意味的“绘画作品”,但并不具备漫画的规模化复制传播功能。

漫画的功能转型

上世纪80年代末90年代初起,随着经济的发展,外来大众化影视、动画、漫画产品和读物的涌入,带动了本土漫画原创者的培养和提高,我国新一代漫画家在画风、题材、故事情节等的个性更加鲜明。传统讽刺类漫画赖以生存的阵地,因为报刊杂志的市场定位的改变发生了改变。读者口味有了很大转变,漫画开始向娱乐休闲功能转变。更具有娱乐性、服务性、知识性的新型漫画内容成为主流媒体的焦点,漫画已从报刊杂志上的时政讽刺漫画,扩展变成了社会化的大众传播媒介之一。

漫画这一概念也不单指以幽默诙谐的画面来揭露事物真相这类的讽刺、寓意漫画。现在的漫画除了传统的单幅或四格讽刺漫画外,还包括了融入娱乐性、戏剧性的内容和视觉性的表现方法、含有电影语言的新型漫画。漫画作品也不再是以简约、朴素、直白的风格,而是辅以出奇的点子构思呈现,手法多样化,视觉效果强烈。所涉及的内容范围也从政治、经济、历史、社会生活,拓展到科学幻想、探险、奇闻逸事、恋爱、体育、科学、宗教、幽默玩笑以及文艺小说、纪实报告文学等等。更加关注作为个体的人、贴近现代社会生活,对人既有关爱也有无奈的嘲讽,以幽默感人,记录点滴人生顿悟,用画面去表达作者的思想感情和对人生的认识,内容题材上无所不包。

二十多年的发展虽然相比起欧美日等国较短,但各类的新型漫画作品出现了许多,更有些在商业上获得了巨大的成功,这也造成强调思想性、方向性意味浓厚的传统讽刺幽默类漫画的阵地严重萎缩,处境尴尬,加之画面视觉冲击力不够,在大众阅读的自由选择上渐趋处于劣势。

不再是老一辈眼中的“精英文化”

在不少传统讽刺幽默漫画创作前辈看来,这新型漫画不是他们眼中的具有幽默讽刺意味的漫画,不是属于传统主流媒体的角色,多数从未尝试了解过或者深入研究过,却片面认为内容肤浅幼稚不堪,缺乏批判性、思想性、教育性,无法与前辈漫画作品的“高雅”意味相比,不能算是“漫画”,甚至嗤之以鼻、不屑一顾,同时在各类漫画史研究著作中更是极力避免谈及这一问题及深入分析。

由于受技术限制的因素,传统漫画的传播媒介是单一的、平面的、基本阵地就是报刊杂志。而伴随时代的发展,我们已经处在一个众所纷纭的“某某时代”,如互联网时代、新媒体时代、读图时代、自媒体时代等等。世界早已日新月异,读者阅读习惯发生了颠覆性改变,博客、微博、微信等的诞生使得每个人都可以掌握自己的话语权、选择权。漫画早已不适宜承载太沉闷或是深刻命题的形式,它已经是一种大众娱乐文化、消费文化、市场文化,是经济转型的产物,不再是老一辈人追求理想价值目标、代民立言的精英文化。

在这样的时代背景下,各种新词汇、新语境、新事物、新知识时刻发生发展,也许在对待漫画史研究上,将来还会有更多不可思议或者令现在的一辈漫画家陷入尴尬处境的时期,在漫画史的研究上“孰是孰非”明确的研究态度与理性思索确实是我们当前迫切需要思考的问题。



美国动画电影《木偶奇遇记》由华特·迪士尼制作,汉密尔顿·卢斯科导演,于1940年2月首映。