

媒体融合背景下《名侦探柯南》动漫 IP 发展借鉴

□ 郑绮琦

摘要:随着国内经济与社会的发展,动漫 IP 产品也在飞速发展,涌现了一批如《全职高手》等的动漫 IP。而邻国日本是名副其实的动漫王国,其动漫产业周期性长,实现了在媒体变迁的时代,从漫画到影视的跨越。文章试图借助《名侦探柯南》这一“长寿”动漫,从外部环境推力和内部环境推力进行分析,试图还原该 IP 能够长生不衰的原因。

关键词:动漫 IP 媒体融合 IP 产业

近年来,我国 IP 改编层出不穷,热门 IP 剧不在少数。当前 IP 改编无论影视还是游戏,都存在质量遭人诟病、后续衍生的周边开发受限等现象,而日本的动漫王国已形成 IP 链条。日本动漫 IP 不仅受众口碑好、生命周期长,而且链条完整。例如动漫 IP《神奇宝贝》,拥有漫画、电影和游戏等产品。因此,笔者选择《名侦探柯南》(以下简称《柯南》)作为分析对象。原因有二:一是案例具有独特性,《柯南》在 1996 年发行,经历了单行本、电视、电影和游戏等多方面的平台传播;二是案例具有典型性,《柯南》是日系刑侦类动漫的佼佼者。

媒体融合背景下《名侦探柯南》动漫 IP 发展概况

媒体融合(media convergence)指随着科技发展,媒体平台之间的边界变得模糊,以数据技术为基础的互联网将内容汇集在一起。《柯南》于 1996 年在《少年 SUNDAY》杂志上开始连载,至今已有 24 年时间,期间经历了各种媒体平台的承载。1996 年,《柯南》由于市场反响非常好,小学馆出版社将其制作成漫画单行本图书进行发售。日本有成熟的产业链条制作体系,在单行本热卖后,《柯南》正式进入“动画化”阶段,随后其他形式的创作产品也随之而来,如剧场版(即电影的形式)和真人版电影及游戏衍生物。《柯南》IP 主要和 CYBIRD 及 NBGI 公司合作,2015 年之前只制作了适合 IOS 平台的同名游戏,之后追加了适合 Android 平台的版本。除此之外,《柯南》在 2016 年还推出了官方 APP。

媒体融合背景下《名侦探柯南》动漫 IP 发展的原因

在《柯南》IP 发展过程中,其生命力如此蓬勃的原因在于外在环境和内在条件的共同推动。主观因素和客观因素影响到了外部环境推力,而作品本身的静态条件和动态条件则对内在环境推力有较为明显的影响。

外部环境推力。日本动漫的崛起有大环境的客观因素。首

先是社会层面的影响,日本动漫崛起于二战后。二战后为了找到战败后情绪的出口,为日本动漫的崛起创造了社会氛围,例如手冢治虫一批动漫作家开始崭露头角。

而恰好科技推动力在 20 世纪 70 年代发生了,电视的普及更为漫画的电视化提供了契机。动态与静态媒介结合,对漫画提出了要呈现“动态视觉”的要求。从上世纪 70 年代起,这种创作风格为日本纸质漫画走上不同的媒体平台提供了可能。以《柯南》动漫为例,漫画中融入了大量动作的分镜,而这些分镜大多数都被原封不动地搬到动画片中。而产业结构也为 IP 能够延续提供了有利条件,如上世纪 90 年代后日本电子游戏产业的快速发展,本土产业也为《柯南》IP 转到游戏端提供了条件。

除了客观因素外,还有日本主政者的认知。日本在 1996 年将动漫产业确定为国家第二位重要产业。^①在政策的带动下,进行了工业化生产,架构出由漫画为核心的动漫产业链等,奠定了其发展的基础。

其次是在 2009 年,时任日本首相麻生太郎提出“酷日本”口号。这一口号被日本政府视为重要的国家实力展现,从而积极投入发展的一项“国策”。政策的诉求是将日本漫画、动漫及电玩市场拓展全球,预计在 2020 年将文化产业的出口产值升至 2 万多亿人民币,并且创造 50 万个新职位。^②

内部环境推力。内部环境推力指的是 IP 自身的特点,它由静态条件和动态条件共同影响。静态条件决定该 IP 是否能够拥有进行广泛传播的价值,动态条件决定其能否在社会变迁的背景下焕发出新的活力。

从静态条件看,《柯南》本身的刑侦类题材占优,具有新奇的特性。主角江户川柯南虽然是小学生的外表,但是由 17 岁的少年变身而来,所以他的思维模式和价值观都是成人化的。因此,柯南本身能够直接描绘出含有人性、社会的大主题。《柯南》中有些振奋人心的名言,比如“真相只有一个”“不要逃避,

要直面现实”等,都符合人们追求正义和真实的价值观。这是《柯南》能够持续获得好评的核心,这一点不会随着社会变迁而发生改变。

《柯南》虽然部分情节推理牵强,但胜在富有想象力。剧中有时会出现高中生拆弹、开飞机等夸张的动作场面情节,也有很多无法想象的现代刑侦工具,如定位仪和变声器等。《柯南》的“夸张”在排除了违反逻辑的现象后,又似乎合情合理,这种现实与虚幻的模糊容易将受众代入其中。

而在动态条件方面,《柯南》会在不改变核心价值观的前提下,与时俱进地改动日常小细节,以此缩短其与受众的距离。例如从1996年至今,漫画里从开始的翻盖手机到如今的智能手机。而对比漫画,电视、电影等影视的更新速度更快,直接依托现实进行部分改编,如剧场版《贝克街的亡灵》在电脑的基础上虚构了可进入虚拟现实的游戏舱。又如《迷宫的十字路口》中多次出现东京的五条天神神社、东京塔及发生在市内的打斗和摩托追逐等,都是基于现实的改编。

除此之外,动态条件上还包括不同媒体平台上呈现的宣传和包装。如电视动画方面,《柯南》邀请现实明星进行客串,以增强趣味性。例如,在2006年播出的TV动画第437集里,日本演员上户彩便以本人的形象和姓名客串出演,她还暗示了和工藤新一的一些秘密。^③而动漫电影方面的主题曲制作多次由日本著名歌星的仓木麻衣等加入,真人影视方面则有日本明星小栗旬参演。这些针对不同媒体平台而作出的调整,都使《柯南》IP久盛不衰。

媒体融合背景下《名侦探柯南》动漫IP发展借鉴与总结

针对柯南IP在上文的分析,本文总结出日本动漫柯南的IP的发展的外部环境和内部环境的两大影响因素。对此,反观我国当前的IP产业状况,习近平总书记提出要树立文化自信,推进文化产业的发展,我国也推出了相关的文化产业政策对IP剧进行哺育,但我国还未形成类似《柯南》这种延续多年的热门IP。而针对此,本文归纳出三大借鉴点。

一、挖掘具有深刻价值观的IP。《柯南》的价值观一直是其被很多人喜欢的原因。它连载于日本小学馆出版社,受众包括很多年轻学生群体。在看《柯南》时,他们也许会惊呼情节太夸张,但《柯南》中对爱人的守护与忠诚,对正义永远的追求甚至愿意付出自己生命的理念,总让柯南迷们津津乐道。由此说明,一部能持续开发的IP,其核心在于拥有打动人的价值观,当受众感受到这份传递的力量时,IP自然也得以被传播。相反,一些IP延伸出的“雷剧”“爽剧”也许会有关注度,但却无法进行下一步开发,也就无法继续发展。

二、在不更改IP自身的核心价值的前提下,对IP的改编与时俱进,精益求精。IP发展并非需要完全还原IP本身,应将其打造得更符合社会的发展。《柯南》的人物形象和情节设置都会随着时代的变迁进行不断调整,插入更多新事件与环境,正如前文所提到甚至还会变更主角使用的器具。而随着电视、电影和手机端等媒体平台不断演变,制作者会随之做出调整,产出更精良的产品,如更换了屏幕比例的画面、增加更生动的细节制作等。对已有的优质IP进行不断创新开发,对购买了版权的企业而言,既可保留已有的受众,还可降低购买新IP的成本,从而减少企业的经费支出。

三、在宣传上与现实黏连,提高关注度。IP与原创产品最大的优势在于其自身已经有固定的受众,在该群体里有较大的影响力。如何巩固这部分受众是每个IP开发的首要问题。《柯南》从漫画走到电影,在每个阶段都选择了较有关度的话题和人物。如东京奥运会期间设置了与奥运会有关的案件,在主题曲上挑选日本风评较好的歌星进行宣传,甚至邀请其客串故事内容。这些与现实发生的联系,可较好地模糊现实与虚拟的界限,使受众和IP发生新的联系。旧有的受众对其有新鲜感,从而容易参与到话题中来。除此之外,这些与现实生活的联系也能让新受众产生好奇,从而有关关注度,更利于IP的宣传。

近年来,随着产业不断发展,我国也有类似于《柯南》这种IP全版权开发的例子。如IP《全职高手》在两年时间内从小说演变成有声书、同名动画、开发游戏甚至改编剧,2019年更是布局广播剧和大电影等领域。和《柯南》一样,这样延长的IP链条必然需要经过不同媒体平台的呈现,但如何在以后更漫长的时间里保持竞争力,《柯南》的IP发展经验能为我国提供参考。

总而言之,在国内寻求IP发展时可从内部环境推力进行考虑,如挖掘出IP能够被认可价值观是其能够持续发展的核心,而在改编上可根据不同的媒体平台进行宣传和包装上的调整和创新。因此,相关制作人抓住当下的发展机遇,需从多方面进行考量,切忌盲目改编、一味求快,只有布局并把握好IP的发展才能有旺盛生命力的延续。(作者单位:广东外语外贸大学)栏目责编:乐禾

注释:

①姜滨:《日本动漫发展的瓶颈:国策规制与历史观缺失》,《传媒》,2014(20)。

②[加]Max Zieng:《酷日本》,北京,三联书店,2011年版,第4-5页。

③动漫星空:《著名演员上户彩加盟〈名侦探柯南:零之执行人〉剧场版 时隔12年重磅回归》,http://acg.gamersky.com/news/201802/1012723.shtml,2018/02/08。