

主題：從出版實務經驗談漫畫如何跨界影視音和劇場 商務交流會摘要

- 主持人：陳怡靜／獨立撰稿人、漫畫企畫及策展人
- 與談人：李亞倫／蓋亞文化公司漫畫部總編輯
- 與談人：林珈如／也是文創有限公司／巴巴文化企畫編輯
- 與談人：趙大威 / 菊箱動畫導演
- 與談人：黃靜宜／遠流出版公司出版二部總編輯&總監

「跨界」在近年來已成為出版產業及漫畫圈重要的議題，透過跨界創作，作品將跳脫原本的框架，以多元的型態激盪出不同的創意及想像，發揮更大的市場影響力，將文本推到更遠的地方。本次金漫獎線上公開商務交流會，邀請漫畫出版社、跨界業者等代表，分享漫畫跨界的實務經驗。

劇本漫畫化讓臺漫被看見 跨界博物館重現本土生態及歷史

蓋亞文化過去 10 年來，出版了許多臺灣原創漫畫，談及背後的初衷，李亞倫總編表示，其實就是一群愛看漫畫的人，希望能用漫畫訴說自己土地的故事。相較於日本漫畫，臺灣的漫畫市場並不興盛，如何從中走出來是蓋亞文化一直在挑戰的事情。2014 年蓋亞啟動「植劇場影視劇本漫畫化」行動，嘗試透過影視資源帶動漫畫曝光的機會，總共改編了 9 部影視作品，包括：臺灣首部演員職人漫畫《魔幻時刻 THE ACTOR》、《花甲男孩轉大人》、《茶靡》等。除了資深漫畫家，此計畫亦培養許多新興創作者，與植劇場廣納不同階段演員的精神一致。當初自植劇場出道的漫畫家，如今也有多位相繼入圍或榮獲金漫獎肯定。

不同於植劇場由影視改編為漫畫的操作，2021 年推出的熱門臺劇《神之鄉》則是從漫畫文本改編成電視劇。陳怡靜好奇地詢問電視劇播出後是否有帶動原作漫畫的買氣？李總編不諱言地指出，銷售量只有略微提升，原因在於臺灣漫畫以短篇為主，影視化需大量擴編其內容，觀眾回購漫畫補足情節的動機較小；若是小說則剛好相反，小說的文本較豐富，買氣提升的狀況相對明顯。

除了影視的跨界合作，蓋亞今年更將觸角延伸至博物館！與各大博物館聯手，將館藏、館內場景等元素納入漫畫，共推出 6 部系列作品：《玦》、《雲之獸》、《滬尾畫帖》、《無價之畫》、《畫電影的人》、《採集人的野帳》。其中《雲之獸》與國立臺灣博物館合作，作者漢寶包和編輯團隊實地深入臺博館庫房內觀察 7 隻保存完整的雲豹標本，將臺灣雲豹化身為漫畫主角，重現其栩栩如生的樣貌。簡嘉誠老師的《畫電影的人》與國家電影及視聽文化中心合作，描寫早期電影海報繪師的故事。書中有一位愛看電影的麵攤老闆，在臺北市某個小巷牆壁上貼滿電影海報，國家電影中心董事長藍祖蔚表示，小時候在西門町闖蕩的看過這種海報牆，《畫電影的人》帶領讀者回味臺灣早期的街巷記憶。

實地走訪老梅了解角色成長背景 改編《海龍改改》盼延續本土動畫能量

巴巴文化以往出版童書類作品居多，包含繪本、橋樑書、青少年小說三大類別，林珈如企編表示，能將榮獲多項文學獎項肯定的小說《海龍改改》改編為漫畫，對出版社來說是個嶄新嘗試。林企編將《海龍改改》跨界創作的成果歸功於菊箱動畫，接著邀請菊箱動畫導演趙大威分享《海龍改改》改編為漫畫及動畫的過程。

趙導演表示，當初看完《海龍改改》小說便深受吸引，認為該故事非常適合視覺化，因此向原作者張國立老師及巴巴文化進行改編的提案，並獲得文策院的支持。目前出版的第一本漫畫只講述小說故事的四分之一，後續還需要三到四本的篇幅，才能完整交待原著劇情。為了深入了解文本，製作團隊親自到故事背景的新北市老梅里進行田野調查。而在劇情的改編上，張國立老師給予製作團隊非常大的創作空間，趙導演指出，團隊將原故事中一位負責機械、技術的男性角色改編成女角「小賴」，以增加角色間的衝突性及火花，在感情線上能有更多著墨。同時將小賴的設定從原本主角的臺北同學改編為老梅當地的孩子，透過小賴呈現老梅青少年成長中所經歷的城鄉差距。

在動畫劇本的改寫上，趙導演表示，原作小說中探討了許多議題，包含親情、夥伴成長、環境保育等內容，考量到電影需要有更明確的敘事主軸，如何取舍原故事的支線，對團隊來說亦是一大挑戰。菊箱動畫過去曾擔綱動畫電影《幸福路上》的執行指導和美術指導，陳怡靜進一步邀請趙導演分享相關心得。趙導演認為，過去臺灣的動畫產業其實很蓬勃，影像代工、短片和廣告產業都孕育出許多優秀人才，只是在製程、人才的特性上與長篇動畫仍有些許差異需要銜接，菊箱動畫在製作完《幸福路上》後，著手進行《海龍改改》的動畫改編，便是希望繼續推進臺灣原創動畫產業。

《用九柑仔店》取材在地生活增跨界執行度 幕前幕後重視各項細節為成功關鍵

接著由遠流出版公司的黃靜宜總編以《用九柑仔店》為例，分享漫畫改編為影視作品的各階段經歷。回憶 2015 年與《用九柑仔店》作者阮光民老師結識的過程，黃總編笑著表示，她是在長大之後才開始看漫畫，比起少年熱血類的漫畫，需要一些人生閱歷才能體會的「大人漫畫」更能打動她，而剛好阮光民老師的作品便是屬於這樣的類型，因此兩人非常投緣。《用九柑仔店》榮獲多項金漫獎獎項肯定，作品已授權日文、法文、阿拉伯文等多國語言，目前也正在進行劇場的改作，預計於 2022 年搬上舞台。

談及《用九柑仔店》具備哪些影視化的優勢？黃總編認為，一切都從好故事開始，阮光民老師的作品具備庶民精神卻不老土，真切掌握臺灣人的美好價值，這樣的故事總能打動人心；而在現實層面，《用九柑仔店》方便在地取景，加上角色戲份均勻、主支線皆精彩，有利於劇本改編，種種條件提高了影視化的可執行度。

在授權部分，黃總編認為與作者建立共識，了解作者對於改作要把握的核心精神及相關條件為首要之務；其次便是影視合作方的專業度及其對整體故事的熟悉程度，包含拍攝團隊名單、對演員的想像、集數規劃、預計在哪些頻道上架等等。《用九柑仔店》採雙製作人編制，由徐國倫和林知秦兩位電影出身的導演共同執導，成功地在鄉土劇跟偶像劇之間找到平衡。後續拍攝階段，出版社、創作者、影視團隊三方仍不斷相互交流及反饋，共同參與選角，甚至邀請阮光民老師指導演員講臺語的口氣及腔調，是一次非常愉快的合作經驗。

一部好作品亦需要搭配有系統的行銷手法，才能推廣給更多人知道。《用九柑仔店》共分為三個行銷階段，首先在影視作品播出前，在社群發布手稿創作，強化漫畫的意象，並透過與網紅合作等方式，增加原作聲量；接著讓角色及劇情曝光，提升讀者的期待；最後在戲劇上映後，舉行一連串線上及線下活動，包含：導讀會、特映會、書店特陳、直播遊戲等等，提升話題熱度。

影視方由被動化主動挖掘優質文本 堅持信念持續創作帶來無限可能

文化部多年來致力於影視媒合的推廣，過去出版社透過影視媒合會，努力將作品推銷出去，影視方對文本內容較陌生；近年來則開始轉變，由影視團隊主動找出版社洽談的案例逐漸增加。對此，陳怡靜邀請在場的與談人分享他們的看法。李亞倫總編肯定地表示，由影視方主動出擊的狀況明顯增加，甚至有團隊曾提出希望在故事翻拍成戲劇前，先將其出版為漫畫的案例。然而李總編也提醒同業，雖然近年跨界風潮興起，過度一窩蜂改作恐導致泡沫化現象。黃靜宜總編則指出，出版方從單向的推銷人員，轉變為雙向溝通的顧問角色，超越單純買賣的交易關係，讓不同專業領域的人一同參與跨界創作。

有人曾問阮光民老師是如何製造出成功的 IP？阮老師回應，把作品推向成功的漫畫 IP 不是創作的初衷，而是結果，對創作的信念堅持到底，好的作品就會被看見。趙大威導演和林珈如企編總結時說道，跨界是出於對原著的喜愛，才有後續改編的過程，只要把故事文本做到最好，不需要預想它未來的可能性，故事自然會帶有力量。