

長篇連載漫畫 時間是一種語言

黃淳妤 文

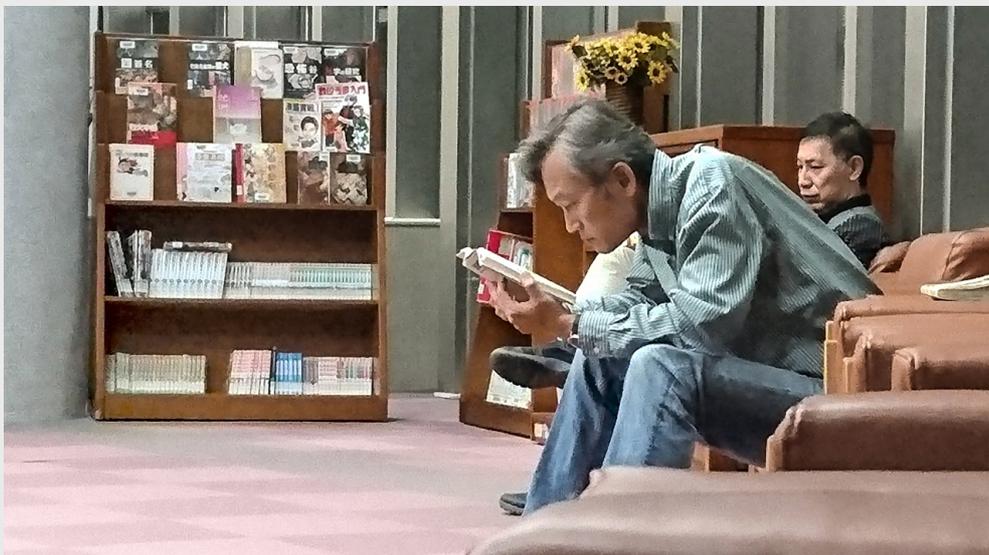
2018/11/18

長篇漫畫連載超過十餘年，讀者跨越數個時間鴻溝，不少漫畫成了年長者的童年回憶，也為新生世代構築新篇章。《航海王》、《名偵探柯南》等漫畫滲入讀者生命歷程，同樣劇情在不同年齡層重複上演。當年的孩子長大紛紛進入職場後，並沒有停止閱讀漫畫；年輕讀者也不斷加入追漫行列，長篇連載漫畫用長期連載的形式提升故事價值與深度，更提供一個跨世代溝通渠道。

長篇連載 不分男女老少

連載，意味尚未走到結局，每周、每月在雜誌上刊登最新故事進度，短短幾十頁的黑白格子乘載主角驚心動魄的冒險，每當讀到本話最後一頁，總斷在最精采之處，硬生生將人心懸著，「好想知道下一步是怎樣。」成了讀者共同心聲以及連載延續的動力，也造就許多作品連載十幾年的景況。

漫畫無疑是迷人的，特有的分鏡、對白、人物帶給讀者很大的想像空間，透過圖片、文字交織出一則則驚奇有趣的故事，《讀漫畫：讀者、漫畫家與漫畫產業》一書中提到，漫畫毫無例外的都是由成年人編劇、繪畫，卻設定讀者為兒童、青少年，產製過程本身就已經預設了一層世代間的「價值溝通」。



漫畫不是年輕人的專利，各個年齡都可以看漫畫。（圖片來源 / 黃淳妤攝）

長篇連載漫畫更是將世代跨幅拉大，直接以十年起跳，讀者年齡層從十幾跨到四十幾歲的例子並不少見。「我從小五、小六就在追漫畫。」已是30出頭的黃先生從小看漫畫且是《航海王》、《獵人》等長篇大作的忠實粉絲，從漫畫剛開始連載到現在、身分從小學生轉變成上班族，依舊定期追蹤。儘管閱讀屬於個人行為，讀者卻可以通過漫畫跟他人分享，而長篇連載耗費數十年寫故事，讓一家子都成為同個作品讀者群的可能性拉高。「我看柯南時會跟我家人講劇情，或是他們也跟我一起看。」有10年追漫經歷的門小姐常跟家人討論作品劇情，當作與家人聊天的話題。

一般來說，與不同年齡層對話常會發生無話可說或價值觀衝突的情況，但作為一位讀者，無論是誰，在作者前都是平等的，作者不會因為誰的地位高而更改故事。而為了預測、討論劇情走向，讀者群經常會忽略各自背景，以一顆單純喜愛的心去跟別人交流，長篇連載因此築起不同年齡層間的溝通橋樑，可見用時間打入人心的策略成效極佳。

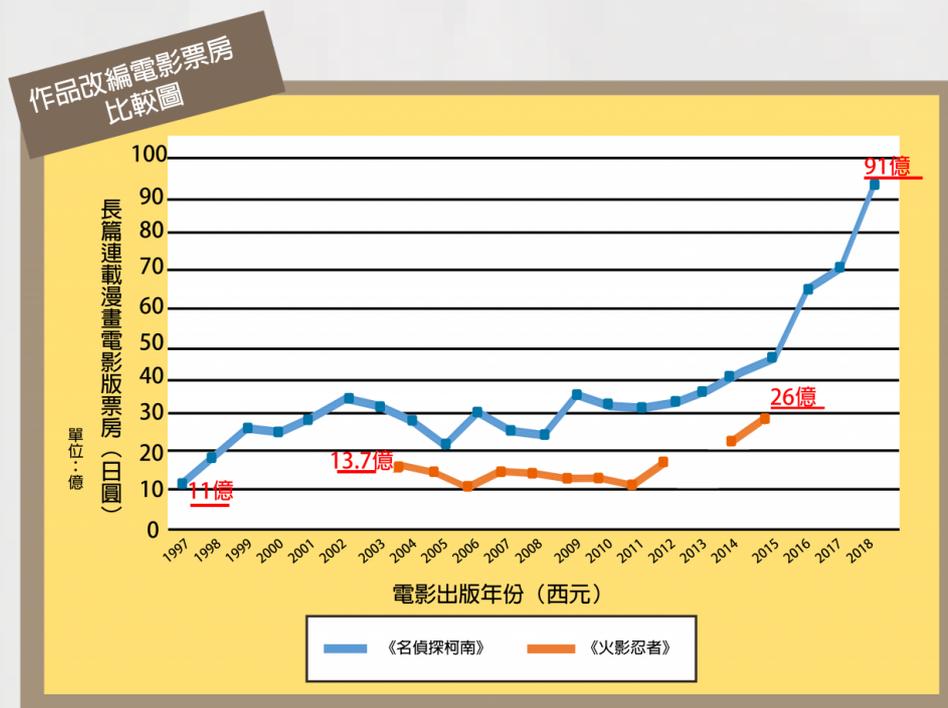
長期宣傳 不容忽視的消費力

學者萊恩 (Bill Ryan) 在其著作《Making capital from culture》提及，文化產業常利用系列作承襲過去商品名氣，藉此讓後續發行的相關商品節省許多行銷成本。長篇連載漫畫以同一刊名持續且頻繁地發行，在累積口碑與固定讀者群上相當有力，形成流行上也具備優勢，並根據改編、發行周邊商品等方式享受品牌效應。近年漫畫產業盛行媒體混合 (Media-mix) 的經營方式，漫畫改編小說、電影等不同媒介已成為常態，周邊商品也從玩具、文具等小型商品，擴展到高單價名牌，甚至展覽、遊樂園等大型設施。以《名偵探柯南》為例，連載超過24年，發行人數超過一億五千多萬本，改編小說、電影的例子不勝枚舉，2018年上映系列電影第22部，全球票房上看100億日圓，20多年的時間讓身價年年翻漲，光電影的價值至少翻升9倍多。

而從最簡單的經濟因素考量，孩童的消費力可能僅限於購買零食、玩具，而當讀者群年齡增長，擁有工作能力後，消費聯名香水、衣服等高單價商品已經不成問題，甚至當讀者步入家庭，跟孩子看喜歡的漫畫也是自然的。當了連載漫畫迷十多年的陳小姐說道，爸爸、妹妹都會看漫畫，聊劇情是很稀鬆平常的，也會跟家人去參加相關活動，「我跟我爸都會看《火影忍者》，會一起聊劇情，他也會跟我去動漫展。」雖然聯名展覽、遊樂園等活動要價不斐，但對家庭來說是個很好的共同體驗，也透過周邊商品加固與連載漫畫之間的情感連結。

然而，一旦連載完結，其所造成的經濟效應，會隨時間消退，做為源頭的主角不會有下一步動作，讀者也沒有繼續追蹤的動力，熱情驟降。作品曝光度下降，讀者注意力很快就轉向其他連載、新興作品上。陳小姐也提到目前最喜歡的是其他漫畫，對完結作並不像以往關注，「我以前超愛《家庭教師reborn》(已完結長篇漫畫)，有買過他的鑰匙圈，但現在就還好。」而以《火影忍者》來說，2014

年結束15年來的連載，雖然故事結束讓許多讀者感到不捨，發行量因此突破2億本，但隨著其連載所在的雜誌刊登更多新銳作品，一代經典逐漸淡出讀者視野，相關周邊產量也逐漸走衰，影響力下降。



改編電影隨連載時間漸長，票房也隨之增長；由於《火影忍者》完結，作品吸引力下降，在2015年推出最終電影後，相關電影也不再產出。（圖片來源 / 黃淳好製）資料來源：名探偵コナン.com、映画DONDON!

有生之年系列 無望還是長情

長篇連載漫畫，藉由數十年的連載在讀者心中占據不小分量，用情節感動讀者，建立情感與回憶，藉著對作品的喜愛付出時間、金錢表達支持。然而，讀者們癡癡等待下次更新，而等待無疑是磨人的，有些人耐不住，將拋開漫畫轉向別的作品，甚至有讀者笑稱長篇連載是「有生之年系列」，感嘆能否有朝一日看到結局。

「目前在追的漫畫家都比我老，應該等得到。」即使漫畫持續更新，黃先生仍覺得自己能等到結局是因為作者會在死前把故事結束。雖然讀者有時間、信心等到那天，但對作者仍抱有不安全感，如此煩惱的原因，是人世間總有意外，作者棄坑、出版社經營都可能影響故事存續，如：2009年意外驟逝的《蠟筆小新》作者臼井儀人，即便作品後續由助手協助連載，但小新的故事注定是未完成的遺作，成為無數讀者難掩的遺憾。

有生之年系列

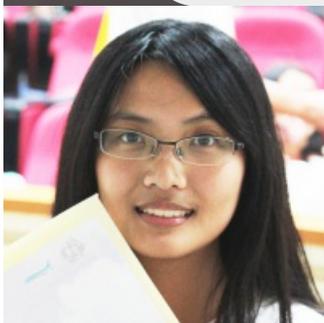
進入條件	作品	作者	連載年份	解說
	《忍者亂太郎》	尼子 駿良	1986	比你們晚出來的鳴人已經成為火影了，你們還在一年級當相框怪！

長生不死系	漫畫連載13年以上、 動畫播映10年以上。	職大剛	任一半敲定悲心錄!	
		《名偵探柯南》	青山剛昌 1994	黑衣組織總是驚鴻一瞥，殺人事件卻是秒秒上演，用正常生長速度也該從7歲長回17歲。
死拖活拉系	劇情進入死循環死不出來。	《航海王》	尾田榮一郎 1997	因為連載雜誌於2016年有大量作品完結而成為打不倒的台柱，人氣與漫畫銷量也歷久不衰。
人生無常系	沒連載完作者先過世。 註：不用叫子孫燒給自己， 到天國去找作者吧。	《櫻桃小丸子》	櫻桃子 1986	作者於2018年8月15日因乳癌逝世。
接班復活系	原作者過世或隱退，下個人接手。 註：此系列只能打延長賽， 看助手或作者子孫先全滅， 還是讀者家斷後沒人燒本。	《哆啦A夢》	藤子不二雄 1969	作者於1996年逝世，死前說哆啦A夢沒有結局，臨死前也在畫著哆啦A夢，故此他的徒弟就一直重製原作與劇場版。
		《蠟筆小新》	臼井儀人 1990	作者於2009年意外逝世，步入《哆啦A夢》後塵。

有生之年系列因為各種原因無法完結，故有讀者戲稱需要子孫於自己死後燒結局給自己看，打趣自己及作者。（圖片來源 / 黃淳妤重製）資料來源：[KOMICA](#)

在有生之年內，能否看到結局已成了讀者心中的無解謎團，數十年吊著胃口，卻又捨不得它結束，「故事可以陪伴我的生活。」陳小姐超過一半的人生都有連載陪伴，每個月看故事，持續地帶給她對未來的期待，如果故事很快結束，就會覺得一直在身邊的東西怎麼不見了。

長篇連載陪我們走過多年歲月，定期閱讀的習慣已經不是說改就改，而「期待」便是我們給予作者最長情的陪伴，長期不休刊的創作消耗作者身心，有時一封粉絲的感謝信，就能讓裹足不前的主角踏出下一步。而連載打的是時間戰，但作者與讀者並不是敵人，更像是父母，一起培養主角成長，雖然兩方不曾長久共處，卻能為對方的一言一句牽動心腸。即便主角終將獨當一面，離我們而去，故事依舊等待讀者們哪天想起，不是隨時間淡忘，而是永存心中，陪伴我們。



記者 黃淳妤



編輯 汪彥彤

