

日本的動漫

前言

本文將分別介紹日本動畫與漫畫的發展情形，並簡單敘述 2000 年以後，日本動漫產業的情況。

一、 漫畫

「漫畫」一辭起源於日本，此一語詞最早出現於江戶時代的繪本「四時交加」之中，書中將「漫畫」解釋為「隨意地畫出所想的事物（氣の向くままに漫然に描く画）」，並受到後人的沿用。

「漫畫」成為目前我們所習慣的意思，則是在明治時期，當時的人將西洋傳入的「cartoon」與「comic」譯做「漫畫」，並一直沿用至今。有趣的是，後來由於日本的漫畫暢銷於全球，「漫畫」反而被譯做「Manga」逆流回英文中，現在「Manga」一字專指日本的漫畫，並通行全球。

歷史

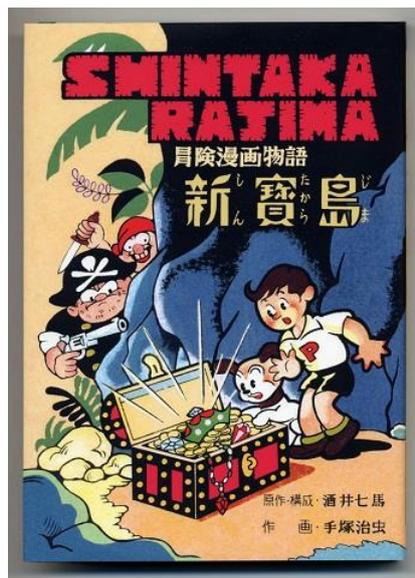
日本最早的漫畫出現於 1862 年，當時橫濱發行的外文雜誌中，便有刊行英文的漫畫。進入明治時代後，日本雖然也出現自己的漫畫。然而日本早期的漫畫不過是刊載於報紙角落的單格或四格漫畫，並且都是一些諷刺時政或生活趣事的內容，完全不具現今日本漫畫的故事性。

現今漫畫流變

直到 1947 年，日本漫畫之神「^{てづかおさむ}手塚治虫」

出版了現今日本漫畫的始祖《^{しんたからじま}新寶島》，打下現代日本漫畫的基礎。在《新寶島》中，手塚治虫使用了類似電影分鏡的手法，不斷變換觀眾視角，藉此產生動感。著名的漫畫家藤子不二雄曾經對「新寶島」有如此評論：「開頭兩頁只畫了汽車在跑，卻讓人感受到宛如自己隨車奔馳的快感」。

伴隨著「新寶島」的熱賣，各種連載漫畫的漫畫雜誌如雨後春筍般出現。其中，1959 年創刊的「少年 Magazine」（講談社）與「少年 Sunday」（小學館），直到今日都依然是十分暢銷的漫畫雜誌。西元 1968 年，日本少年漫畫雜誌的霸者「少年 Jump」（集英社）



創刊，草創初期由於銷量不及「少年 Magazine」與「少年 Sunday」兩位前輩，「少年 Jump」因而採行貼近讀者的作法，以讀者回函的反應決定作品的生死，終於成功衝高銷量。

- 70 年代後，由於石油危機的關係，日本出版社面臨景氣的寒冬，退書率最高到達 40%。然而在出版業大鬧不景氣的時刻，只有漫畫雜誌與單行本依舊維持高銷售量，使得各家出版社對漫畫更為重視。
- 1975 年，第一屆「ComicMarket」（コミケ）於東京召開，這個日本漫畫界最大也最重要的同人誌即售會，在此時參加者僅僅只有 700 名。
- 1977 年，動畫電影「宇宙戰艦大和號」（宇宙戰艦ヤマト）在日本大賣 21 億日幣，並首開「漫畫、動畫、電影」這種多媒體合作的先河。
- 80 年代初期，由於小孩子的目光向動畫轉移，各家針對幼童的漫畫雜誌銷量嚴重下滑，也使得日本漫畫的重心轉向少年或青年漫畫。
- 80 年代後期，一直與「少年 Magazine」與「少年 Sunday」並駕齊驅的「少年 Jump」，終於靠著「足球小將翼」、「聖鬥士新矢」與「七龍珠」…等暢銷少年漫畫，一舉成為少年漫畫中的霸主，全盛時期的「少年 Jump」印量曾經高達 650 萬冊。
- 90 年代後，漫畫產業仍然十分鼎盛。漫畫雜誌種類也越來越多，從原本的年齡、性別的分類，逐漸的轉往以讀者的興趣喜好為中心的複合型漫畫雜誌。同時，漫畫產業的多媒體合作也越來越發達，許多受歡迎的漫畫都被改拍成偶像劇，或改編成電玩遊戲。
- 90 年代後期，受到日本少子化的影響，各家出版社的漫畫銷量都開始下滑，許多漫畫雜誌都面臨了停刊的殘酷命運。

二次創作

進入 90 年代後，日本「二次創作」的風氣越來越盛行，日本各地都紛紛召開同人誌即售會，參加人數也逐年增長。以前述的「ComicMarket」為例，最早只有 700 人參加，但到了 1990 年參加人數卻暴漲至 20 萬人。今年(2012)夏天召開 C82 總入場人數更是高達 56 萬人。「ComicMarket」也孕育出不少漫畫家，例如著名的「Clamp」早期便是以「ComicMarket」做為作品的發表場所。



二、 動畫

動畫（アニメ）一詞指的是利用人類視覺殘像的特性，藉由拍攝複數的靜畫，並快速播放各張靜畫，使其看起來宛如動態一般的影像作品。

動畫早在明治時期就傳入日本，戰後隨著電視的普及，動畫作品也逐漸增加。早期的日本動畫只是電視節目中的小單元或電視廣告，尚未能做為獨立的電視節目播出。直到1963年，手塚治虫的「虫製作公司」製作之「原子小金剛」問世，日本的商業動畫才開始興起。

歷史

動畫流變

70年代後，許多著名的動畫公司，例如「東映」、「日昇」等公司，都是成立於此時。並出現很多優秀的作品，例如：「鋼彈」、「無敵鐵金剛」、「小甜甜」與「魯邦三世」…等等。

此時的日本動畫已經開始跟玩具廠商合作，藉由授權製作動畫的週邊商品，換取玩具廠商的支援。當時甚至出現動畫收視不佳，卻因為玩具熱賣而能繼續播出的情況。

80年代由於錄影帶開始普及的關係，動畫得到電視以外的播放管道，促成了OVA (Original Video Animation) 動畫的誕生。由於OVA鎖定的消費客層為具有購買力的成年男子，加上不會在電視上播放，因此單集動畫時間通常比電視動畫長，並且常常出現暴力或色情的鏡頭。

另外，進入80年代以後，日本的動畫電影也逐漸開始在海外暢銷，其中最著名的當屬動畫大導^{みやざきはやお}「宮崎駿」，他的作品皆能獲得海內外觀眾的好評。

90年代後，動畫作品數量越來越多。但是由於少子化的影響，低年齡層收視族群逐漸下降，使得以製作週邊玩具為主的玩具贊助商抽離。此外，電玩主機的普及，也使得兒童在娛樂方面，有了更多的選擇。

加上1989年發生的「宮崎勤事件」，導致社會對動畫的觀感大為惡化。以上種種原因，使得整個動畫產業在90年代前期相當的低迷。



直到 1995 年由於「新世紀福音戰士」的熱賣才得以解除。受到「新世紀福音戰士」的影響，日本的電視動畫也開始大量出現瞄準特定族群的作品，並且得到不錯的成績。

同時，動畫的多角化經營也越發興盛，一部動畫常常會配合小說、漫畫、CD、玩具與電玩等方式進行行銷。

此外，前述的贊助商抽離之問題，也藉由各家贊助商聯合贊助動畫製作而得以解決。至此，動畫業界迎來它們在 90 年代後期的黃金時代。

現況

進入 2000 年後，隨著「萌文化」的興起，動漫產業也出現大量「萌系」的作品。這些「萌系」作品通常採取多角化經營，同時銷售大量的週邊商品，並獲得不錯的成績。

漫畫市場進入動畫市場

漫畫產業在進入 2000 年後，景氣仍然沒有轉好。諸多的漫畫雜誌銷量逐年下降，單行本的平均銷量也下降 10%。1995 年時，漫畫雜誌的總銷售額為 3357 億日幣，2009 年時卻只剩下 1913 億日幣。受此影響，各家出版社通常藉由多角化經營與異業合作維持業績。

同時，由於許多新一代的讀者並不看漫畫雜誌，反而會受動畫影響回頭看漫畫。因此，出版社也積極將受歡迎的漫畫作品動畫化，以此提昇單行本銷售量。

市場縮小往海外布局

動畫產業進入 2000 年後，市場也有縮小的趨勢，2004 年的動畫市場規模約為 14 兆日幣，到了 2005 年只剩下 13 兆，整個市場萎縮了 7%。市場縮小除了盜版與少子化的影響外，也導因於受歡迎作品的數目與程度不如以往。此外，動畫作品數也不如以往，2009 年的新動畫數為 152 部，比 2008 年下降 5.6%，比起新作數最多的 2006 年更是下降了 21.9%。日本動畫產業為對應國內市場的縮減，開始積極向海外布局，並以鄰近的大陸市場最受日本動畫廠商的青睞。

何謂“萌”

一般認為，「萌文化」的興起始自於 2000 年代的日本秋葉原。藉由網路等管道，「萌（萌え）」這個概念開始在日本年輕人間擴散，並成為 2004 年與 2005 年的「日本流行語大賞」之得主。不僅如此，「萌」的概念也隨著日本動漫畫的傳播，進入了中、港、台…等東亞國家，成為年輕人的流行用語。

關於「萌」的語源，目前日本有兩種較為主流的看法。

- 第一種看法由文化評論家「岡田斗司夫」所提出，他指出「萌」這個概念來自於1983年的NHK動畫：「恐龍星球（恐竜惑星）」，動畫的女主角之名就叫做「萌」。
- 第二種說法則是由精神疾病專家「齋藤環」提出，他認為「萌」之概念起源於「美少女戰士」（1993）的「土萌螢（ほたる）」這個角色的名字。齋藤環在「戰鬥美少女的精神分析」一書中指出，由於「土萌螢」非常受到觀眾的歡迎，當時愛好者間常會說「ほたるに燃え燃え」，但有些愛好者則故意寫成「ほたるに萌え萌え」，而後者的寫法日漸普及，也成為「萌」之概念的濫觴。

萌的意思

根據日本「大辭泉」的解釋，「萌（萌え）」一詞被解釋為「對人或物，單方向地抱有強烈的熱愛、熱情或欲望之感情。但不一定等同於「愛情」。（ある物や人に対してもつ、一方的で強い愛着心、情熱、欲望などの気持ち。必ずしも恋愛感情を意味するものではない。）」。

而論文「從日語『萌』的語用意義看青年的亞文化生態體系特徵」一文則指出，「萌（萌え）」與「喜歡（好き）」和「愛（愛する）」的不同在於方向性，從慣用的「○○に萌える」這種用法可以看出「萌」是單向的感情，抱有這種感情的人完全不需要對象物的回應，是一種在「自我內部完結」的情感，而且更多是著重於目標物的某種特性，而不是目標的「整體」。

由前述可知，「萌」所注重的不是目標的整體，而是目標的某種特質，也就是「屬性」。因此，2000年「萌文化」興起後，各種像是「傲嬌（ツンデレ）」與「病嬌（ヤンデレ）」這種形容屬性的用語開始陸續出現及流行。同時，以「屬性」為賣點的作品，也有如雨後春筍般地大量出現。

“萌”的研究

「萌文化」做為一種由動漫所帶起的新興文化現象，在日本引發不少人研究的興趣，也有許多專門針對「萌文化」的專書出版。目前，日本研究「萌文化」的學者中，以「齋藤環」、「東浩紀」與「本田透」此三人最受注目。此節將針對這三位學者的論述，進行簡單的介紹。

齋藤環

是精神科的醫生，同時也是次文化與動漫的愛好者。在他的著書「戰鬥美少女的精神分析」中，將「萌」的感情定位為一種特殊的精神疾病。他認為「萌」的感情，其實近似於古董收集家看到古董時之亢奮感。然而與之不同的是，「萌」的感情有摻入「性」的成份。當愛好者對某個對象感到「萌」的同時，會得到一種性慾上的滿足。

因此，所謂「萌」的愛好者，可以說是對虛擬的創作物，擁有特殊的性癖好（性倒錯）。然而，齋藤環也指出，只有十分少數之「萌」的愛好者，

會在現實世界中也擁有特殊性癖好。他認為多數的「萌」愛好者，他們的這種特殊性慾僅僅只會針對虛擬的世界。對他們來說，「虛擬」自身就具有其「現實性」。

東浩紀

是日本著名的思想研究者，其專門為哲學、資訊社會論與表象文化論，曾出版多部關於日本動漫文化與御宅族的研究書籍。

東浩紀的「動物化的後現代 御宅族所看到的日本社會」一書中，指出「萌」並非是一種感情，而是一種「生理」反應。東浩紀認為「萌」是一種生理上的「欲求」，而非感情上的「欲望」。他將「欲求」定義為「對於某種事物的渴求，並會單純地想要滿足這種渴望」，也就是說是一種類似於「食慾」的反應。

他認為所謂的「萌」，其實只是一種針對「萌屬性」這種資訊的渴望，因此只要一看到任何擁有「萌屬性」的東西，「萌」愛好者便會如同動物看到食物般，下意識地便想去攝取或追求。因此，所謂的「萌」不過是一種生理上的反應，動物化的行動。

本田透

本田透是小說家與評論家，著作多部輕小說。在他的著作「萌男子（萌える男）」中，指出「萌文化」是被物質主義所支配下的現代社會中，一種必然的文化現象。

本田透認為，「萌」的愛好者其實是泡沫經濟後，一群將現實的「戀愛」與「性」視作商品來消費的人們。所謂的「萌」，其實是這群人對於現實中將「戀愛」視為狩獵對決之風氣，以及男性至上的「男性主義」有所不滿，因而產生的反動現象。

世界系（セカイ系）^{けい}

所謂的「世界系」，指的是日本動漫文化中的一種故事類型，著名的作品有「星之聲」、「最終兵器少女」…等。

起源

「世界系」這種稱呼據說最早出現於2002年，當時日本一個名為「ぷるにえブックマーク」的評論網站上。當時主要是用來揶揄一些動漫作品，過度強調以主角視點所看到的世界，整部作品中只有主角的觀點。後來則用以比喻故事多半只會圍繞在男女主角的小世界上，對社會與他人的存在極少予以描寫的作品。

「世界系」的作品通常會有兩種傾向

- 故事以男女主角為中心
- 世界性的危機

而應該用來聯繫兩者的「社會領域」，則被作者刻意淡化或者是捨去。

以「星之聲（星の聲^{ほしこえ}）」為例，整部作品中就只有男女主角兩個角色。觀眾從頭到尾只能看到兩人的交流，或是男女主角各自的自言自語。作品中幾乎完全看不到對社會或其他人的描述，男女主角也完全沒有與兩人以外的任何人有所交流。整部作品就是以「男女主角」為中心，整個世界都是圍繞這兩個人而形成。「星之聲」可說是十分典型的「世界系」作品。

由於「世界系」的作品，除了有「世界危機」的共通點外，還會有諸如「無用的男主角」、「挺身戰鬥的美少女女主角」以及「大量的角色獨白」…等共通點。

因此，一般認為「世界系」應該是受到著名的「新世紀福音戰士」影響，因而誕生得一種作品類型。但也有人認為，「世界系」這種「我與妳」的故事結構，乃是受到日本特有的「戀愛冒險遊戲」之影響。

此外，由於「世界系」的男主角通常十分軟弱，而傳統由男性所擔負的戰鬥工作，卻都改交給堅強的女主角所擔負。因此也招來諸如「（主角）自我中心的投機主義（御都合主義^{ごっごうしゅぎ}）」，卑劣的責任放棄」以及「（主角）過度沉淪於母性的包容中，連自己具有選擇的能力都未曾自覺，完全停止思考」…等批評。

參考文獻

【書籍】

1. 東浩紀『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』(講談社，2001)
2. 齋藤環，『戦闘美少女の精神分析』(太田出版，2000)
3. 齊珮，《從日語「萌」的語用意義看青年亞文化生態特徵》(外語學刊，2010)

【網路資料&講義】

4. Wikipedia セカイ系，(2012年10月9日)，參照先:WIKIPEDIA:
<<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%BB%E3%82%AB%E3%82%A4%E7%B3%BB>>
5. 萌え．(2012年9月19日)，參照先: WIKIPEDIA:
<<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%90%8C%E3%81%88>>

