

大众文化

异彩纷呈的大众文化，形式多样的时尚品味

漫画

二战结束后，随着作家兼插图画家手冢治虫的出现，所谓的“漫画故事(story manga)”或漫画型的、配有插图的出版物以其相当独特的方式在日本发展起来。在一段时间里，这类出版物的主要读者是1946年至1949年“生育高峰”期间出生的人。然而，随着这批读者年龄的增长，许多不同种类的漫画(manga)应运而生。从20世纪60年代起，漫画的读者群呈稳步扩展的趋势，包括了从幼儿到三、四十岁各年龄段的人。

截止到2008年，漫画的销售额和销售量分别占日本所有书籍和杂志的22.2%和36.7%，并以其多样化的艺术形式和具有代表性的文化特色影响着人们。虽然一些漫画故事主要面向刚刚开始识字的儿童，但其他一些则是为了迎合少男少女以及一般读者的需求。其中包括擅长于笑话和幽默情境设计的“搞笑类漫画(gag manga)”以及追求新奇另类表达方式的“实验类漫画(experimental manga)”。还有一些属于非故事类的写实漫画，旨在传递各种类型的信息，或直接取材于现实，或间接取材于历史，或纪录写实，或描画自然。

1959年发行的两份儿童漫画周刊——《少年Magazine》(Shonen Magazine)和《少年Sunday》(Shonen Sunday)为我们今天所见到的这种漫画(manga culture)文化奠定了坚实的基础。两份杂志刊载的系列故事极大地受到读者的欢迎。自20世纪80年代起，另一份漫画杂志《少年Jump》(Shonen Jump)雄踞漫画文化的核心地位多年，周发行量超过600万册，



漫画杂志
在柜台上出售的漫画杂志。(照片提供单位: Getty Images)

并且还拥有动画片和电子游戏的合作营销体系。《少年Jump》的畅销势头在1995年左右开始减弱，而在1997年夏天，《少年Magazine》跃居发行量和销售量的榜首。但是，2002年《少年Jump》东山再起夺回了漫画杂志霸主的地位。

少女漫画流派(manga-for-girls)同样引人注目。那些出生于20世纪60年代以及“生育高峰”时期的女性漫画艺术家在20世纪70、80年代开始展露他们的才华。他们逐步拓宽了漫画作品的艺术表现方式，通过特别的表达技巧

来展现人物的微妙心理，这在主要面向男孩的漫画作品中实不多见。

自20世纪90年代早期以来，日本漫画对欧洲、美洲及亚洲其他国家的出口呈显著增长的态度。台湾、香港和韩国这些地方曾经是盗版日本漫画的重灾区，如今，通过与日本大型出版商签署正式的许可协议，大量的日本最新流行的漫画被翻译成当地文字出版发行。在欧洲和美洲，日本动画片在电视上的热播极大地增加了人们对日本漫画的兴趣。在美国的各大书店，人们对书架上摆放着的各类日本动画系列故事的漫画如鸟山明的《龙珠》(Dragon Ball)和高桥和希的《游戏王》(Yu-Gi-Oh!)等早已习以为常。2003年，英文版的月刊《少年Jump》出版发行。日本漫画和动画片的受众早已超出了原有的忠实漫画迷的范围，而在整体上成为西方流行文化的一个重要组成部分。



动漫中的一幕
(照片提供单位: AFL0)

动画片

日本的大型动画片总体上可归类为原创作品或影视版的电视动画系列片。后者的开山之作有手冢治虫的铁臂阿童木(Astro Boy)等电影和松本零士的《宇宙战舰大和号》(Space Cruiser Yamato)(1977年;在海外发行时称为“Star Blazers”)以及《银河铁道999》(Galaxy Express 999)(1979年)。日本定期制作发行一些广受欢迎的大型电视系列动画片,如《蜡笔小新》(Crayon Shinchan)、《机器猫》(Doraemon),以及获得了巨大成功的《口袋精灵》(Pokemon)等。

二十多年来,导演宫崎骏一直占据原创动画片市场的主导地位。宫崎将诙谐幽默、社会批判主义、环保行动主义和诗歌抒情融为一体,创作了一大批既有艺术品味,又能获得票房成功的动画作品,这些影片包括《风之谷》(Nausica of the Valley of the Wind)(1984年),《我的邻居TOTORO》(My Neighbor TOTORO)(1988年),《幽灵公主》(The Princess Mononoke)(1997年)、《千与千寻》(Spirited Away)(2001年;2003年

获奥斯卡最佳动画片奖),以及《哈尔的移动城堡》(Howl's Moving Castle)(2004年)。

另一位重要的动画片导演是押井守,他的两部《攻壳机动队》(Ghost in the Shell)电影(1995年和2004年)成为科幻作品的奠基之作,充满着对人类自身的疑问。2008年押井守和宫崎骏都推出了崭新的动画大片。押井守的《空中杀手》(Sky Crawlers)是一部描写年轻空中斗士的动作类冒险片,而宫崎骏的《悬崖上的金鱼姬》(Ponyo on the Cliff by the Sea)则讲述了一位梦想成为人类的年轻美人鱼的传奇故事。

电影产业

1951年,黑泽明执导的影片《罗生门》(Rashomon)(1950年)在威尼斯电影节上夺得“金狮奖”,这极大地激发了国际影坛对日本电影的兴趣。黑泽明的其他作品有:《流芳颂》(Ikiru)(1952年)、《七武士》(Shichinin no Samurai)(1954年)、《影子武士》(Kagemusha)(1980年)和《乱》(Ran)(1985年)。1975年,黑泽明执导的《德苏乌扎啦》(Dersu Uzala)荣获奥斯卡“最佳外语片奖”;在1990年的奥斯卡颁奖仪式上,黑泽明还因其作为一位电影艺术家一生所获得的巨大成就而被授予奥斯卡“特别荣誉奖”。另一位受到高度赞誉的日本电影导演是小津安二郎,他执导的影片有《晚春》(Banshun)(1949年)和《东京物语》(Tokyo Monogatari)(1953年)。在这些影片中,他以诗一般的语言描述了日本普通百姓的生活情感。他的场景衔接技术(既非“淡入”,也非“淡出”)对欧洲的电影制作人产生了重大影响。

20世纪50年代,电影是大众娱乐的主要形式,然而,到了60年代,很多人在购买了他们的第一台电视机之后就不再光顾电影院。影院的上座率从1958年的10.1亿人次直线下降到1970年的2.46亿人次。70年代最具影响力的导演当属山田洋次,他的《寅次郎的故事》(Torasan)系列影片获得压倒性的巨大成功。



这些影片将日本电影的两个基本主题融为一体：即日常的家庭生活和孤独流浪汉的冒险经历。

1997年，国际影坛对日本非动画类影片给予了极大的关注。尤其值得一提的是，由日本著名喜剧大师北野武执导的影片《花火》(HANA-BI)在第54届威尼斯国际电影节上获得“金狮奖”；今村昌平执导的影片《鳗鱼》(Unagi)获戛纳国际电影节“金棕榈奖”；河濑直美执导的影片《暗恋家族》(Moe no Suzaku或SUZAKU)在同一电影节上获“最佳摄影奖”；市川准执导的影片《东京夜曲》(Tokyo Yakyoku或Tokyo Nocturne)，获蒙特利尔国际电影节“最佳导演奖”。2003年，北野武执导的历史片《座头市》(Zatoich)在威尼斯和多伦多电影节上均获得最高奖项。虽然大多数日本影片在海外的发行量并不大，然而近年来，很多被重新翻拍成英文版日本影片却得以发行上映，其中一例便是2002年热映的翻拍片《午夜凶铃》(Ring)(1998年)，这是一部由中田秀夫执导的恐怖影片。

2009年度的奥斯卡，日本一举夺得两项大奖，令人欢欣。泷田洋二郎导演的《送殓师》荣获最佳外语片奖；加藤久仁生导演的《回忆积木屋》获得了最佳动画短篇奖。

高科技游戏

电子游戏业进入我们的生活已有相当一段时间了，如今它们已发展为娱乐界又一个赚钱的行业，足以与唱片业和电影业相抗衡。

1979年，“宇宙侵略者”的初次亮相，成为日本电子游戏史上的一个里程碑。这种水平放置、屏幕朝上嵌入桌面的游戏装置很快便广泛流行起来，一家家包括游戏厅争相开张营业，在当时堪为一大社会奇观。如今，“宇宙侵略者”在一些游戏中心重出江湖，成为最近

兴起的电子游戏怀旧浪潮的一部分。

1983年，当“任天堂”以及其他一些型号的电子游戏机首次面市并进入家庭时，电子游戏文化开始逐步走向成熟。以前必须到游戏中心或茶馆塞进100日元硬币才能玩一场的游戏，如今足不出户就可以痛痛快快地玩个够了，而无须花费太多的时间和金钱。这种游戏很快就受到许多孩子近乎狂热的喜爱。游戏分为许多不同的种类，包括可以刺激反射神经系统的“动作类”游戏；玩家可以扮演特定角色参与游戏的“角色扮演类”游戏；还有“模拟类”游戏，它可以使玩家体验那种身临其境驾驶汽车或飞机的无穷乐趣。

1996和1997年，一种名叫“口袋精灵”(Pokemon)的电子游戏博得了众多孩子们的喜爱。这个游戏是让人们按照一定的顺序擒获隐藏在草原或森林中的151种魔鬼，然后再去驯服和饲养这些动物。这部游戏最终演变成各种商业形式，包括成套的精灵卡片、漫画、几部电视动画系列片和多部长篇动画电影，成为轰动一时的口袋精灵现象。

电脑游戏的大量涌现不仅使游戏硬件和软件的销量大增，一些游戏的背景音乐同众多的传统音乐一道荣登畅销唱片排行榜，此外，介绍各种电子游戏玩法和秘诀的攻略手册(koryakubon)也炙手可热。这些例子表明，具有多媒体效果的电子游戏已从各个方面在日本文化产业中占据了重要位置。这类产业在国外也取得了成功(最显著的是美国)，对于从明治时代对外开放以来就一直在勤勉而不懈地进口外国文化的日本而言，这一事实无疑成为形势变化的标志。索尼电脑娱乐公司(Sony Computer Entertainment Inc.)和任天堂等大公司新型电子游戏的推出不仅令游戏玩家趋之若鹜，而且也成为全球电子消费产业关注的大事件。



©2008 Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved.
Design and development of the PSP are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc.

PSP
(PlayStation Portable)
(照片提供单位: Sony Computer Entertainment Inc.)



手机 (keitai) 文化

自20世纪90年代早期以来,手机(keitai)的迅速普及及其自身功能的不断改进令人难以置信,使其成为日本一种全新的大众文化传播媒介。

对很多人(从学龄儿童到中年人)来说,手机已经成为其日常生活中一个不可或缺的重要组成部分。在前手机时代,大城市中的人们在乘坐地铁和市郊火车时要么读报,要么看书或看漫画。可如今,人们更乐于使用手机,不是用于通话—因为在公共交通工具上禁止长时间通话—而是用来收发电子邮件、上网(通常是专为手机小屏幕而设计的网站),或玩电子游戏。学生和青年人,尤其是女性,有时会通过手机的电子邮件与一个或几个朋友没完没了地“聊”上一整天。

手机还有其他一些深受欢迎的功能,如全球定位系统(GPS)功能,它可以指示您所处的位置以及如何到达您的目的地,此外还兼有数码相机功能。今天,在特殊场合或旅游景点,都可以看到这样的情景:各种年龄的人们手持手机进行拍照,并将照片传送给亲朋好友或将其保存下来留待以后欣赏。使用最新型号手机的用户还可以观看电视节目、录制和发送视频图像。