

风物 深度

## 2022年的日本荧幕：后疫情时的失落中，情怀更好卖了？

回顾2022年电影，都像是日本现在无欲无求的“悟世代”写照，过去大量“纯爱漫改”电影的粉红泡泡，都成了疫情下的泡沫。



《First Love》剧照。网上图片

特约撰稿人 CharMing | 2023-01-08

---

First Love初恋

2022年产制的电视与电影作品，其实都是在疫情最严峻的期间企划、制作与拍摄的，即便“后疫情时代”这个词已经用到烂，综观2022年日本影视作品，无不是表现出后疫情时代的特质。

去年11月尾播出的Netflix剧集《First Love初恋》是由宇多田光名曲改编，在亚洲掀起风潮，不仅在日本、台湾等区拿下收视冠军，更登上全球非英语节目戏剧第5名，也令宇多田光演唱的神曲“First Love”也再度成为iTunes、Spotify点播冠军。

另一出爆红的剧集是日本富士电视台在去年10月到12月每周四播出的《Silent》，甫开播便创下531万的网上播放量，在日本串流平台TVer回放次数成为该站最高纪录，更连续4周抢下推特全球趋势冠军，被日本网民封为“每周都在破纪录的日剧”。

两部爆红的现象级剧集在笔者看来都非属偶然，不仅可归因为Z时代的崛起，更可能是上个Y世代集体失落的二次演化。

## 2022：日式慢半拍

相较于2020年，许多因应社交距离而生的新型拍摄模式，现在看起来都只是苦中作乐；反而是当疫情趋于平稳后孕育而生的灵感与成品，才终于在票房恢复至过往水准后的2022年发光发热。

回顾2022年，似乎各式的日式慢半拍都在这一年实现。面对2017年好莱坞#metoo事件，多数女性纷纷指控韦恩斯坦（Harvey Weinstein）的色魔行径；但日本是迟至2022年3月发生，以园子温为首，以执导之名、行性骚扰之实的知名导演与监制，纷纷被爆料有惯性潜规或是性骚扰女星的前科。虽然最后的结果，仍是没有太多人敢跳出来“发声”，日本演艺圈#metoo事件最终成为雷声大雨点小的异色娱乐新闻，就连多个月后，河濑直美被踢到曾对工作人员暴力相向，也只是加码的杀必死（福利/彩蛋）。





《Drive My Car》剧照。网上图片

也是在2022年，滨口龙介的《在车上》（Drive My Car，2021）获得第94届奥斯卡最佳国际电影，是睽违13年后日本影片再次重返国际荣耀。为了拍摄自由驾驶汽车的画面，滨口导演原本预定将场景设定在釜山，但因疫情爆发，才把故事背景改为日本广岛。而这部丧妻男子公路之旅的电影，也在疫病大流行之年，以戏剧超越语言的方式抚慰了许多人的心。

相较于2020年，许多因应社交距离而生的新型拍摄模式，现在看起来都只是苦中作乐；反而是当疫情趋于平稳后孕育而生的灵感与成品，才终于在票房恢复至过往水准后的2022年发光发热。例如新海诚奇幻新作《铃芽之旅》（すずめの戸締まり，2022），灵感源自于疫情后对环境的观察，与《在车上》相仿，也是透过旅行讲述对特定土地的情感，借由旅行的过程思考人生意义。

《在路上》与《铃芽之旅》，一部在国际上发光发热，另一部在上映7周后票房突破100亿日圆，一切都不是偶然也不是想像。即便2022年许多电影院也相继闭馆，包括开业69年的直营戏院渋谷TOEI、独立电影院始祖岩波ホール、以及惨遭祝融的北九州市唯一独立电影院小仓昭和馆。疫情夺走许多人的性命，但也因疫情改变了人类的生活方式，甚至是对生活与生命的想法。然而，认真回顾2022年，日本影视圈仿佛回到了22年前、21世纪初的千禧年。





《铃芽之旅》剧照。网上图片

## 从平成失落再到令和失落

现实中，00年代前半是日本人集体的失落与回首，电影市场也是。2022年，一切都像回到那个年代。

21世纪第一个十年，日本称作“ゼロ年代”（零年代，又写作00年代），是日本电影走入“混沌”的开端，也是日本自1990年代泡沫经济结束后，经济严重停滞的下一个失落的十年。现实中，00年代前半是日本人集体的失落与回首，电影市场也是。2022年，一切都像回到那个年代。

当电影成为观众们得以逃避现实的乌托邦，伴随此情绪下催生的是“怀旧”风潮。00年代的怀旧，是“平成”世代（1989-2019）对于“昭和”（1926-1989）的怀念，2001年原惠一导演的《蜡笔小新：风起云涌 猛烈！大人帝国的反击》、2004年井筒和幸导演的《无敌青春》（Break Through! (Pachigi!)），以及2005年山崎贵的《三丁目的夕阳》（Always: Sunset on Third Street）系列，都是透过“昭和怀旧”释放现实中的不满与失落，让昭和成为可以讴歌的纯粹。

怀旧昭和的另一边是主人公的世界变成只剩下爱情，以此为中心打转的纯爱“世界系”电影，当2004年片山恭一的凄美青春恋爱小说《在世界的中心呼喊爱情》与市川拓司的小说《现在，很想见你》大卖后，一辆名为“日式纯爱”的列车正式发车，途中不管是什么手机小说、漫画，还是2ch网路论坛的恋爱故事，不用思考、一律搬上大银幕。

而平成失落，则以2000年12月上映的《大逃杀》（Battle Royale）揭开序幕。观众一方面怀念著纯爱与

昭和的美好，另一方面创作者也将现实的不满投射至电影。



《小孤岛大医生》剧照。网上图片

## 重启，回到最美好的年代

时间快转到现在，令和四年，同时也是与疫情共存的第三年，同样是对现实社会的不满及对未来的不确定性，2022年的影视作品也像是“倒退”般，纷纷坐上时光机，回到Y世代最美的年代。

日剧《小孤岛大医生》宣布睽违16年再次登上大荧幕；《破案天才伽利略：沉默的游行》也在9年后正式迎接第三部系列电影大结局；在疫情之前大受好评、接连播映两季的《99.9 不可能的翻案》也在后疫情之时以电影版划下句点，至少对2022年8月被爆出性骚扰女公关的香川照之来说，也成了不可能的翻身。当然，也包括同样从日剧登上大银幕的《信用诈欺师JP》，2020年参与电影版的三浦春马与竹内结子相继自杀后，也谣传《信用诈欺师JP 英雄编》极有可能是系列作最终章的新闻。

### 【2022年 日本国产电影票房排行】

1位“航海王剧场版：红发歌姬”187.8亿円（截至12/25）

- 2位“剧场版 咒术回战 0” 138亿円
- 3位“铃芽之旅” 100亿円（截至12/25）
- 4位“名侦探柯南：万圣节的新娘” 97.8亿円
- 5位“王者天下2” 51.6亿円
- 6位“新·超人力霸王” 44.4亿円
- 7位“电影版 99.9 不可能的翻案” 30.1亿円
- 8位“余命10年” 30亿円
- 9位“破案天才伽利略：沉默的游行” 29.7亿円（截至12/11）
- 10位“信用诈欺师JP 英雄编” 28.9亿円

当2022年日本国产电影票房排行呈现“旧爱还是最美”的回头草现象时，作为动漫大国的日本，年度票房前十名依旧被动画电影占据，新海诚灾难电影第三作《铃芽之旅》创下首周末票房纪录；《剧场版 咒术回战 0》一改动画电影的制作策略，反将与动画并无直接关联性的前传制作成电影版，成为年度最佳“纯爱战士”。如果以上是送给日剧迷与动画迷的礼物，《新·超人力霸王》与《灌篮高手电影版THE FIRST SLAM DUNK》俨然成为所有“大男孩”的此生无憾。



《航海王剧场版：红发歌姬》剧照。网上图片

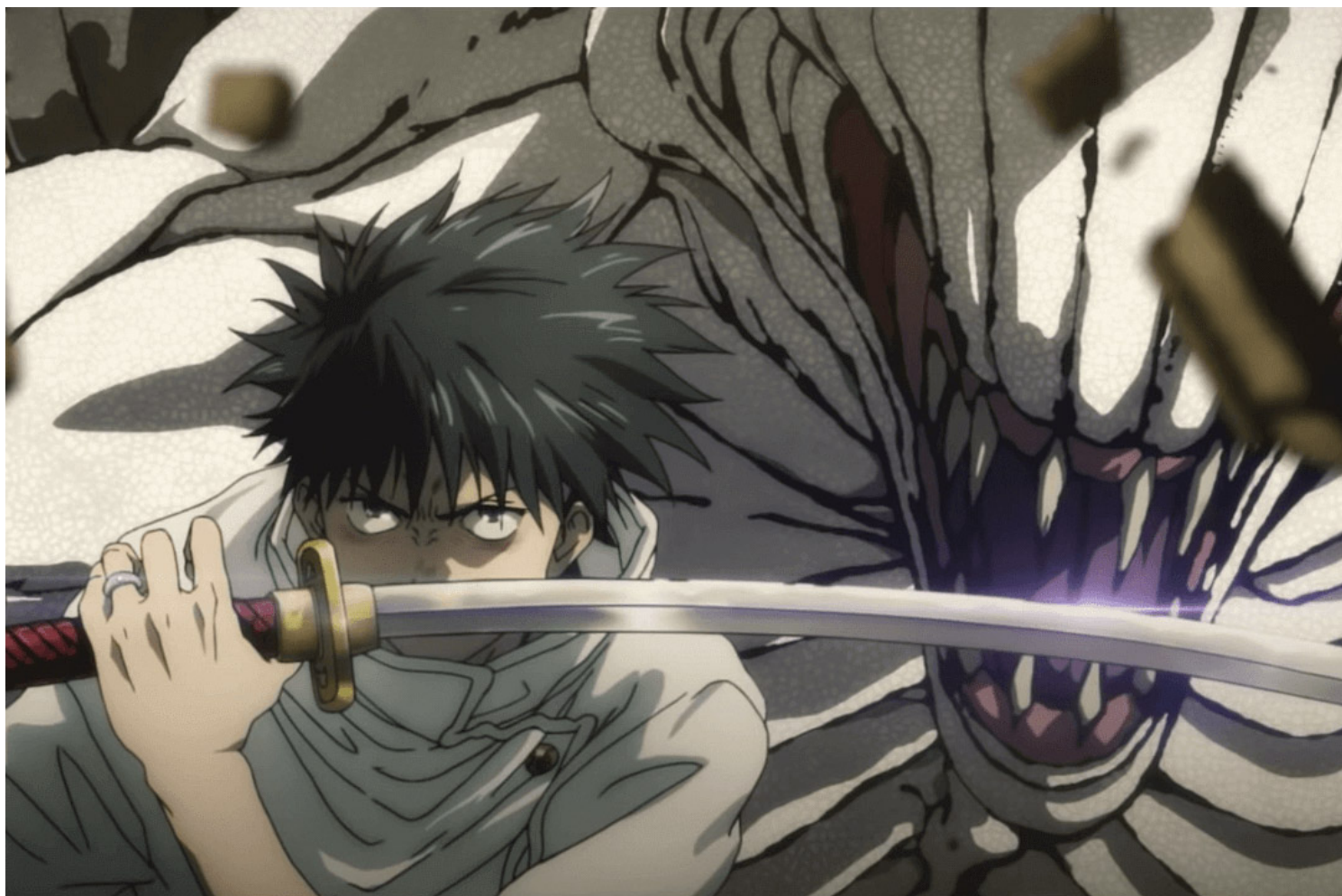
但真正的强者是《航海王剧场版：红发歌姬》，不只创下22年前登上大银幕至今最高票房纪录，更跃上日本影史最高电影票房排行第9名的超狂纪录。为什么一部相较于名侦探柯南或是多拉 A 梦的电影版来讲票房

“差强人意”的长青动画电影，能在22年后成为年度票房冠军？名为Z时代的新时代阅听方式可能是主要关键。

## “新时代”的来临，Tictok决定下一个热卖之作

《剧场版 咒术回战0》在日本引发现象，是从漫画销量与动画的爆红程度中可以“预期”的，但《航海王剧场版：红发歌姬》引发的社会现象，最大的贡献并非“资深”动漫迷，而是出生在YouTube与Tiktok时代，现在25岁以下的Z世代。

Ado的加入，让《航海王剧场版：红发歌姬》成为不折不扣的音乐电影。电影中出现的歌曲包含主题曲共计7首歌，皆由Ado亲自演唱。电影上映后，所有歌曲全部进入日本各大音乐排行榜，《新时代》更成为首支登上Apple Music全球排行第一的日本歌曲。2020年当时年仅17岁的Ado，凭借YouTube频道一首《烦死了》（日：うっせえわ）创下破亿点阅率，作为不露脸的网路歌手，《航海王剧场版：红发歌姬》巧妙地将Ado的形象和女主角Uta结合，并在TikTok与YouTube发布Uta的舞蹈影片。面对《航海王》不属于他们童年的Z世代，抑或是弃追好一段时间Y世代，电影靠著洗脑的歌曲与行销，让《航海王》第15部电影作品成为新时代的代表。



《航海王剧场版：红发歌姬》靠的是口碑吗？至少没有人敢否认，社群平台的推波助澜将电影推至更广的能见度。根据App Ape统计，日本每月活跃用户已超过950万，20岁以上的使用者从2018年的60%增长自2020年的70%，不同于欧美国家在疫情期间使用者以青少年居多，日本TikTok平均使用年龄为34岁，男女比更是来到55：48。而TikTok带货（日：TikTok売れ）也成为疫情期间最流行的行销关键字。

2022年电影票房排行第8名《余命10年》，是排行榜上唯一非系列作与动画改编的真人版改编电影。当2020年在TikTok上推荐书本的hashtag，开始影响Z世代阅读风潮，甚至影响实体出版商销售量的“#Booktok”出现后，许多过去出版的书都迎来“重版出来”。其中包括2017年出版的《我的樱花恋人》与《余命10年》，都是在#Booktok出现后在2022年改编成电影。

相较于同为小松菜奈主演、横跨十年的爱情电影《系》，观众的观看意愿值会随著电影的上映日来到高峰，曲线会逐渐趋于稳定。然而，《余命10年》即便是在电影上映后，其曲线仍持续增长，这是“好口碑”相传、电影可能大卖的曲线图，但因TikTok而爆红的原作，加上电影公司以TikTok作为主要宣传战场，成功吸引到61%的20岁以下观众入场。虽然《余命10年》难以复制00年代“纯爱VS病魔”始祖《在世界的中心呼喊爱情》的票房纪录，《余命10年》代表的是年轻人对于“丁宁”（译：细腻）描写的重视，与TikTok短影音的剪辑问题。



## 谁还在在乎收视率？

同样追求收视率的电视台，只是不断复制与以往模式相同的主题，而大量的刑事与医疗剧也让许多电视台被戏称为老人台。

与《余命10年》一样，因TikTok的影响而在Z世代开始传散的还有日剧《Silent》。根据2022年全日本个人收视率调查，平均每人收看电视的时间为3小时41分，以50岁以上的年长者为主要收视族群，但是40岁以下的男性，与30岁以下女性已经进入几乎不看电视的时代。

收视率至上的年代已过。过去宫藤官九郎、坂元裕二，是能以低收视率转换成高口碑与高DVD销量的编剧大神，即便收视率只有“个位数”其质量依旧高于许多“十位数”热播日剧。即便录影设备发达、疫情促使串流平台起飞，主流媒体依旧只报数字，将收视率视为剧集好坏的标准。同样追求收视率的电视台，只是不断复制与以往模式相同的主题，而大量的刑事与医疗剧也让许多电视台被戏称为老人台。然而，收视率不断下降，不只是因为日剧的品质大如前，另一部分是阅听人的收视习惯早已改变。

2015年，日本终于意识到国际串流媒体对电视台带来的冲击，日本五大民营电视台联手推出免费串流平台TVer，对鲜少重播的传统电视，TVer主打每集节目播出后一周内，能在平台上免费且无广告收看，是日本AVOD (Advertising VOD) 平台中，可观看最多电视节目的串流。

因此，日本近年多了一个新的用词——“见逃し配信”（可回放网路播放）。2021年底，日剧《最爱》创下TVer上架以来点阅率2280万次最高纪录，但此纪录很快就被2022年初《勿说是推理》打破，年底的《Silent》更是在日本刮起一股纯爱炫风，不仅创下单集回放531万次的纪录，在第8集时总点阅回放数已来到4800万次，荣登民营电视台历代最高回放点阅纪录。

以上三部现象级日剧，其电视台收视率却分别只有8.7%、11.8%、7.6%。这代表什么？观众已不愿被电视台的时间和地点绑住，随时随地用手机和电脑就能观看的串流，正在改变日本的阅听习惯。





《Silent》剧照。网上图片

## 要慢还是快，这就是时代的潮流

描述一对高中恋人分手多年后再次重逢，透过“手语”重新搭起彼此桥梁的《Silent》，在条件上也具备了“符合”Z时代的阅听习惯：即使用“倍速观看”也不会错过重要画面，温柔且明亮的光线与大量的长镜头与特写，即使是在小萤幕手机也能看得很清楚。

《Silent》的出现，也终于让越来越多媒体愿意报导“串流回放点阅数”，同时也挽救了《Silent》开播的低收视“负面新闻”，未来能否成为和电视台收视率并驾齐驱的数字指标，现在还不得而知，但是《Silent》某种程度的确创造为串流回放点阅数打下良好的基础。

《Silent》的爆红虽然电影《余命10年》一样，都是懂得“自主”操作社群平台的集散力，在盗版出来之前先行将“剪辑影片”放到社群，针对TikTok或IG用户的“演算法行销”。《Silent》在新的一集出来前，都会在社群放上官方剪辑的精彩回顾，即使是从中间才加入的阅听众也能马上进入状况。尤其是在“评论文化”盛行的TikTok，剪辑影片能有效创造新的机制，促使阅听众留言与推荐，进而透过演算法将影片推至热门。而许多阅听众也会自制剪辑影片上传至TikTok，因此，未来该如何管制这些网路上自制，游走在非法边缘的剪辑影片，也成为日本必须重视的问题。

描述一对高中恋人分手多年后再次重逢，透过“手语”重新搭起彼此桥梁的《Silent》，在条件上也具备了“符合”Z时代的阅听习惯：即使用“倍速观看”也不会错过重要画面，目前TVer已可支援1.75倍速观看；温柔且明亮的光线与大量的长镜头与特写，即使是在小萤幕手机也能看得很清楚。当然，《Silent》爆红最大的原因，仍归功于细腻的台词，或者可以说，全剧只专心说一个“什么是语言”的故事。

而这也和Netflix于2022年末推出的《First Love初恋》之所以能成功抓住阅听众的原因不谋而合。



《Silent》剧照。网上图片

## 老人台退散！世代交替已到来

作为Netflix自制的纯爱日剧《初恋 First Love》，以宇多田光的成名曲〈First Love〉为原型，讲述一对初恋情人别后相逢的故事，同样是王道爱情加上疾病的虐恋，《Silent》和《初恋 First Love》最大的共通点其实是，启用年轻女性创作者担当要角。

担当《Silent》编剧的生方美久，是去年才刚获得第33届富士电视台青年剧本大奖，但除此之外没有任何

剧本作品的29岁新人；31岁的导演风间太树虽然曾执导过《樱桃魔法THE MOVIE：如果30岁还是处男，似乎就能成为魔法师》，但同样未有执导黄金时段连续剧的经验。另一边，《初恋 First Love》同时担当导演与编剧的是现年40岁的寒竹百合，虽然师从岩井俊二其代表作却仍停留在2009年《天使之恋》。因此在刚公布演职员名单时，其能力也备受质疑。

把好的资源投注在有潜力的新生代身上，虽然是一种赌注，但是在24岁就写下经典纯爱日剧《东京爱情故事》的坂元裕二，或是在32岁后接连写出《爱情白皮书》、《长假》的北川悦吏子，在当时都是以新生代编剧之姿，为电视剧注入一丝活力。且事实证明，即便是20年后的新生代，生方美久与寒竹百合笔下或镜头下的清新与细腻，无不充满年轻创作者的魅力。

当电视台一如过往地启用资深编剧，且又不断复制相同的题材，最后却又抱怨著“年轻人只顾看手机，都不看电视了”的老调重弹，到底谁才是让日剧收视与品质低落的罪魁祸首呢？

回顾2022年，以年轻人失落为题的《我们无法成为大人》、《黎明时分的年轻人们》、《刚好想起你》等电影，都像是日本现在无欲无求的“悟世代”写照。过去，大量改编“纯爱漫改”电影的粉红泡泡，如今都成了疫情下的泡沫。



## 后疫情失落，Y与Z世代的失落

《Silent》和《初恋 First Love》证明了，不管有钱还是没钱，唯有好的剧本才能真正抓住观众。而卖情怀的招数，也刚好在后疫情时代萌芽。虽然早在2018年就有以安室奈美惠90年代辣妹文化为背景的《Sunny我们的青春》，但最终票房也宣告卖情怀失败，只因平成最后一年已不再是对于昭和的怀念，更多的是对现在的依依不舍。令和元年，贩卖跨越平成与令和的爱情故事《糸》与《弥生，三月》催生而出，碰上的却是突然爆发的疫情。

直到2021年疫情的缓和，才让坂元裕二的《花束般的恋爱》在年轻世代中开花结果。横跨五年的平成爱情史，点出该选择“面包还是花束”的终极选择，成功打中Z世代的新生。回顾2022年，以年轻人失落为题的《我们无法成为大人》、《黎明时分的年轻人们》、《刚好想起你》等电影，都像是日本现在无欲无求的“悟世代”（日：さとり世代）写照。过去，大量改编“纯爱漫改”电影的粉红泡泡，如今都成了疫情下的泡沫。

反观2022年Netflix的《初恋》，以宇多田光的1999年的成名曲《First Love》为灵感，几乎让全亚洲再度掀起日剧狂潮。即便有标准的日剧跑、狗血般的转折，甚至是峰回路转的命运重逢，《First Love初恋》在Netflix上架后连续三周，皆登上全球非英语部门前十名，日本连三周第一名的好成绩，电影拍摄地北海道也成为搜寻热度极高的观光圣地。《初恋 First Love》卖什么？卖爱情的美好也卖对梦想的向往，但本片同时也卖爱情与梦想的未完待续。如此心动却也令人心碎的剧情，恰好符合2022年的后疫情失落。

2022年，的确是个有趣的一年。《Silent》热潮是否能够打醒电视台“收视率至上”的原则，同时启用或培育新生代创作者；《First Love初恋》炫风带起的日剧文艺复兴，能否改变传统电视台开始重视故事之外的“细节”；在今年明显弱勢的独立电影，下一部《在车上》又需要等待多久？

2022年12月31日，NHK红白歌唱大赛虽然再度创下历年倒数收视第二低的成绩，但相较于去年仍是多了1个百分点，出场歌手名单与曲目也逐渐往年轻人方向靠近。而《今际之国的挑战者2》在Netflix播映后也随著与《鱿鱼游戏》相同题材的热度在欧美发烧，过去日本总是自怨自艾其制作技术无法和韩国与好莱坞相提并论，日本能否靠Netflix和Disney+的资本，扭转至今仍难以跳脱“加拉巴哥化”的局面吗？

或许，比起追上韩国人的，先懂得专心抓住年轻人的心，才是当务之急。

