

奥特曼让人相信有光，但自己的故事令人惆怅

转载

techweb 于 2021-02-25 12:36:59 发布 172 收藏
文章标签: [impala](#) [交互设计](#) [微软](#) [办公软件](#) [datagridview](#)



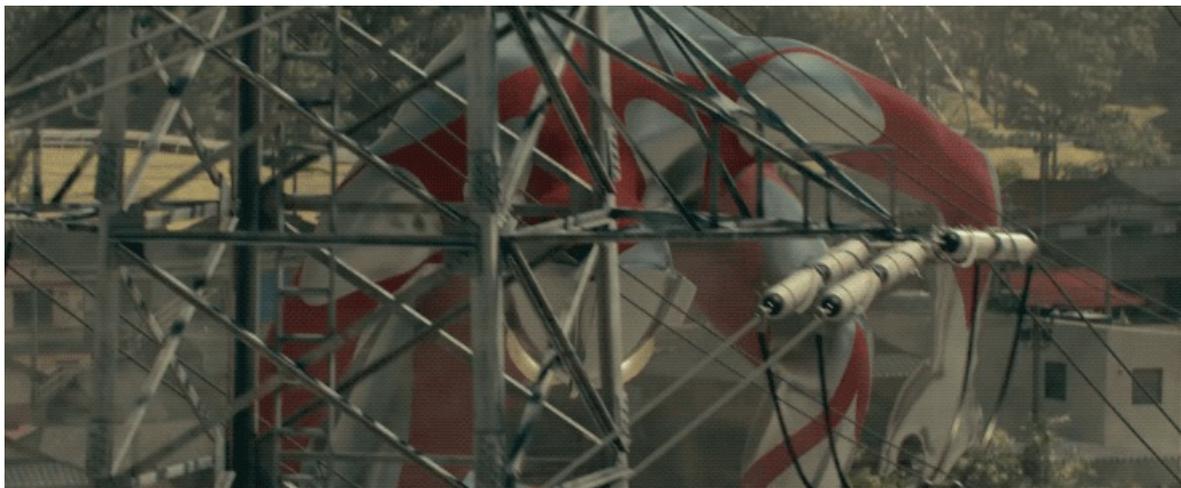
来源/第一财经YiMagazine

ID/CBNweekly2008

记者/袁颖、陶紫东

编辑/许诗雨

1月29日，著名动画制作人庵野秀明企划的《新奥特曼》公开特报影像，引起热议，大家关注着这个擅长塑造末世的大师，如何用自己的手塑造奥特曼的新故事。



《新·奥特曼》预告片中新奥特曼亮相的身姿。

2020年，“奥特曼”的形象高频出现在互联网各个角落，不仅是作为表情包界的新起之秀，同时在不安的大环境下，它似乎也承载了某种力量，成为人们向奇迹的精神支撑。于是今天，走过半个世纪的奥特曼，不但没有被时间淘汰，反倒成为了新的潮流。

在奥特曼世界观的设定里，奥特曼是光的战士，“光”代表着正义与希望。因此，在奥特曼的受众中，是否“相信光”便成了是否热爱奥特曼、相信存在的默契暗号。





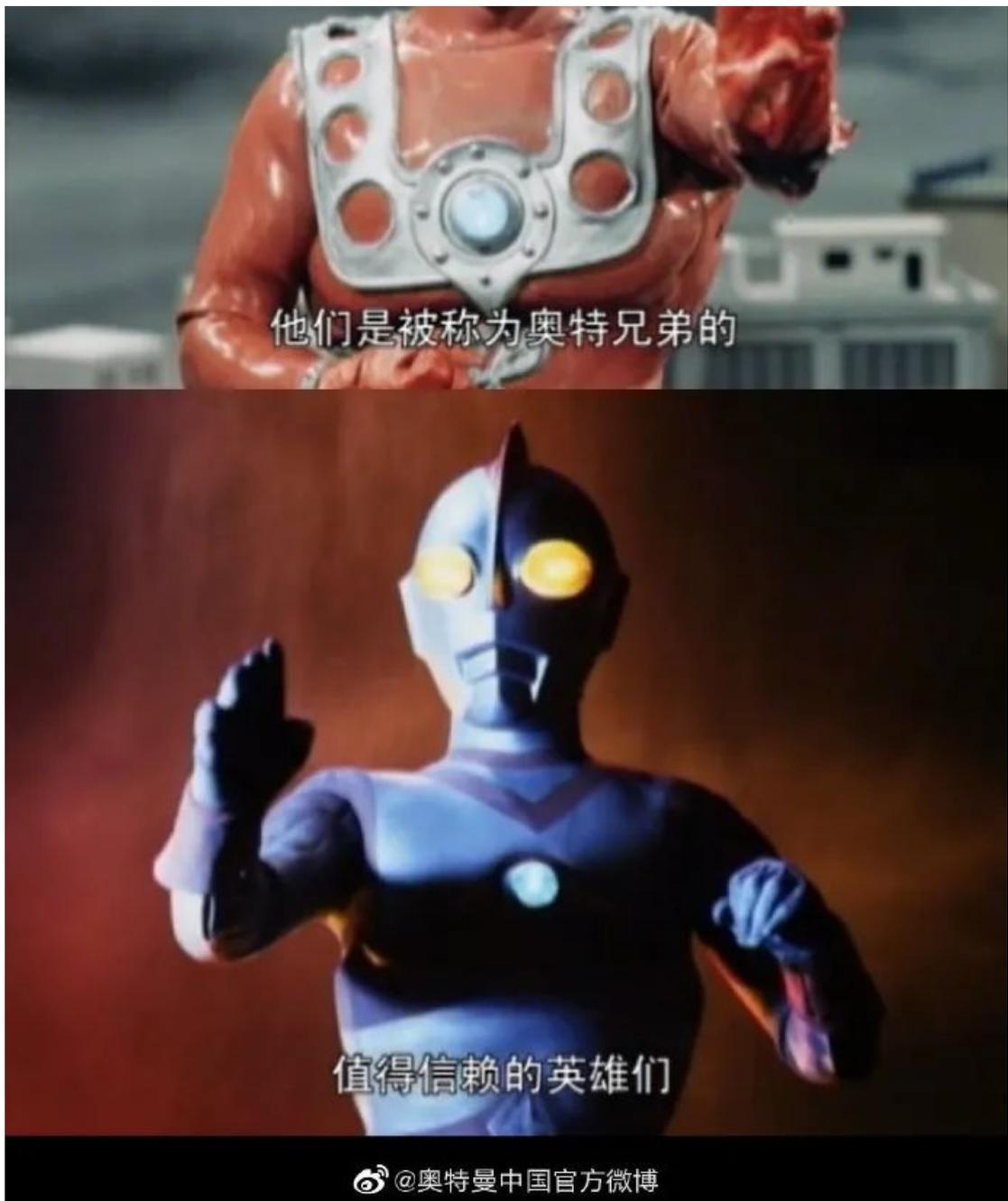
从现在开始整整四十年前



地球不断被怪兽和侵略者威胁着







“你相信光吗？” | 图片来源：奥特曼中国官方微博

作为一个“相信光”的女孩，小九第一次接触奥特曼是在小学之前，那时候家里的碟片还讲的是葫芦娃和黑猫警长的故事，她将家里的碟片与父母同事的小孩交换，拿到了《迪迦·奥特曼》系列的一部剧场版《最终圣战》，这部95分钟的电影让她开始喜欢上“奥特曼”这一系列创作自日本，却被全世界熟知的超级英雄。

小九在1996年出生，她钟爱的迪迦·奥特曼也在这一年诞生。《迪迦·奥特曼》在诞生8年之后进入中国内地观众的视野，这并不是第一个在内地播放的奥特曼剧集，1993年《宇宙英雄·奥特曼》，即初代奥特曼就由上海东方电视台引进中国，但由于那时候的电视普及度不高，它只成为了一部分1970、80年代人久远的记忆。

2004年，《迪迦·奥特曼》被引进后在北京电视台首播，随后在全国的50多个电视台播出，在一次次重播后成为在中国播放次数最多的奥特曼剧集，迪迦·奥特曼因此人气一直居高不下，成为“国民度”最高的奥特曼之一。



你小时候看过几遍《迪迦·奥特曼》？ | 图片来源：圆谷制作官方海报

“在接触手机电脑之前，我们只有电视这一个渠道，哪个频道在播，我就看哪个频道，但是那个时候父母不让我看多电视，我就在每周六上午跑到奶奶家去看。”电视里一身酷炫银装、肩负拯救人类使命的迪迦·奥特曼让小九入迷，那是90后的共同回忆——守在电视前，跟着电视唱起《奇迹再现》（《迪迦·奥特曼》主题曲），在不得不以学习为重的岁月里和父母打游击战。

随着迪迦的大热，越来越多的奥特曼剧集被引进，更多人才知道奥特曼并不是只有一个，这个系列IP在40年的延续中创造出来许多外表不同、性格各异、故事情节有所交叉但不雷同的奥特曼。

1966年，圆谷英二作为导演和制片人创作了科幻特摄剧《奥特Q》，开启了奥特曼长于半个世纪的征程。

圆谷英二被称为“特摄片之父”，1954年他参与了电影《哥斯拉》的特殊技术制作，电影大获成功，1963年他建立了“圆谷特技制作株式会社”，这家公司牵引着奥特曼走过大半个世纪，直到现在。

《哥斯拉》是在日本刚经历过二战的创伤背景下创作的，带有对核武器战争的恐惧和反思。而10年之后《奥特Q》的创作背景随着日本社会的变化转移。战后近20年的经济复苏，让日本国内的生产喘过气后有了欣欣向荣的姿态，在这样的环境下，人们的意愿被投射到了影视创作上，他们想看到积极的故事和强大的形象。

28集的《奥特Q》获得了巨大成功，收视率基本稳定在30%之上，但与《哥斯拉》一样，《奥特Q》仍然是以怪兽为主角来拍摄，其中并没有出现奥特曼的形象。在《奥特Q》完结两周之后，奥特曼系列的第一部剧集《奥特曼》才将大众熟知的英雄放上荧屏。



圆谷英二与初代奥特曼 | 图片来源：奥特曼中国官方微博

初代奥特曼奠定了后来者的基础设定：它来自奥特之星，在地球上生存打怪只能和地球人结合，银色为主红色为辅的外形和保持微笑的表情，用来提示战斗时间有限的计时器……而在剧集播出时收视率最高的奥特曼对战怪兽情节，也成为了后续奥特曼剧集的主要情节。

《奥特曼》的成功超过了《奥特Q》，最高单集收视率达到了42.8%。第二年圆谷公司趁热又制作了《赛文·奥特曼》，这是圆谷英二生前参与制作的最后一部特摄作品，却因为讨论的问题过于艰深，不符合当时日本慕强的态度，没取得理想的效果。这也是后来奥特曼剧集常常面临的问题，它似乎想在每个时代做一些思考，但不合时宜的思考并不被时代所看好。

资深“奥特迷”夏洛克最喜欢的《雷欧·奥特曼》就是这样一部作品。与奥特曼系列剧集的大基调不同，这部1974年播出的剧集风格沉重而阴郁，在故事的最初主角雷欧的故乡就被毁灭，父母、同胞无一幸存，唯一的弟弟成为俘虏，他是仅有的幸存者。悲剧般的情节和整体消极的风格，没能让观众买账，收视率在播出后不断走低。



在雷欧播出的年代，它的故事显得阴暗悲伤。

因为圆谷公司采取边拍边播的制作模式，严重下降的收视率无法平衡拍摄剧集的成本，圆谷公司为了节省演员费用，缩减成本，直接安排了地面的人类战队全灭的情节，毁灭性的结局给当时的观众留下“童年阴影”，也导致了奥特曼系列的停播。

即使它阴暗悲伤得有些“少儿不宜”，但当那一代的儿童们长大了回望这部作品，结合自身的成长过程，却有了更多的反思与收获。对于夏洛克来说，雷欧·奥特曼代表了一种安全感，“他的经历特别崎岖坎坷，什么都没有，只能靠自己一个人慢慢往下走。在这种经历下，他成长为一个非常强大，而且成熟靠得住的战士，特别能鼓舞我，在面对各种生活中的挫折和磨难的时候，还能勇敢地站起来。”

6年之后的1980年，圆谷公司想要做一部风格正面，积极励志的剧集来消解雷欧的阴霾，《爱迪·奥特曼》应运而生，但1980年代的日本影视行业里，特摄已经不再稀有，大量的特摄剧集和电影的出现挤压了奥特曼的市场。

《爱迪·奥特曼》没有迎来想象中的成功，也没有让奥特曼系列恢复昔日的辉煌，反倒是为奥特曼16年的沉寂拉开序幕。1980年到1996年《迪迦·奥特曼》诞生的这段时间，圆谷公司只制作了几部奥特曼的剧场版以及衍生特摄剧集，也都因为反响平平而沉底。

奥特曼故事的创作无法摆脱当时所处的时代背景，奥特英雄们始终投射着裹挟在时代洪流里普通人的愿望和希冀，反映着当时社会里人们的物质需求和精神世界。进入1990年代，日本股市崩盘、房价下跌，经济泡沫破碎，繁荣景象坍塌，人们直面对于现实的迷茫和困惑。

然而就在人们这原地踌躇的状态下，《迪迦·奥特曼》横空出世，与上一个时代的奥特曼不同，迪迦抛弃了更英雄主义的视角和单纯的打怪模式，把当下社会所面临的一些问题具象为单元故事融进剧情里，包含着对弱势群体的观照和宏大命题的思考。

例如，在《再见了奥比克》这一集当中，怪兽奥比克生存的村庄被现代商业建筑挤压，它采取了一些无害的恐吓行为来阻止开发计划，但在与迪迦的战斗中意识到自己的村庄再也回不来，于是假装攻击迪迦，欺骗迪迦将自己杀死，与自己的村庄一同回到黑暗中。

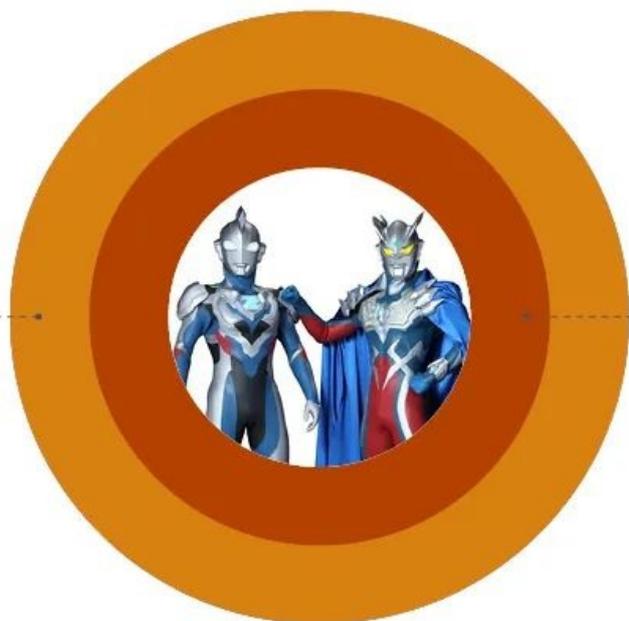
怪兽和奥特曼不再是一条分界线隔断的黑白两面，怪兽也可能是被占据家园跟不上社会前进的弱势，与现实的轨迹不谋而合的故事也是迪迦被“封神”的原因。

可是迪迦的光芒似乎太过耀眼，圆谷趁热推出的后期几部奥特曼剧集虽不算没有水花，但反响也比较平淡，2006年《梦比优斯·奥特曼》推出后，奥特曼系列再次断档。

在这期间，作为制作公司的圆谷也经历了几次易主，2007年因为经营不善、入不敷出，圆谷公司被日本电通公司（TYO）收购为子公司，随后以生产和售卖各种科幻、动漫、特摄模型的玩具巨头万代注资圆谷公司。2010年，TYO退出对圆谷公司的控制，把股份出售给了Fields公司，形成了现在Fields公司占据51%股份，万代占据49%股份的局面。

至此圆谷公司的管理层中已经不再有圆谷家族的成员，空留一个名字。2013年，奥特曼才重新推出了新生代的剧集，保持一年一部的速度做出了《银河奥特曼》《艾克斯·奥特曼》《欧布·奥特曼》等剧集，但这个时期的圆谷公司在万代的注资下，把重心放在了奥特曼周边玩具的开发上，新生代奥特曼的形象和剧情的设计多少有为售卖玩具服务的成分。

淘宝销量前100奥特曼相关产品 平均单价和单价中位数



平均单价

47.8元

单价中位数

29.45元



数据来源: 淘宝网 (截至2021年2月19日)

淘宝销量前100奥特曼相关产品提及奥特曼



类型	数量	首作播出年份
泽塔奥特曼	18	2020
泰罗奥特曼	11	1973
赛罗奥特曼	7	2009
欧布奥特曼	8	2016
捷德奥特曼	7	2017
迪迦奥特曼	4	1996
赛文奥特曼	4	1967
泰迦奥特曼	2	2019
奥特之父	1	1972



数据来源: 淘宝网(截至2021年2月19日)

淘宝销量前100奥特曼相关产品类型统计



类型	数量
卡片/卡片收藏册/卡游盲盒	62
人偶/模型/手办	20
童装	8
涂色绘本	3
拼图	2
神剑/圆环/变身器	2
遥控车	1
积木	1
COS服装	1



.....
 数据来源: 淘宝网 (截至2021年2月19日)

*点击图片可放大查看

低幼化的剧情、有着浓浓塑料感的服装和道具收窄了奥特曼的受众，虽然圆谷公司达到了赚钱的目的，新时代奥特曼的口碑和质量在几部剧相继面世后也有一定回升，但是相较于圆谷全盛的时候，仍然显得低迷，直到2020年6月《泽塔·奥特曼》播出。



《泽塔·奥特曼》开播海报

近年剧情往低幼化的方向走的奥特曼系列，似乎在这部新作品中重新找到了立意，无论是男主人公在伤害了只是想保护孩子的怪兽，还是男主人公在四次元空间场里重新遇见父亲，解答心里的疑惑，都给《泽塔·奥特曼》的故事添上了温情但有力度的思考，最后几集里对于人类滥用科技和武器最后得到反噬的表现，也是一种诘问和反思。

在采访中，夏洛克和小九两位资深奥迷对《泽塔·奥特曼》的评价都很高，这呼应了它在豆瓣上9.3的高分，只比《迪迦·奥特曼》低0.1。在奥特曼迷的心中，《泽塔·奥特曼》的播出既是一个转折点，也是2020年奥特曼重新在中文互联网上火起来的一个加速器。

从去年开始，奥特曼“火”到什么程度呢？

根据知微舆论场的数据，从2020年8月至今，微博上以奥特曼为关键词的热搜有16条，最高到过热搜第6，抖音有35条，知乎上的热门讨论有28条。

“奥特曼”话题各平台热榜热度TOP10



热点

最高热度 最高排名 最后在榜

微博热搜

小鬼奥特曼反差童趣照	257101	30	2021.2.5
高中生模仿奥特曼被劝退涉事学校致歉	934265	10	2021.2.2
学生喊奥特曼台词被劝退事件处理结果	234824	42	2021.2.2
新华社评学生模仿奥特曼被劝退	758990	8	2021.1.31
新奥特曼	606082	20	2021.1.29
张颜齐cos奥特曼	499705	19	2021.1.26
戚薇穿皮卡丘学奥特曼	566019	20	2021.1.14
世界上真的有奥特曼	1100728	6	2021.1.5
奥特曼灭绝的原因找到了	630518	17	2021.1.3
我就知道奥特曼是真的	527379	20	2020.12.31

抖音热搜

4岁男童用上百个奥特曼排10米	4694465	34	2021.2.19
男孩子可以有多少奥特曼	6902046	11	2021.2.18
唐探3龙套演员是奥特曼	6040712	26	2021.2.16
白岩松评学生喊奥特曼台词被劝退	8682854	1	2021.2.8
r1se玩抓奥特曼	6338011	15	2021.1.31
新华社评学生模仿奥特曼被劝退	7061027	10	2021.1.31
新奥特曼发布特报视频	7492314	7	2021.1.31
这就是不学习的奥特曼	6567109	21	2021.1.29
翟潇闻认不出迪迦奥特曼	642870	19	2021.1.21
青岛小哥套路姥姥穿奥特曼衣服	5478748	34	2021.1.20

知乎热榜

今年17, 还是变身不了奥特曼, 为什么?	14470000	2	2021.2.8
今年17, 还是变身不了奥特曼, 为什么?	590000	45	2021.2.7
男生真的无法接受奥特曼不存在吗?	3250000	8	2021.2.6
如何看待《新·奥特曼》先行预告片?	1900000	21	2021.1.30
你们觉得哪个奥特曼长得最帅?	2030000	27	2021.1.8
如何评价“济南五岁癌症男孩想看真正的奥特曼, 奥特曼中国官微表示全力配合”?	5120000	10	2021.1.8
奥特曼的剧情是怎样的?	730000	32	2021.1.5

为什么不能对男生说这个世界上根本没有奥特曼?	3920000	12	2021.1.5
孩子特别喜欢奥特曼,我想在他生日那天装扮成奥特曼接他放学,靠谱吗?	8800000	4	2021.1.3
各位觉得迪迦奥特曼这部剧拍的怎么样?	2130000	18	2021.1.2



数据来源: 知微舆论场 (2020年8月至2021年2月19日)

《泽塔·奥特曼》的出现与好口碑给奥特曼重回大众视野带来了一个切口,但并不是唯一因素,更多在中文互联网上发生的偶然但有趣的事件,频频把奥特曼的身影重新放在大家的讨论话题中,渗透进各个平台。

前有“艾斯吧”里的艾斯奥特曼卧薪尝胆五年,终于从海贼王粉丝手中夺回吧主的故事,后有天猫评选奥特曼为“2020年度时尚人物”,还给奥特曼按照时尚度做了一次评选和排序,这些都消解了奥特曼原有的更宏大和严肃的风格,在社交网络里变成贴近生活的“梗”。



大家眼中的第一性感时尚女神

NO.2

奥特之父



天猫时尚指数：9

牛角一样的天线
永远都是时代弄潮儿

NO.3

泰罗奥特曼



天猫时尚指数：9

英俊的脸庞
穿什么都是时尚

NO.4

戴拿奥特曼



天猫时尚指数：9

新潮元素加上古典主义
三原色规律

NO.5

雷欧奥特曼



天猫时尚指数：9

镶钻的搭配
告诉你的就是高贵

NO.6

赛文奥特曼



天猫时尚指数：8

红色紧身衣铠甲装
能驾驭只有赛文

NO.7

梦比优斯奥特曼



天猫时尚指数：8

红银碰撞
堪称时尚界一枚巨人

NO.8

诺亚奥特曼



天猫时尚指数：8

炽羽设计
应该就是源自诺亚

NO.9

赛罗奥特曼



天猫时尚指数：8

变化多面
不正是时尚要素嘛

NO.10

佐菲奥特曼



天猫时尚指数：8

铆钉镶嵌
就是时尚前沿的领衔人物

©TPC

天猫趋势中心

即刻 @淘宝

2020年，互联网积极为奥特曼造了许多“梗”。

天猫趋势中心的员工福壳告诉《第一财经》，选择奥特曼的原因来自两个方面：一是在做完时尚趋势的盘点后，发现很多元素与奥特曼的元素不谋而合，二是今年奥特曼确实很火。

这个跨界联动得到了还不错的反响，“反馈的男生更多，很多人对奥特曼时尚度的排序非常较真，会在那里为某个奥特曼鸣不平，当然也有很多人不买账。”

在评选结果出来之后，天猫还与奥特曼在中国的代理公司“新创华”合作了线下的颁奖活动，让福壳觉得有趣的是，奥特曼的偶像包袱其实很重，“我们就希望跟他们多搞一些花活，把视频做得更有趣，但前期沟通的时候就会发现，奥特曼要保持形象，不能蹲在那里吃盒饭，不能说话，不能跟天猫发生肢体上的接触，因为他不能撸猫。”

其实在社交平台和购物平台之前，短视频平台才是奥特曼出现频率最高的地方，2019年1月，迪迦奥特曼的设计师丸山浩在自己的Twitter上转发了一条中国视频博主翻拍迪迦奥特曼的短视频，视频来源于一个ID为“三锅儿”的快手账号，他们用自制的简陋道具和乡土风味的特摄场景拍摄了乡村版奥特曼。



>>点此链接可看快手播主“3锅儿”的翻拍《迪迦奥特曼》视频

在社交平台爆红后，模仿奥特曼、创作奥特曼“衍生故事”的短视频雨后春笋般冒出来，形成了抖音快手上一个特别的生态。然而因为模仿特摄的拍摄方式、在原有的奥特曼剧情上致敬，往往需要一定的时间、精力和成本，对只想用奥特曼做噱头、博取点击的人来说，这有些得不偿失，不如一次恶搞和戏谑来得划算。

这些恶搞形成了固定的创作模式，剧本是大量复制粘贴的流水线产品，短视频内容多是在小孩和年轻男孩面前上演奥特曼被绿头鱼打败，或是告诉他们这个世界上没有奥特曼，拍摄下对方嚎啕大哭或是愤怒的反应。在这些高热度视频的发酵下，微博上还出现了#奥特曼灭绝的原因找到了#的热搜。

这是夏洛克最讨厌的“梗”，因为绿头鱼并不是奥特曼剧集中的怪兽，而在一些剧集中，奥特曼也并非战无不胜，但既没有灭绝，也不会被绿头鱼一拳打倒。前段时间，夏洛克还与某男团的粉丝产生了矛盾，原因在于他在男团超话里发了一个帖子，抨击男团成员cos绿头鱼和奥特曼的一个视频，他认为无论是服装还是拍摄方式，都不能算是致敬，更像是一种冒犯。

小九最讨厌的则是在带货的直播里把奥特曼作为一种揽客的噱头，哪怕卖的东西和奥特曼没有任何关系。直播里，奥特曼做着各种诙谐的动作，甚至被关进笼子。



[查看主页 >](#)

- 我喜欢玩王者荣耀，段位是倔强青铜，开黑请dd
- 签名：要相信光对吗？迪迦！！！！



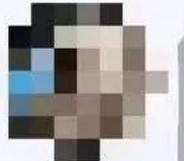
TT语音倡导绿色互动，请遵守平台 [文明公约](#)



互相聊天解锁[互动印记](#)，领稀有礼物>

送达

这个世界上没有奥特曼



 常发动态介绍自己，可以让Ta更有动力回复 [发动态](#)

昨天 晚上23:35



你.....在挑战我的底限

对于真正喜欢并坚持追着系列剧集的奥特曼迷来说，奥特曼的爆红让他们陷入了有些矛盾的状态，“有更多人看到并讨论自己喜欢的东西是好事情，但恶意丑化博眼球的也多了，挺无奈的吧。”小九说。

为了约束野蛮生长的恶搞短视频，2020年年底“新创华”发布了一则声明，称会严惩那些使用“奥特曼”形象制作内容低俗的直播、宣传视频，以及借此开展“非法营利性商演活动”的行为。

“奥特曼系列的价值观是爱，勇气和正义。”新创华公司总经理孙剑告诉《第一财经》YiMagazine，除了打击过度的恶搞、扭曲奥特曼的价值观的二次创作，为了引领奥特曼的价值观，新创华这两年做了许多公益，例如和上海新华医院合作，设立奥特曼系列主题注射室。

今年1月5日，#世界上真的有奥特曼#的话题登上了热搜第6位，话题里是山东济南一位父亲为自己患神经母细胞瘤的儿子列的愿望清单，希望儿子能见到真的奥特曼。这个愿望在10天后实现，新创华为患病儿童送去了赛罗奥特曼和周边礼包。



那个男孩见到了赛罗奥特曼 | 图片摘自奥特曼中国官方微博视频

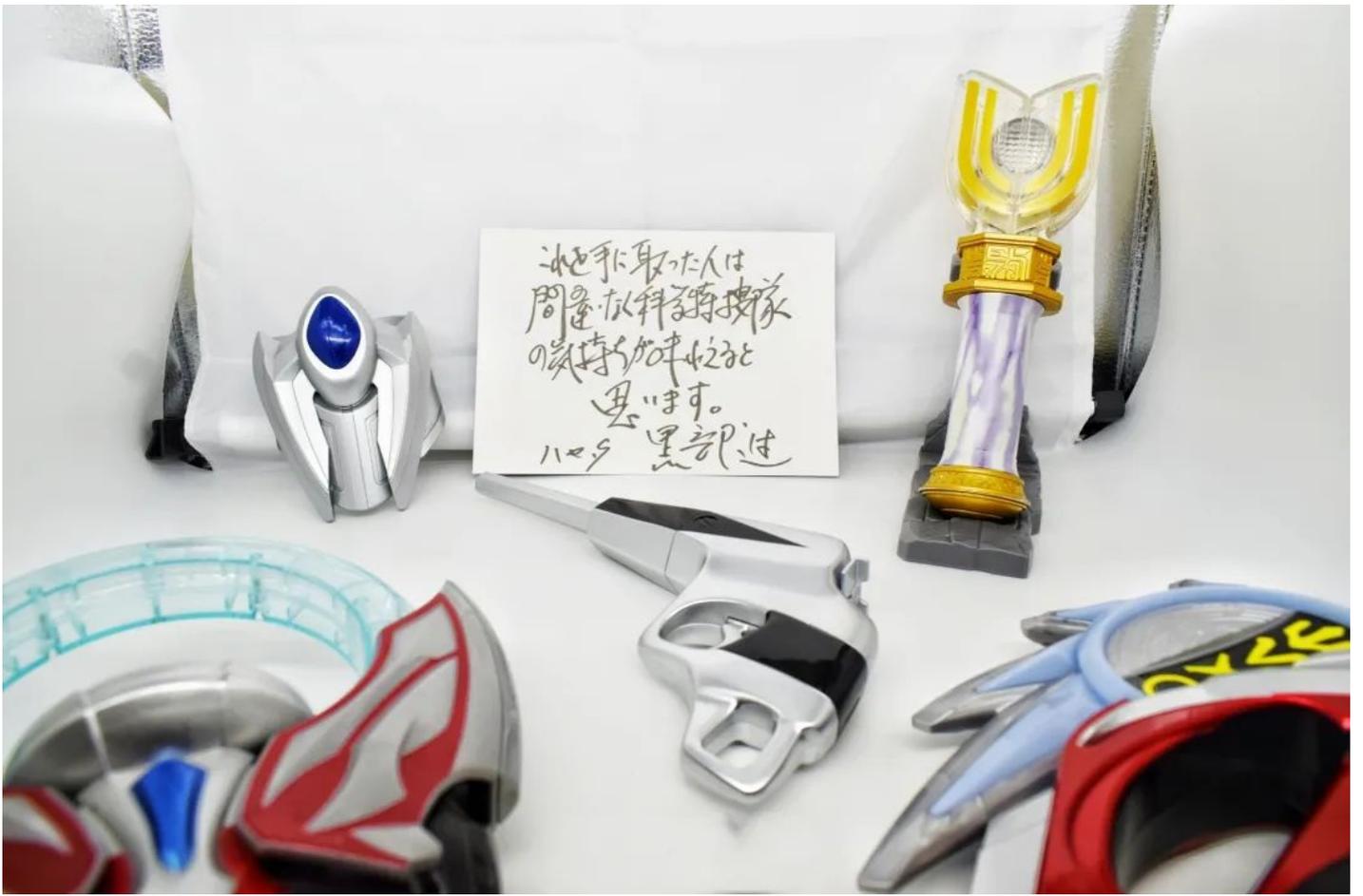
“这个世界上有没有奥特曼”这个有些中二的命题在这一年里时常出现在人们的讨论中，在回答这个问题时，夏洛克和小九都没有犹豫，一致做了肯定的回答。

对小九来说，奥特曼是她的一个信念，每个阶段有着不同的意义，当她顶着高考的压力夜以继日复习的时候，奥特曼带来的更多是积极正面的指引，让她知道这个世界会变好，当她步入社会成为一个“社畜”的时候，奥特曼给了她面对理想之外的压力的缝隙，“他们来自宇宙，当你消极，又无法治愈自己的时候，就会想跟着他们逃离到宇宙中去。”

她热爱收集奥特曼的周边，家里摆满了大大小小的奥特曼模型和玩具，也参加过几场奥特曼的合影活动。

夏洛克则在用自己的方式追逐奥特曼的脚步，他为了奥特曼买了自己的第一台相机，他喜欢跑到全国各地参加各种奥特曼的展会，把奥特曼拍摄下来，发到微博上。从最开始自娱自乐，到现在他拥有2000多粉丝，拍的奥特曼活动返图转发量破百，他很直观地感受到喜欢这个IP的人越来越多。







夏洛克的奥特曼周边收藏 | 图片提供：夏洛克 (*点击图片可放大查看)

但更多奥特曼迷和喜欢这个超级英雄的普通观众还是通过电视、网络与其建立遥远的联系，把喜欢的奥特曼剧集看一遍又一遍，为新的剧集里有老奥特曼客串而激动，批评不那么满意的剧情和奥特曼形象，为巧妙的情节和传达的精神喝彩。

他们普普通通地相信光的存在，普普通通在有光的世界里过着自己的生活。就像《迪迦·奥特曼》中居间惠对圆大古说的话：“当我第一次遇见奥特曼的时候，以为遇见了上帝，他就是光，光就是他。”掷地有声。

— 【 THE END 】 —

往期精彩文章回顾：



| 23岁女用户跳车身亡后，涉事司机被正式刑拘，货拉拉道歉被怒喷！



| 华为Mate X2黄牛价已超两万，结果小伙子没拿稳，成全网首摔？



| 又到了充钱的时候！苹果AirPods 3最快下月发布