

从日语“萌”的语用意义看青年 亚文化生态体系特征*

齐 珮

(上海海洋大学, 上海 201306)

提 要: 由于以往忽视意识形态在实际言语活动中对语言结构系统的持续渗透, 巴赫金提出将语言符号与个人行为、具体语境和意识形态结合起来, 从语用学维度分析词语的具体含义和使用规律。这促使笔者尝试阐释语词“萌”的语源、含义和言语行为等因素, 旨在从具体语言交际过程中发现后现代社会中的亚文化行动样式和价值判断对语言结构的渗透, 总结以“萌”文化为代表的青年亚文化表现出来的虚构意志、符号化消费、断片式经验等主要特征。

关键词: 语用意义; 功能性言语; 语言建构; 亚文化

中图分类号: H030

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2010)04-0087-4

Feature Analysis of Ecological Systems of Youth Subculture from the Perspective of Pragmatic Meanings of Japanese ‘Moeru’

Qi Pei

(Shanghai Ocean University, Shanghai 201306, China)

It was strongly neglected that ideology sank into language structural system in the practical speech communication since Saussure's subject of linguistic philosophy was strongly put into special emphasis. In this situation Bakhtin proposed that linguistic symbols should be combined with personal behavior, local context and ideology, and that lexical implicature and usage should be analyzed within the pragmatic dimension. This study features certain fundamental analyses of the Japanese “Moeru” in the pragmatic domains of its etymology, meaning and speech act so as to find modes of behavior and evaluation sunk into language structures in the post-modern social sub-culture through practical speech communication. Finally, this study summarizes that “Moeru”, as Youth Sub-culture, displays certain principal features, such as fictitious will, symbolic consumption and fragmental experience.

Key words: pragmatic meaning; linguistic function; language construction; subculture

1 引言

最近,日本流行这样一段“落语”(单口相声),大致内容是:「えー、最近の日本では秋葉原が元気だっけね。メイド姿のおねーちゃんや、妙な格好した若い子がいっぱいいるんだそうで。外人なんかも観光名所として秋葉原によく来るらしくて、日本といたら「俺び」、「寂び」と「萌え!」」(国文学解釈と鑑賞 2008: 112) 此处,将语词“萌”与代表日本传统文化的“枯”、“寂”并列在一起,作为一种独特的日本文化现象受到广泛关注。虽说

此相声段子是对“萌”大流行现象的夸张,也不乏调侃的意味,但是不能忽视:近年来,作为日语固有词汇“萌”(动词“萌える”的名词化)已然超出单纯的“流行语”概念。以青少年群体为使用主体、以虚拟动漫世界和网络世界为主要使用范围的这一网络流行词汇,从日本传播到中国,从虚拟世界扩展到日常生活、人际交往等现实世界,并且大有愈演愈烈之势,在语用学意义上引发了对青年亚文化生态问题的深入思考。在动漫、轻小说、网络游戏等盛行的亚文化生态背景下,该词的广泛使用与亚文化群

* 本文系上海市教委人文社科类创新项目“东方主义的另一种解读——日本近代文人的上海幻想”(10YS130)的阶段性成果。

体的行动样式、价值判断和生存向度等重要命题密切相关。

“亚文化”概念由来已久,自20世纪30年代起伴随着西方发达资本主义社会进入后现代发展阶段。它作为资本主义后现代性的重要构成要素,成为社会学、政治学和文化学等领域备受关注的研究对象。它既可以指有特殊行为方式的一群人,也可以指一种特殊的生活方式。它被主流社会所划定,具有区别于主流文化特征的行为方式和生活方式,而且不同群体表现出各自的文化特征。这里,笔者力图通过对青年流行语“萌”和相关词语“宅”、“キャラクター”的语义阐述,发掘青年亚文化群体表现出来的某些文化特征,在使用中透视后现代社会人类的生存发展状态。

2 “宅”的语源

“宅”和“萌”同是亚文化语境中的产物,二者息息相关又存在微妙差异。为了更好地理解“萌”的意义,笔者先简略说明和介绍“宅”文化/行动样式。

“宅”(罗马字 OTAKU)的语源是第二人称寒暄用语,在跟不知道名字、也不太熟悉的对方打招呼的场合中使用。日语第二人称的表达方式很多,比如“あなた”、“貴様”、“お前”あなた様,可以依据具体语境和说话人之间的身份地位、交往关系的亲密程度选择使用。但是“宅”的特殊性在于:第一,说话人单方面预先想定自己与对方的关系;第二,仅用于寒暄场合中对对方的称呼。也就是说,“宅”在语用学上的出发点是必须与他者相关的语言交际行为。从语源看,这也是“宅”日后被引入亚文化语境中,与“ファン”(fan)、“マニア”(mania)等近义词语有本质区别的原因所在。它大大超出了对某事物的“迷狂”、“热衷”这种单一向度的意味,更加强调主客体双方的交流和沟通,进而具有将主客体双方纳入特定共同体的意识倾向。因此,日后才出现“御宅族”以其衍生物“宅文化”。

上世纪80年代,正值日本动画产业兴盛时期。该词出现在1982年引起热议的动画片《超时空要塞》中。女主人公明美用其称呼男主角一条,该词由此脍炙人口,尤其是在热衷动漫的年轻人圈中流行起来。次年,作家中森明夫在漫画杂志『漫画ブリッコ』上撰文讨论“宅”以及“御宅族”现象,作为亚文化体系的重要组成部分,引发日本社会和学界的持久且广泛关注。(中森明夫1983:32)关于“宅”文化和现象的讨论,在日本大致经历了两个阶段。第一个阶段发生在上世纪90年代,以“宅王”自称的冈田斗司夫和他的著作《宅学入门》(1996年,『宅学入門』)为代表,为“宅”文化正本清源,将“宅”文化视为日本江户时代消费文化之一的“匠人文化”的正统后继者。冈田认为,“宅”文化是消费者与提供者共建的一种文化生态。所谓的“宅”人的快乐源于对匠人的精湛技艺

的鉴赏这一娱乐方式,但不仅仅停留于鉴赏的层面,还要追问其由来,深谙其精粹,吟味其玄妙。比如,日本的庭园艺术,作为观赏者务必要会心领受建筑者的技艺和景致的精髓,能从体会到在诗歌中读到的‘粟津晴嵐’的意境,否则意义全无”(冈田斗司夫1996:123)。因此,他对“宅”人的界定非常严格,不是任何人只要对对象怀有热衷或狂热的情感就可以称为“宅”人,顶多会被称为“ファン”(fan)、“マニア”(mania)。“从‘ファン’到‘宅’需要在时间、经济、知识、心力等方面的天文数字般的投资。”(冈田斗司夫1996:122)“‘宅’人也有高低上下之别,‘宅’度高的人通常充满激情,这不单纯是‘好き’、‘面白い’的情感。以更深、更精进为目标,在这条道路上前进。”(冈田斗司夫1996:122)可见,他在这里突出强调创作与接受的契合关系,事物的价值不在其自身,而是与其周围相关的要素结合在一起,涉及背景、经纬、接受、评价等一系列统一的整体论,这也正是日本传统文化的重要特征。日本人对美的鉴赏是在主客体互相切磋、砥砺、琢磨的过程中完成的。

随着动漫、网络游戏、图文杂志、手机小说、科幻电影等亚文化表现形式的产生、传播和发展,在日本关于“宅”的界定发生了根本性变化。日本著名人类学家东浩纪在其著述《动物化的后现代主义》(2001年『動物化するポストモダン』)中定义“宅”人:“一言概之,就是耽溺于动漫、网络游戏、SF、图片信息等亚文化中的人的总称”(东浩纪2001:124)。而“宅”文化也并非日本固有,“它实际上起源于二战后的50年代到70年代之间,是从美国传入的亚文化。动漫、科幻以及赖以支撑的时尚杂志都是亚文化的表现形式。‘宅’及其性质与其说是日本江户时代的‘粹’文化的继承者,不如说更近似于十年前在美国诞生的POPART”(东浩纪2001:125)。比较前后两种论调,不难发现,当今时代“宅”的意义显然萎缩,作为整体的文化性价值被削弱,而迷恋于特定对象,沉溺于虚构的动漫或者网络空间,拒绝现实生活中的人际交往等执拗、偏执的特性被强调出来。对此,东浩纪评价说:“‘宅’人们的欲望和生存状态与曾经的现代人相距很远。他们在虚构中能感受到比现实更加真实的东西。他们之间的交流完全依靠情报信息的交换来进行”(东浩纪2001:127)。实际上,当“宅”文化发展到东浩纪所说的极端境地就产生了现在的“萌”和“萌”文化。据东浩纪所言,所谓“萌”是由“宅”人进行的象征性消费活动的产物。如果“宅”可以说是一种文化样式或价值样式,那么“萌”就是从“宅”文化中汲取的断片式表象。“萌”人并不关心产生这些要素的文化背景,只是一味热衷于被这些特定的要素夸张表现的造型,因此“萌”文化的价值意义更加狭隘和闭塞。

3 “萌”的语用意义

关于“萌”的语源有两种代表性观点:一是冈田斗司夫认为,该词起源于NHK教育电视台的节目“天才电视人”中放映的科幻动画片《恐龙行星》(1983年4月开始放映,『恐竜星』),其中的主人公叫做“萌”,这一名字由此成为动漫界通用语;二是斋藤环认为,该词源于动漫《美少女战士水兵月》的主人公“土萌ほたる”(1993年下半年开始放映),将该词定义为“由虚构的对象(キャラクター character)唤起的疑似恋爱的感情,其起源应追溯到宅文化”(斋藤环 2008:7)。

2006年,三省堂出版社出版的《大辞林》第三版正式收录该词,其解释是:ある人間やものに対して、深い思い込みを抱く様子を言う若者言葉。その対象を実在するものだけでなく、アニメーションのキャラクターなど空想上のものにも及ぶ”。同时,根据日文网站“ウィキペディア百科”(Wikipedia)检索分析,该词的使用人群以上世纪80年代出生的年轻人为主,即“80后”一代造就的新词汇。而其语义解释更加偏重情感描述,对以动漫、网络游戏为代表的亚文化产物以及与此相关的一切信息表示出极端热情。不难发现,广义“萌”是对出现在动漫、游戏、小说等作品中的登场人物或角色的喜好感情。那么,“萌”与“宅”的本质区别体现在哪里呢?笔者将通过“萌”在具体语境中的使用情况分析其特殊含义。

如果仅仅把“萌”理解成“喜好”,不能完全解释“萌”的含义。首先,试比较:

① 水無月かれんが好き。

水無月かれんに萌える。

日语“好き”作为形容动词,经常用于表述“喜好”。这里,为了更好地分析两者的不同,我们暂且将其置换为语义基本相似的动词“好む”、“愛する”就构成:

② 水無月かれんを好む。

水無月かれんを愛する。

水無月かれんに萌える。

可见,“萌”的使用情况是“~に萌える”,而不用“~を萌える”。在“~に萌える”中,其叙述中心是处于“萌”状态的主体指向对象物的情感状态,这与“~に愛を感じる”、“~に好感を持つ”有相近之处。但是,“好き”、“愛”、“好感”等表现不仅表达“喜好”的感情,而且不自觉要求对方回应,不得不使对方产生相应的情感负担。而“萌え”表述“喜好”的情感在自我内部发生并达成完结状态,不需要对方的任何回应,而且更加偏重描述主体情感是被对方的性质、属性所触发的。

③ Xさん、好き。

Xさん、萌える。

这两种感情的表达有着本质不同。如果X是实际存在的人物,那么“萌”并不是对X的发言,只是在叙述自己

目前的感情状态。即使X听到这句话,也不属于情感告白性质,说话人对于X不作任何信息反馈要求。这就意味着主体拒绝主动进入对客体的思考,重视私人性的情感体验,面对客体采取单向度的方式回避参与意义的再生产活动。

另外,“~で萌える”这种表现也很常见,与“~に萌える”的情况稍有不同。在这种情况下,“~”部分几乎不太出现人物姓名,而是采取“ネコ耳で萌える”、“制服で萌える”等形式,即“~”部分大多数是“萌”的对象物在外形上的某一突出的特征要素或者属性,汉语称为“萌要素”,在日语中称为“萌キャラ”。“萌要素”具有现代生活和文化层面上的特殊属性,通常动漫或网络游戏游戏中的登场人物被这种要素有效地装扮(夸张、强调)起来,在视觉上形成类型化的造型形象。比如,在人物形象的装扮上以“猫耳”、“巨乳”、“眼镜”、“女仆装”等为代表;在角色性格上表现为“不可思议儿”、“阿姐”、“阿妹”、“正太”、“萝莉”等。上述的造型、性格特征要素并不是什么新产物,在传统文本世界中也会经常使用。如西方文化共通的经典原型“威风王者”、“圣贤老者”、“奇迹少年”等,而且每一经典原型都有其象征性的造型要素,比如“圣贤老者”的“白胡子”、“手杖”等。同样,在日本“歌舞伎”、中国“京剧”中,通过服装、扮相、脸谱等形式要素就能展现登场人物的性格属性,比如“白脸的曹操”、“红脸的关羽”、“花脸的鲁智深”等,能够固定地反映人物性格的造型特征,这与“萌”要素存在本质上的不同。传统文化的经典原型形象具有固定的象征意义和隐喻内容,并且与整体的文本意义相关,这些形象要素在文本世界中处于从属地位,离开具体的文本背景和文化内涵孤立地鉴赏某一个单独的形象要素没有意义。而“萌”要素的地位与意义截然相反,“萌”要素是将某一人物形象从文本世界、文化背景中独立出来的策略或手段,独立出来的人物形象的魅力完全依靠外形上的夸张和别出心裁。这种依靠“萌”要素包装起来的外形才是“萌”的唯一内容。因此,“萌”要素如“眼镜”、“猫耳”等并不具备某种特殊的象征意义和隐喻内容,它的存在意义只是表现在将对象物的价值划分为“萌”和“不萌”两种,此外无须进一步讨论对象物的其他价值、内涵。

最后,我们通过“宅”VS“マニア”(mania)、“萌”VS“フェチ”(fetishism)两组近义词的比较考察“萌”的意义。这两组词语共同描述对对象物的情感体验,并不存在情感描述上的差异,但在想象性上呈现出截然相反的状态:前者的“虚构意识”与后者的“实体意识”形成鲜明对照,前者无需“实体意识”。在“宅”、“萌”的世界中通常是通过对象物的符号化,即“キャラ萌”的形式,表达出对事物的热衷和喜好。也就是说,无论现实人类还是非现实无机物都能成为“萌”的对象。其前提是符号化处理,如战斗机、电车、各种PC软件等通过“拟人化”都作为“キャラ

ラクター”(character)看待,以此博得人气。与“宅”比较,“萌”更加强调对象物的视觉符号化,用于区别其他形式要素。而“マニア”、“フェチ”大量依存视觉之外的其他实际感觉,对事物具有强烈的占有欲。比如“メガネ萌”一词,从“宅”、“萌”角度来说,他们这群人未必关注“眼镜”这一实体事物,而是热衷于以“眼镜”这一要素包装起来的人物整体形象。相反,比如“靴フェチ”一词,仅仅是与“鞋”相关的图片信息和外观形式,满足不了这群人对“鞋”这一实体事物本身的占有欲。

4 结束语

众所周知,由于以往过分强调索绪尔的语言哲学主体论,而忽视实际言语活动中意识形态对语言结构系统的持续渗透。对此,巴赫金提出将语言符号与个人行为、具体语境与意识形态结合,从语用学维度分析词语的具体含义和使用规律。(赵一凡 2007: 91)这也促使笔者对“萌”在语用学范畴作出上述尝试性阐释,结果发现在具体语言交际过程中后现代社会中的亚文化行动样式和价值判断对语言结构的渗透,从而总结出以“萌”文化为代表的青年亚文化表现出虚构意志、符号化消费、断片式经验等主要特征。

从上述“萌”的使用情况可见,本质上,它体现以动漫、网络游戏、轻小说为主要消费内容的青年亚文化群体的审美意识形态。首先,审美主体本身就拒绝将自我移入审美对象的世界中,仅仅从客体对象上选择具有视觉化、夸张性、刺激性的某些特殊属性符号,以此为端绪创造私人想象空间,从而获得审美愉悦。在这一过程中,

“符号”、“要素”具有了超越完整统一的审美客体的重要性。以动漫、网络游戏等为主要娱乐内容的青年亚文化群体在其审美过程中不再以追求对象背后的深层含义为目的,吸引他们的是视觉性的拟像符号。

自20世纪80年代以来,随着全球性消费模式的同质化,符号消费和全球互联网络文化的勃兴,出现日益多样化的亚文化群体。虽然其行动样式和价值判断不一而足,但是其背后掩藏的是一幅后现代消费社会造就的文化虚无主义图景。

参考文献

- 成晓光. 语言哲学视域中主体性和主体间性的建构[J]. 外语学刊, 2009(1).
- 赵一凡. 西方文论讲稿: 从胡塞尔到德里达[M]. 北京: 三联书店, 2007.
- 周小仪. 唯美主义与消费文化[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- 孟登迎. “亚文化”概念形成史浅析[J]. 外国文学, 2008(11).
- 胡疆锋. 伯明翰学派青年亚文化理论的生成语境探讨[J]. 艺术评论, 2007(12).
- 岡田斗司夫. オタク学入門[M]. 東京: 新潮社, 1996.
- 岡田斗司夫. オタクの迷い道[J]. 東京: 文芸春秋, 1999.
- 東浩紀. 動物化するポストモダン[M]. 東京: 講談社, 2001.
- 斎藤環. 戦闘美少女の精神的分析[M]. 東京: 筑摩書房, 2004.

收稿日期: 2009-04-13

【责任编辑 李凤琴】