第一图书网, tushu007.com

<<整形日本>>

图书基本信息

书名：<<整形日本>>

13位ISBN编号：9789866614590

10位ISBN编号：986661459X

出版时间：2010-10-22

出版时间：博雅書屋有限公司

作者：湯禎兆

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

東洋文化領航者的艦長日誌　　銀色快手（日本文學評論家）　　最初接觸到湯禎兆的文字，差不多是十年前吧，常在時報悅讀網「村上春樹的網路森林」看到他對村上春樹作品文本進行精闢的評論分析，就覺得挺有意思的，後來在誠品書店翻到他寫的一本介紹日本近代電影與導演風格的評論集《感官世界——游於日本映畫》（一九九六年，萬象出版）才曉得原來他是個日本電影達人，不由得打從心底升起崇敬之意，也間接透過他的介紹認識兩位活躍於當時的新銳導演，包括經常改編文學作品搬上銀幕的森田芳光（ex:《失樂園》）以及獨立製片的鬼才Cult導演塚本晉也（ex:《鐵男》）留給我深刻的印象，也讓我對於日本影壇半世紀以來的發展脈絡有了清晰而完整的概念，稗益良多。

如眾所周知，湯的涉獵趣味十分廣泛，舉凡文化研究、社會觀察、電影解讀、文學創作及時事評論等，總能以客觀冷靜的理性分析，呈現他個人獨特觀點與文化識讀的專業角色。

和長年旅居日本的作家劉黎兒，道地日本作家新井一二三最大的不同，在於他作為一個位處香港的日本文化觀察者，雖是「局外之人」，更能通透且深入的去探究隱藏在日本表層文化底下的誘人金磚。

《整形日本》從這樣的立足視角出發，所發展出的文化多樣性，不免讓人聯想到美國人類學家潘乃德（Ruth Benedict 1887-1948）最著名的代表作品《菊花與劍》（The Chrysanthemum and the Sword）運用了遙距研究法，整理出筆鋒犀利且帶有強烈批判性的文化論述。

她是透過當時日本對海外發佈的宣傳電影，集中營裡的日裔美國人與戰俘的訪談紀錄，以及日本文學作品汲取材料，重新建構出日本文化以及對日本戰後重建的期許。

並以「菊花」與「劍」一語道破日本文化精神面潛在的矛盾性格，其細膩的陳述，激起廣大讀者們的好奇心與後繼研究者持續探索的興趣。

這樣的形象恰好也可以拿來套用在湯的身上——肩負使命感的文化領航員，為尚未成形或已然成形的文化現象作出定義，提出合理的邏輯辨證與解釋，甚至呼應到香港在地現況，從城市文化的流動狀態中抽離，去理解或感受這個文化和自己臍帶相連似緊密又疏離的微妙關係。

這本書一開頭，湯禎兆從平安時期的女性文學代表作《枕草子》說起，探討日本固有的「卡哇伊」意識，從市面上林林總總的玩偶公仔、Hello Kitty乃至於動漫文本中的童稚造形，做了相當精確的描繪，進而提出「卡哇伊」的美學概念，讓讀者瞭解「可愛模樣」的消費風氣是如此形成的，由此衍生出 Cosplay、Kidult等隱含變身願望與拒絕成長的次文化，又從日本社會的轉型，談到傳統家庭結構的崩解與重組，造就了所謂的「單身寄生族」、「隱蔽青年」、「蟄居族」和「電車男」等御宅文化的多元面貌，可說是承接《桃色風潮：日本流行文化小百科》（二〇〇〇年，紅色文化）的書寫理路，將每一項在日本發燒流行的次文化追本溯源、抽絲剝繭，揭開其內在隱藏的文化核心，不僅滿足了哈日族對潮流文化的求知慾，更是一本瞭解日本文化的實用入門書。

隨著網路世代的興起，更多的流行次文化透過網路這個便利又快速的載體，以超乎想像的速度彼此吸引、結集、交流，以至於產生更趨穩固的社群基礎與論述主體，在日本泡沫經濟與3C消費的潮流下，這些原本理應被視為邊緣人的少數族群，卻意外地在網上找到安身立命的歸屬感，例如：園子溫執導的電影《紀子．出租中》就出現了脫離原生家庭，為尋求身份認同乾脆從網路徵求同好自組家庭的現象與新興行業。

脫軌與脫序行為已不再是異常，而是習以為常，在日本社會朝近未來轉型的過程中，湯禎兆用文字記錄也見證這一切，無論從城郊空間的變異、遊園地的想像與心理層面的探索、移民城市的美麗與哀愁，在在顯示出他對於日本文化的熱切關懷所投射出的香港情結，究竟是他方？

還是我城？

湯保留了許多更值得深入討論的空間，留給那些食髓知味的閱讀者去咀嚼思索。

就像王家衛電影裡開往二〇四六那輛的未來列車，既新潮又懷舊！

湯禎兆的《整形日本》翻開來就是一部東洋文化領航者的艦長日誌，你可以從字裡行間找到未來社會的關鍵報告，也可以時光倒流去追溯一些逝水年華的記憶與感懷，這些都將成為這趟文化之旅不可或缺的風景。

準備好了嗎？

現在就要啟航！

東瀛書寫一把罩　　辜振豐（知名作家）　　閱讀《整型日本》之後，的確獲益良多。
作者湯禎兆飽讀群書，形之文字也雅俗共賞。
這幾年，自己埋首於研究養生文化和流行時尚，對於日本文化的巨變日漸陌生，幸好閱讀此書可以彌補自己的不足。
書中提到的四方田犬彥、香山裡加、中村雄二郎都是日本頂尖的學者，多年來新作迭出。
尤其是作者提到的中村教授，也令我想起當年沉迷於日本的現代思想研究，就是得力於中村的《術語集》（岩波新書）。
然而，讀者千萬不要將作者視為學究，因為他論述的內容還包含動漫、電影、次文化、學校、家庭等。
顯然，這種書寫方式是值得臺灣寫作人傚法、學習。
　　書中印象最深刻當推第二部分「問題世代」，如日本的家庭、學校教育、流浪漢等問題。
作者不但深入分析這些面向，同時又跟香港作比較，可見他對於比較文化的關心。
以家庭問題而言，父親在兒女的形象日漸稀薄，家庭已變成中心／父親不在的舞臺，這其實跟會社文化有關，男人一當起上班族，往往忙到半夜才回家，此時太太、孩子已經就寢，而一大早出門上班，她們還未起床，難怪父親的地位日漸低落。
像《櫻桃小丸子》中，一到晚上丸媽總是跟孩子在客廳有說有笑，但她父親經常一個人躲在臥室，表情總是悶悶不樂。
　　日本的學校經常出現集體欺負某位同學的事件，這顯露日本人的「排除構造」。
一九七九年，有位學生叫林賢一本身是「在日朝鮮人」，一到學校上課就遭到同學毆打，可怕的是次數竟然高達七十次，後來受不了便跳樓自殺。
作者在書中也談到青少年襲擊流浪漢的事件，同時分析得頗有道理。
但我認為不管是針對流浪漢或是欺負同學，其實跟日本的天皇制息息相關。
「天皇」是神聖的，而與之相對的就是「卑賤」。
換言之，這些卑賤的角色就是「在日朝鮮人」、「流浪漢」、「混血兒」，而他們時時會遭到藐視、凌虐、甚至面對死亡。
這也印證書中提到只要有皇室成員要到上野公園，當局就會驅趕園內的流浪漢。
一旦清除完畢，公園就暫時成為「神聖空間」。
　　青少年除了面對父親不在的空間，其戀母情結十分嚴重，這在書中作者提到土居健郎《撒嬌的構造》有詳細的論述。
其實，面對這種文化，過去所謂的「成田離婚」就是這種依賴母親的後果。
在這種文化現象中，所謂具有高學歷、高收入、身材高的三高男子總是日本女子喜愛的對象，但他們成長過程總是為母親之命是從，即使結了婚到海外蜜月旅行，在飯店房間內跟太太做愛，竟然還打國際電話詢問母親。
面對這種無能的丈夫，太太便在成田機場宣告離婚。
偶像劇也演過這種題材，男主角一切受母親控制，最後釀成用玻璃割傷母親，才得以成長的悲劇。
　　三高男子之後，電腦時代的來臨，許多男子變成窩在家中的宅男，他們面對男女的相處問題一無是處。
例如作者書中提到的電影《電車男》，男主角追求女主角無從開始，其間還需要網友的加持跟提供點子，才得以順利地和女友約會。
　　此外，作者在第一部分提到的Cosplay、卡哇伊等現象，其實是一九七〇年代的消費現象。
這從中也可以瞭解到日本青年文化和經濟的變化。
回顧過去，日本青年在一九六〇年代充滿了理想，他們為了反對「美日安保條約」不但展開街頭抗爭，同時反對大學僵化的體制。
他們不是破壞，而是有積極的作為。
當時，知名的早稻田大學誕生了小劇場，如唐十郎的「紅帳篷」、鈴木忠志的「早稻田小劇場」，以及後來寺山修司的「天井棧敷」劇團。
唐十郎活力十足，往往一個晚上就寫了一個劇本，他們也關懷弱勢民族，以至於遠赴巴勒斯坦演戲，

支持獨立建國。
　　但後來學生運動走了樣，如赤軍連分子處決同志，而且竟然在水廠下毒，最後受到民眾的唾棄，而七〇年代經濟大舉起飛，這一來，青少年開始從抗爭開始轉向消費，如崇拜名牌、玩角色扮演、閱讀動漫等，而活動場域從街頭轉移到百貨公司、秋葉原、遊園地等消費空間。
顯然，作者對於這些文化現象有獨到的分析跟解讀，因此每一篇文章都值得一讀再讀。
　　哈日族必然知道湯禎兆《整型日本》起先是在香港出版，一般讀者只能夠經由進口管道閱讀此書。
在編輯過程，本書經過細心的加工，放入不少精彩的圖片，使得內容更是圖文並茂，因此我誠摯地推薦這本好書。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

湯禎兆＝日本文化入境處　香港實力派暢銷作家，不容錯過的話題之作　日劇、動漫和電影，只能窺日本於一斑。
且看跨界文化人解構流行元素符碼，　建構面貌早已丕變的現代日本真面目。
卡哇伊≠可愛。
對「萌」的迷戀，是全民的「蘿莉控」情結。
Cosplay的怪咖因子，潛藏在新世代每個人心中。
扁臉無嘴的Hello Kitty憑什麼征服全世界？
《死亡筆記本》藏著「下流社會」的意識隱憂。
日本人，第一印象是有禮細心的民族，該民族生產出的物品同樣予人小巧精緻的印象。
每年憑著「卡哇伊」為日本賺進了為數不小的財富，但日本男女老少三句話不離口的「卡哇伊」真正的意義為何？
為什麼如此根深柢固的在日本人心中深植？
這種對於幼小童稚事物的渴求，代表了深藏在日本人集體意識中不外顯的慾望。
近年最夯的關鍵字：「蘿莉」、「宅男」、「Cosplay」，無一不是「卡哇伊」精神的衍生物，而在這些關鍵字背後，則意味著有一定數量的人口形成這一股趨勢力量。
這些族群的生成，和產業、教育、社會價值、經濟環境都脫不了關係。
透過作者長期在文化界訓練出的冷眼熱血，帶領我們重新解讀風貌早已不同以往的當代日本。
◆卡哇伊　日本人的全民運動。
可愛、矜憐、童稚各種的混合體。
從平安時代開始萌芽，根深柢固的深植於日本人的心中，形成一種集體撒嬌意識瀰漫於社會各個角落，隱然揭示大和民族心中「孩童化」的渴望。
◆宅男　以「電車男」為代表，有時身兼「單身寄生族」、「萌系迷」或「蘿莉控」。
普遍有與外界溝通困難的障礙，但消費能力驚人。
其依賴父母無法自立的特質，揭示出教育及社會價值觀的隱憂。
◆妖怪青年　藐視所有人，認為「自身以外人人都是笨蛋」。
通常視社會為家庭的延伸，認為不合己意的現實都不應存在，一定有一個更完美的自己可以主宰一切。
整個社會都應該如父母一般對自己百依百順。
◆下流社會　泡沫經濟時代末端中流階級的質變，以年收入萬元為單位不達自身年齡十倍者為經濟基準。
該族群特殊之處在於積極性不高，人生只是胡混度日、滿足現狀，長久而言是好是壞仍有待觀察。

作者简介

湯禎兆，長期從事寫作活動，與趣亦由文學至電影，再擴展至文化研究。
主要寫作範圍包括日本文化研究、社會文化觀察、電影解讀、文學創作及評論等；寫作區域由香港延伸至台灣及廣州。
同時從事文化教育性工作，講授日本流行文化及電影欣賞。
目前除了寫作不綴外，亦曾替出版社策劃有關香港文化的書籍。
目前為《成報》「七情上面」、《明報》「湯入中路」、《Cup》、《號外》等報章及雜誌的專欄作者，亦是香港中文大學新聞及傳播學院的兼任講師。
作品有：1.創作集《變色》，香港：一本出版社，1991年。
2.日本電影研究《感官世界—游於日本映畫》，香港：陳米記，1995年。
同書另有台灣萬象版，1996年9月出版，篇章微有修訂。
3.書評集《書叢中的冒險》，香港：素葉，1997年。
4.日劇研究《日劇美味樂園》，香港：文林社，1998年。
5.日本流行文化研究《俗物圖鑑》（又名拜物圖鑑），台灣：商周出版社，1999年。
6.日劇研究續篇《日劇遊園地》，香港：文林社，1999年。
7.日劇研究《日劇最前線》，台灣：商周出版社，2000年。
8.日本流行文化研究《亂步東洋－－日本文化雜踏記》，香港：指南針集團有限公司，2001年。
9.日本電影研究《講演日本映畫》，香港：百老匯電影中心，2003年。
10.文化研究《雜踏香港》，香港：青文書屋，2004年。
11.日本成人電影研究《AV現場》，香港：茶杯，2005年。
12.日本文化研究《整形日本》，香港：天窗，2006年。
同書另有山東人民出版社的簡體字版，2008年1月出版，增補關於「村上春樹」的一章。
13.日本文化研究《命名日本》，香港：天窗，2007年。
同書另有山東人民出版社的簡體字版，2009年1月出版。
14.日本文化旅遊《情熱四國》，香港：知出版，2008年。
15.個人自選集《全身文化人》，香港：文化工房，2008年。
16.香港電影研究《香港電影血與骨》，台灣：書林，2008年。
17.日本電影研究《日本映畫驚奇》，中國：廣西師範大學，2008年。
18.日本文化研究《日本中毒》，香港：天窗，2009年。

书籍目录

薦序1：辜振豐〈東瀛書寫一把罩〉推薦序2：銀色快手〈東洋文化領航者的艦長日誌〉日本人辦1 「卡哇伊」的前世今生2 「卡哇伊」再襲擊3 Cosplay，孤寂及自由4 由Kidult到Parasite Single5 「單身寄生族」的去向6 由「隱蔽青年」到「蟄居族」7 《電車男》，Otaku完全手冊8 御宅族的混種變身問題世代9 神的孩子在跳催魂舞——《死亡筆記本》的強者世代10 日本青年真的是妖怪嗎？
11 富裕社會的流浪族群12 當村上春樹遇上吉本芭娜娜——《愛情不用翻譯》的秘密議程述異城市13 「萌」之趣都——秋葉原的變身歷程14 日本人的夢幻避難所，遊園地15 日本列車的文化想像16 移民城市成不了多元城市——東京的「外人」漂流記17 郊外神話的夢醒時分文化驚奇18 後現代的「純愛」浪潮19 求愛的天空——日本的手機新文化20 影像中的青春誤鳴21 迎接超高齡社會的來臨22 日本的「下流社會」化後記湯禎兆歷年作品

章节摘录

13.「萌」之趣都——秋葉原的變身歷程　　早陣子新聞報導中，故意把位於秋葉原的漫畫茶座加以介紹，指出其中的女侍應全以漫畫角色的打扮示人，且要完全滿足與顧客之間的主僕投射關係，形成一重由虛擬世界回到現實的消費文化云云。
事實上，以上伎倆不僅絕無新意，且也曾行之經年，只不過以往主要設定在色情消費上（如無下裝的咖啡店），甚至有女侍應因而招徠大批支持者，反過來出道成為AV女優。
　　秋葉原大變身　　不過今天的秋葉原例子，倒突出一種普及性的進程，以前限制於小眾的消費形式，現在已堂而皇之成為登堂入室的有板有眼消費模式，再配合秋葉原的整體易容變身，箇中的來龍去脈倒也值得我們進一步去細察剖析。
　　劉細良【1】先前在一系列的東京觀察中，已留意到秋葉原的大挪移，由家電中心搖身一變成為御宅族文化的消費基地（《趣味的都市》）。
但變身的過程其實也不無陣痛，而且當中也甚具參考價值，說明了民間如何憑自己的力量，為企業乃至整個地域走出經濟困局的低谷謀出路，從而得到重生的機會。
　　圖13-1　萌之都市——秋葉原的街道　　日本的社會學家森川嘉一郎的《趣都之誕生——萌化都市秋葉原》（幻冬舍，2003），可說是研究秋葉原變身的重要代表作。
他指出直至八十年代末期，秋葉原一直是日本家電的零售基地，由於過去日本的家庭受益於高度的經濟成長期，所以大家均致力為家居添置日新月異的電器，以盡量改善家居內的生活素質，也令秋葉原的經濟歷久不衰。
　　事實上，即使對海外遊客如港人來說，秋葉原也成為必然的朝聖之地。
我清楚記得當自己於九十年代初在東京求學時，來訪的友人是死硬派的Sony粉絲，結果為了優美線條及漂亮外形，決定把不知道是否在港合用，以及完成不明白錄音所云的一台Sony國內版傳真機購回香港。
我不知道傳真機的下場如何，但秋葉原作為電器神殿的地位，確實是中外共曉、聞名遠近。
　　但踏入九十年代後，秋葉原的家電中心地位已明顯出現疲態。
主要原因是不可能再與位於市郊的新興大型家電量販中心競爭，單就租金上的經營成本差異，已注定成為無法填補的鴻溝，於是當時各大型商店陸續轉型去主攻電腦市場。
電腦市場固然有適時的需要，但更令人意想不到的是竟然因為客路的變化，由此引申出一場秋葉原的文化大革命來（《電車男》中的男主角毒男正好是秋葉原常客的人辦【2】）。
　　森川嘉一郎指出因為電腦族的凝聚，結果他們的消費趣味也陸續顯露出來，於是也迫使商店轉型來適應。
他指出如過去有不少模型迷對塑膠模特兒（Plastic Model）都情有獨鍾，但料不到原來他們與電腦族有很大程度的同質集結性，於是秋葉原自然成為流連之所，也進一步激化興趣的提升，再向Garage Kits的市場邁進。
Garage Kits本來指的是業餘動漫迷所製作出來的模特兒組件，由於他們未能在市場上找到心頭好，於是唯有自己動手創作，再加上製作過程會有不少複雜的工序，於是習慣上都在車庫內進行，因而才有Garage Kits的名目由來。
當然日本的動漫迷沒有太多人有車庫來作工廠，於是由公司因應狂迷喜好而生產出來的Garage Kits便應運而生（外國有Garage Kits的原教旨主義者認為由公司生產的不配稱為Garage Kits，而僅以Resin Kits來名之）。
　　據市場資料顯示，本來大型的塑膠模特兒工廠主要集中在靜岡，而位於首都圈內的專門店則分佈在吉祥寺、澀谷及橫濱等地，但約於一九九七至二〇〇〇數年內，差不多所有的專門店竟然均一律遷至秋葉原來，由此可見背後風起雲湧的激烈變化。
　　日本早已有文化人留意到箇中變化，如小說家今野敏更寫成懸疑小說《Akihabara》（即秋葉原），來道出內中的微妙變化。
森川嘉一郎則透過社會學者的實地田野調查，以秋葉原其中一所龍頭老店「無線電會館」作研究對象。

他發現直至一九九八年為止，「無線電會館」本來全無任何與動漫有關的專門店在內，樓層分佈為一、二層為家電中心，三、四層為音響店中心，而五樓以上的則為電腦中心。
　　不過就在一九九八年的三個月內，樓層的商店組合便開始出現變化，想不到僅僅於兩年內，全店竟然已變身成為有一半以上的店鋪均與動漫業有關，而且先前提及的Garage Kits專門店亦大舉進駐入場，情況更令人吃驚。
我更銘心的是「無線電會館」在重整經營方針後，推出一系列的月租陳列櫃，大小如一般火車站內常見的投幣儲物櫃，以每月二千至五千日元的價錢，租給有心人用來陳列自己不同的心頭好（通常為精美的模型），由租用者為裡頭的貨物定價，成交後商店會收取百分之十五的手續費。
麻雀雖小，美夢常存，讓個人與企業可以互動並存。
　　「萌」之風景　　當然要細察秋葉原的成功轉型，一定要進一步了解背後的動漫支持因素。
這裡大抵也需要對「萌」（MOE）作一點說明，簡言之「萌」是御宅族的術語，指對動漫中某些角色的特殊感情喜好。
　　森川嘉一郎研究「萌」的演變時指出，即使到今天仍然有不少日本人對「萌」的新義一無所知，對上一代的人來說，「萌」就是中文裡「萌芽」之意。
但對御宅族來說，那就完全有另一重含意。
森川嘉一郎指出「萌」之萌生，大抵始於九十年代的前半期，當然湊巧有幾齣日本動漫的女主角都有「萌」在名字中，包括《擊打太陽》的高津萌、《恐龍惑星》的鷺澤萌及《美少女戰士》的土萌螢等，支持者往往在她們出現之際，會發出「萌呀—！
」的興奮呼叫，逐漸便被挪用為一種指對動漫角色的愛慕之情。
原先這不過是由角色而發的讀音，但經網路上的廣泛流傳後，自然產生同音異義的轉化，於是原先指「萌芽」的「萌」，便被蠶食了原義而成為御宅族的新興用語，甚至有不同程度的細分用法，如「眼鏡萌」（對動漫中戴眼鏡的少女角色有特殊的偏好）、「病弱少女萌」及「貴小姐萌」等。
　　圖13-2　秋葉原的萌化廣告看板　　★處女性　　漫畫家對女主角作如是的安排，含蓄地表達了少女如嬰孩般的無垢視點。
這種無垢視點的理解，一方面固然與嬰孩同質感有關，但也與少女的「處女性」甚有關連（日語中「少女」及「處女」的發音相近，均為Shojo，只不過前者多了一個長音而已）。
　　「處女性」的保存，往往令少女於恐怖漫畫出現一魔性誘惑力，使離奇怪誕的事件湧向她身上。而她亦因為一種無垢的純潔存在狀態，讓她得以成為奇詭事件的見證人，甚至因而產生最後的救贖拯救作用。
　　當然我們仍要解釋究竟為何電腦族會與動漫族混同，而剛才提及的動漫消費玩意，又為何往往帶來一定的色情元素？
一般而言，不少日本論者均以《美少女戰士》及《新世紀福音戰士》分別作為九十年代前後期，最具代表性的作品。
而兩者同樣廣受歡迎的共通點，為女主角均屬十四歲的少女，而且造型設計上又強調性徵的外揚，日本的精神科醫生且專研御宅族文化的齋藤環便以「戰少女」來形容她們。
他更進一步認為她們的造型顯示化身為神力女超人（Wonder Woman）的潛力，而且暗中流露出與成年女性為敵的潛意識（具備對方的性徵且又有異常的超能），由至曲折反映出抗拒成人世界及肯定思春期的自足價值的心理傾向云云。
　　圖13-3　女僕扮相的招募美少女　　不過森川嘉一郎認為從電腦族的身份入手去理解以上的問題，有更直接的啟示。
他認為色情元素的普及，和電腦族大多沉溺於Gal-game有關。
所謂Gal-game是指以少女為主角的電腦遊戲，其中不少是以育成遊戲的形式推出市場，玩家可以自己設定喜愛的對象，再挑選戀愛情境，然後再一步一步追求遊戲中的角色，由戀愛延伸再陸續增加性愛的元素，後來甚至因而惹來業界要求有「成人指定」的標示，來作出區分的討論。
對於沉溺於電腦遊戲中長大的電腦族來說，由遊戲而發，再轉而戀上不同形式的動漫相關消費品（如先前提及的Garage Kits），可說是理所當然的歷程，由此也道明了秋葉原成功轉化的人為基礎。
　　與此同時，亦有文化研究論者認為動漫消費的色情元素，其中有狂迷的創造性對抗詮釋作用在內

，不宜粗枝大葉視之。
其中以哲學家且專研御宅族文化的東浩紀有較清楚的闡述，他認為動漫狂迷的創造性解讀，是針對美國迪士尼文化的反悖而來。
過去迪士尼的動畫文化一直強勢主導了世界的漫畫風格，而且其中致力營造的無菌世界，更加被視為現代童話的最後堡壘。
但日本的動漫迷對無菌化的角色造型，加入色情元素的想像，正好用來扭轉美國和日本之間的動漫角力位置。
★美少女　　和久本節子於〈美少女的透明矛盾〉（《Studio Voice》，第二七四期，一九九八年十月號）中指出：對於胸部和腰部仍未完成發育、身體曲線優美的少女偶爾所發放出來的暴力及殘酷美感，一向都是創造人靈感激源的禁果。
而少女的無垢性，正好教人恍如回到嬰孩時期般，重新去確認對一切的靈敏感觸。
在恐怖漫畫的類型中，我們常可看到漫畫家對少女的身體特徵（如修長的身軀）加以仔細刻劃，彷彿這種軀體將熟未熟的狀態，更加具有令人難以言喻的危險意味。
　　事實上，對外國的童話世界的反思，並非由色情元素的策略性轉化開始，日本出版的《令人顫慄的格林童話》成為暢銷書，恰好說明了潛藏人心的重寫歷史傾向。
無論如何，以上的思考均提供了另一進路的可能。
　　民間革命的成就　　正因為此，於是秋葉原終於成功演化為「萌之趣都」，踏入千禧年後又重新充滿生命活力。
作為一個地方成功轉化的案例，秋葉原有重要的參考價值，在過去的日子，日本的中心區域也曾作了不少重新規劃的嘗試，但結果多數為勞而少功，經典例子為把新宿西區開發成新興商貿中心。
它由政府一手細心策劃，但卻沒有考慮到新宿原先的背景（龍蛇混雜庶民色彩濃厚的遊樂之地），結果西區只要在商業時間過後便即成死城。
　　由此可見，由上而下的地區策劃轉化，往往未能取得理想的效果。
反之秋葉原的變身，由始至終完全由民間自發主導，政府全無置喙空間，到最後成功突圍而來，背後的諷刺更不言而喻。
　　更重要的是，秋葉原在自身蛻變之餘，也一直有自我調適的能力。
森川嘉一郎指出秋葉原的蛻變，很在意與澀谷保持市場分流及迴避競爭的方向，於是出現了澀谷以「面向海外」及「透明化」的導向，與秋葉原「日本製造」及「不透明化」的明顯分野。
後者針對日本市場以及為了保存個人的私隱性的陳列及經營風格，處處可見由下而上的思維導向。
我認為這正是秋葉原作為一個成功案例，最值得我們在香港作地區重整時作參考的地方。
　　※對照記　　信和寄賣店的挪用　　最近旺角信和中心揭起寄賣風，部分店主把鋪位分拆成數十乃至上百的膠櫃【3】，每個按大小以數百元的價錢租出，讓擁有者可以自行展示心頭好且自行定價，一旦客人合眼緣便可以購下，店鋪負責買賣交易，從中亦收取貨物售價的一成作為手續費。
其中一名佼佼者，把三百呎【4】的鋪位分成一百個透明膠櫃，用以上的方式營運（最貴的月租七百元），結果每月穩定地有約兩萬元的收入。
這種經營方式，正是百分百從秋葉原移植過來。
　　我認為那是一種真正從消費者角度出發的商場重建方法，所有次文化的流行商場其實均以潮流玩意為務，而消費者本來就是潮流的建構者之一，兩者的身份畛域本來就很難明確區分。
事實上，我們在信和一帶的商場，時常遇上臥虎藏龍式的顧客，正是以上的一重含意。
不少老闆在信和經營業務，其中一大滿足感就是與高手林立的同好交換心得，而陳列櫃寄賣法正好提供機會，供以上高人共同參與，委實功德無量。
　　與此同時，從更宏觀的角度來看，由商場重組延伸至社區重建，我們作為升斗小市民的發聲權實在太微不足道。
意見儘管提出，但石沉大海往往為最正常的反應。
與其寄望有宏觀調控的中央策劃，倒不如先發制人自食其力去改變生態。
「信和寄賣風」恰好可說是自求多福的正面變化，也可乘勢把四仔【5】及老翻【6】溫床的形象順道沖淡，這樣也就功德無量。

商場在他方　　我想起以前和友人在信和開設電影精品專門店「影迷百科」的經驗，後來業務更一度蒸蒸日上，甚至曾經過海於東方188商場增設分店，後來更殺入百老匯電影中心。
不過其實早於開設一年後，便改為由其中一位好友獨力經營，而今天他已把市場轉戰海外，繼續燃燒把興趣轉化成事業的夢想。
　　我驚訝地發現經營小店，與投筆寫作的關係竟然如此相近——大家都要離開香港，才可以延續夢想。
好友在美國另闖天下，與寫作界的友人進攻其他華文市場簡直有同曲之妙，當香港的環境只會對個人的追尋造成障礙，要繼續前行就一定要放眼四方。
同理言之，假若改變不了香港商場的生態（不成比例的過高租金以及不願付出的消費族群），我相信還有一個答案：商場在他方。
　　【1】編註：劉細良，香港著名的跨媒體時事評論員，著有：《東京未來都市漫遊》、《江戶東京漫步指南》、《日本痴漢》等。
　　【2】編註：「人辦」是廣東話名詞，應該源自「人的樣辦」、「典型人物」，但我們說的「人辦」多指一些讓人嘖嘖稱奇的小市民。
　　【3】編註：台灣稱作「格子店」。
　　【4】編註：三百呎相當於台灣的八．四坪（一平方英呎＝〇．〇二八坪）。
　　【5】編註：四仔是香港俗語，可以指：（1）色情片，意思是比三級片還要更色情。
（2）四仔主義，指香港人步入中產階級的生活態度。
一九七〇年代香港經濟起飛，市民心目中理想生活的四大目標包括「屋仔」、「車仔」、「老婆仔」與「生番個仔」（又或「養番狗仔」），這種生活態度戲稱為「四仔主義」。
（3）海洛因毒品。
現在文中所應用的是(1)的意思。
　　【6】編註：老翻，指抄襲做假。
這裡指翻版影碟。

媒体关注与评论

◆哈日族必然知道湯禎兆《整型日本》起先是在香港出版，一般讀者只能夠經由進口管道閱讀此書。
在編輯過程，本書經過細心的加工，放入不少精彩的圖片，使得內容更是圖文並茂，因此我誠摯地推薦這本好書　——辜振豐　◆這本書是喜歡日本文化的朋友們的寶物，擁有這本書等於擁有穿越迷霧的羅盤，將幫助你更瞭解日本，也瞭解潮流現象後的真相。
——李清志

编辑推荐

本書特色　　本書是認識當代日本年青人文化及社會問題的最佳入門書，細談時下最流行的話題、光怪陸離的日本眾生相，趣味盎然：從「卡哇伊」、「Cosplay」、「單身寄生族」、「御宅族」、「萌」、「腐女子」等當前日本新生代的族群與名詞，到《美少女戰士》、《新世紀福音戰士》、《NANA》、《大逃殺》、《在世界的中呼喊愛》、《電車男》、《死亡筆記本》等漫畫和電影；還有村上春樹、吉本芭娜娜等日本作家的小說與《下流社會》等社會評論書籍和文化現象。
透過這些有趣的事件、電視劇、電影、小說或專家學者的意見，敘述、觀察、分析、解讀其後的背景與思想，標誌出另一番文化寫實風景。
　　辜振豐、李清志、茂呂美耶、銀色快手 聯合推薦

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com