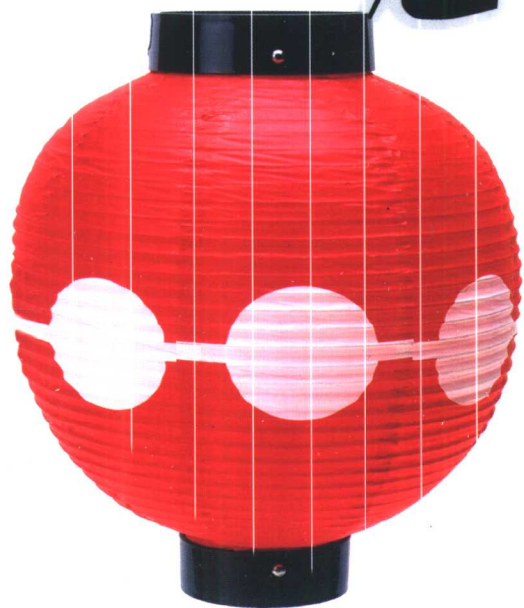


日本人的 缩小意识

〔韩〕李御宁 著
张乃丽 译
金文学 审校
山东人民出版社



- ◎风行日韩，累计销量突破100万册，第一次解开日本人之谜的畅销名著
- ◎国内首次引进韩国文坛泰斗李御宁先生之扛鼎巨作

日本人的
缩小意识

[韩]李御宁 著

张乃丽 译

金文学 审校

山东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

日本人的缩小意识 / (韩) 李御宁著; 张乃丽译.
济南: 山东人民出版社, 2003.1
ISBN 7-209-03136-7

I. 日… II. ①李…②张… III. 民族心理 - 研究
- 日本 IV. C955.313

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 103223 号

山东人民出版社出版发行

(社址: 济南经九路胜利大街 39 号 邮政编码: 250001)

<http://www.sd-book.com.cn>

新华书店经销 山东新华印刷厂临沂厂印刷

*

880 × 1230 毫米 32 开本 9.125 印张 2 插页 200 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—5000 定价: 18.00 元



李御宁，1933年出生于韩国忠清南道，文学博士。曾任韩国第一任文化部长官（部长），著名随笔家、文艺评论家、小说家、剧作家、韩国文学研究学者、比较文化评论家，迄今已出版150余种著作，其中《这就是韩国》、《日本人的缩小意识》等书畅销韩日，并被译介到法国、美国、中国台湾等地。在文学、哲学、思想、比较文化、符号学、结构主义、设计等众多领域都独成一家，深刻影响了整个二十世纪的韩国文坛及社会。因其博学多思、著作等身，先后被授予大韩民国猛虎勋章和绿条勋章等、被誉为“东亚文化巨人”。

译者的话

这是一部韩国人撰写的关于日本的著作。作者李御宁先生身为韩国文学家、韩国首任文化部长，在韩国文学界特别是当代韩国文学评论界享有很高声誉。他的早期代表作有《李御宁全集》（全22卷）、《韩国与韩国人》（全6卷），近几年的新著有《空间符号学》、《追赶千年的孩子》等。尤其值得一提的是，李御宁先生对邻国日本社会及文化的研究颇有独到之处，长期以来用日语出版了包括本书在内的多部关于日本文化及日韩文化比较方面的著述，在日本引起很大反响，深受广大读者的欢迎和好评。《日本人的缩小意识》出版后一个月内增印7次，销售量高达三四十万册之多。

正如作者在“后记”中所言，“不要去分析‘既成的文化’，而要去探索、追究创作文化想像力的源泉、出发点，而且想像力最重要的特征……是扩张与收缩的运动……”作者正是以此为出发点，选择了与“扩大”相反的“缩小”这一特征来探讨日本社会的。

20年前，当人们为日本成长为经济巨人赞叹不已、甚至“倾倒”之时，作者用自己独特的看问题的视角和分析问题的方法，透过日本社会中许多文化现象对其进行综合分析并得出结论：以“缩小”见长、以“缩小”意识为本性的日本人充分地发挥了他们“生来”具备的这种才能，最终达到了“以小取胜”、“以优制胜”的目的。上个世纪80年代日本登上世界经济大国宝座，靠的是“晶体管”、“汽车”、“机器人”等产品，但他们的发明者都不是日本人，而是在“扩大文化”背景下成长起来的美国人。迄今为止，日本的企业经营理念中“位居第二”的思想仍占统治地位，这是一种回避风险，以“稳”

求“实”的典型的东方文化模式，具体地说就是把别人发明的东西拿过来进行适应市场需求的“最佳”改造，然后把产品投放市场、占领市场、获取利润。同样的东西为什么“made in Japan”(日本制造)就会在短时间内风靡全球？一般认为，“质量过硬”、“工艺考究”、“方便耐用”是主要理由。是的，作者为说明日本人在开发“实用方便”产品上的“天赋”或独特意识，剖析了日本社会最具“缩小”意识的六大文化现象：套盒、扇子、人偶、盒饭、能乐假面具、徽章，并从日本人美化自然和改造自然以及对空间上所独有的“缩小”意识入手，深刻揭示了蕴藏于日本社会深处的日本人心理及宇宙观。其间充分体现了作者看问题视角的敏锐和捕捉事例的恰当，另外作者较多地使用了隐喻的手法，读后发人深省。

可以说本书是通过文化表象对社会深层问题进行透彻分析的一部耐人寻味、颇有教益的书，它不仅对一般读者了解日本社会、日本文化能起到启蒙作用，而且对较高层次的人文学者和对日本有兴趣的各类科学工作者也会有所裨益。当然，在翻译本书的过程中，我也发现，由于作者的身世和视野等缘故，在评论日本文化现象时常常用韩国作为唯一衡量标准的做法有略显偏颇之处，所以有些结论缺乏较强的说服力。

本书的翻译是在山东人民出版社的推荐和帮助下进行的。为便于读者理解，译稿基本保持了原作结构，添加了部分注释，并对一些作者举例解说且用中文无法表达的词语，采取了援引日文读音和直接写出平假名和片假名的处理方式。翻译过程中许多朋友都在百忙中予以莫大支持和帮助，值此译稿付梓之际，一并谨表感谢。

张乃丽

2002年6月8日

于济南

中文版序

当拙著刚刚出版的时候，日本正值以旭日升天之势，靠其强大的经济、科技力量震撼全世界的时候。当时我看破了日本在历史上搞对外扩张时总要伴随着危险性和失败，于是面对这一日本文化之特性，我发出了警告之声。

这正是我于 20 世纪 80 年代所撰写的《日本人的缩小意识》一书。丰臣秀吉因侵略大陆的野心而惹起的“壬辰倭乱”（侵朝战争）和以大东亚政策为借口吞并朝鲜、侵略中国大陆，就是日本扩大意识文化之表露。

尽管如此，曾创造像俳句那样世界上最短小的诗歌，曾创造像盆栽及石庭那样的缩小文化的日本人，的确是走过了一种美好、和平的时代。第一次世界大战后，作为战败国，日本从扩大文化不得不走向缩小文化，制造出以微型半导体为首的各种先进的家电产品和电子技术，享尽了繁荣和幸福。

不幸的是一跃成为世界经济大国、技术大国后便开始变得傲慢，逐渐掉进扩大意识之陷阱，在地球村各地频频发生贸易冲突；竞相购买世界不动产，最后引发土地价格猛涨，导致泡沫经济之恶果。

泡沫消失后，日本人在金融危机和残酷的经济危机中，吃尽了所谓“失去的十年”的苦头。在过了 20 年后的今天，日本的一位评论家指出：本书比起刚刚出版的当时，今天读来更有至深的

感触及现实意义。他还叹息道：如果日本人当时能洗耳恭听作者的意见，如今日本就可避免掉如此严重的危机。

恰好金文学先生提出把拙著译介到中国去，因为金文学先生是我知心的晚辈好友，我也就鼓起勇气同意了在中国出版发行。金文学先生不仅精通韩中日三国文化，而且以其卓越的比较文化之洞察力撰写出多种分析比较三国文化的著述，他不愧为当今时代不可多得的横跨国界的才子。所以金先生要推荐出版，我也就放下心来了。

如今，全世界都在瞩目中国大陆。如果说日本是缩小型文化，中国则可以说是扩大型文化。因而我相信：若一旦打开日本的缩小型文化，可不难了解中国文化的原型。我这一本小小册子，在金文学先生的精诚努力下能够同友好邻邦的许多读者朋友见面，实在是莫大的光荣。

不必赘言，本书已经在日本、韩国出版发行，在英语圈国家及诸多国度里被翻译和介绍，而在地理上最靠近的邻邦中国大陆刚刚才得以翻译出版，委实有一点惋惜之感。不过话又说回来，韩国有句俗语：“后长的牛角强硬”，所以我衷心感谢山东人民出版社的诚意和张乃丽女士在翻译本书过程中所付出的艰辛，并且抱有极大的期望。

李御宁

2002年8月8日

于汉城

目

录

译者的话·····	(1)
中文版序·····	(1)
第一章 赤裸的日本论·····	(1)
1. “日本论”百态·····	(1)
非真实的日本论·····	(1)
“娇惯”一词不是日本特有的词·····	(3)
海苔、粪便及日本论的虚伪·····	(5)
2. 叉子与筷子·····	(7)
忘却东方·····	(7)
日本果真是纵向社会吗?·····	(9)
西方文化的向日葵·····	(11)
3. 小巨人·····	(14)
初遇一寸法师·····	(14)
“豆”与“王”接头语·····	(15)
勿用岛国地方论·····	(17)
4. 俳句与大豆右卫门·····	(18)
透过糊门纸的破洞看到的世界·····	(18)
拉伯雷的《巨人传》与江户人之梦·····	(21)
小幽默——国民性比较论·····	(22)

第二章 表现“缩小意识”的六大类型……………(25)

1. 套匣型——装填……………(25)
 - 东海与蟹……………(25)
 - “的”的奇怪重复……………(27)
 - 缩小的本领……………(29)
 - “缩小”的语法意识……………(31)
 - 套盒……………(33)
2. 扇子型——折叠、擦握、聚合……………(34)
 - 日本独创的风……………(34)
 - 是高丽扇子还是日本扇子?……………(35)
 - 扇字母型……………(37)
 - 日本的饭团文化——聚合……………(39)
 - 移动的美术品……………(41)
 - 平安时代就有微型化文化……………(43)
3. 女孩人偶型——去掉、削掉……………(46)
 - 人偶之国……………(46)
 - 小的东西都美丽可爱……………(48)
 - 没有手脚……………(49)
 - 创作假名与“实在”文化……………(50)
 - 集约与背面美……………(54)
4. 盒饭型——填塞……………(57)
 - 压缩的饭菜……………(57)
 - 日本食物与韩国食物……………(59)
 - 无法装填的东西便是没用的东西……………(61)
 - 日本汉字与训读……………(63)
 - 无原则的灰绿色……………(65)
 - 文库本与袖珍辞典……………(66)
5. 能面型——架势……………(68)
 - 静止的波浪……………(68)
 - “架势”……………(70)
 - 能乐假面具的中间表情……………(73)

凝视·····	(76)
6. 徽章型——凝聚·····	(80)
所闻与所见·····	(80)
族谱与家徽·····	(83)
短外衣与门帘·····	(87)
名片与饭·····	(88)
从名词到动词的文化论·····	(91)
第三章 表现于自然中的“缩小”文化·····	(93)
1. “缆绳”与“车轮”·····	(93)
庭园文化的诞生·····	(93)
真山真水·····	(95)
借景理论·····	(97)
2. 缩景——画卷般的庭园·····	(98)
称做岛的庭园·····	(98)
回游式庭园是名胜古迹的素描·····	(100)
假山石的语言·····	(102)
3. 假山假水——超越自然的美·····	(105)
石子儿与白沙·····	(105)
三万里程缩于寸尺·····	(106)
自然中的鸟与庭园里的鸡·····	(107)
净化自然——日本人的自然观·····	(109)
4. 盆栽——室内音乐·····	(111)
殖民种树与盆栽之树·····	(111)
触摸自然·····	(113)
盆栽与风景·····	(114)
掌上风光·····	(115)
5. 插花——宇宙的花瓣儿·····	(116)
一朵牵牛花·····	(116)
插花与造型·····	(118)
神创造不出的空间·····	(119)
枝的空间性与花的时间性·····	(120)

6. 壁龕之神与城中隐居	(121)
日本舞蹈与神梯	(121)
神龕里的神	(124)
佛坛与电视	(125)
可以饮用的自然	(127)
城市中的山居	(128)
没有思想的日本国旗	(129)

第四章 表现于社会中的“缩小”文化

1. 四张半空间论	(131)
从火柴盒到兔子窝	(131)
鸭长明的住宅观	(133)
榻榻米与生活空间	(134)
广场与茶室	(135)
回归狭窄空间	(137)
方丈的传统	(138)
日本哥伦布发现的新大陆	(139)
茶室的小门	(141)
2. 达摩的眼睑与正坐文化	(143)
精神液体——茶与酒	(143)
没有茶的茶会	(144)
茶室便门	(145)
“立”与“坐”	(149)
正坐与“请注意”文化	(150)
身为刀与身为琴	(152)
行动三神器——缠头布、吊袖带、兜裆布	(153)
3. 一期一会与聚会文化	(155)
两种伞	(155)
“死”之心	(156)
偏爱落下的花瓣	(157)
拼命式的生活方式	(158)
“剖腹”美学	(159)

聚会文化	(161)
接触式文化	(162)
思想的超越	(163)
交际费共和国!	(164)
日本的犯罪行为——拦路行凶	(165)
五六人小组	(167)
4. “座”的文化	(168)
全民皆演员	(168)
茶三昧	(170)
不要成为他人的茶道	(171)
日本料理与菜板	(172)
能乐舞台的美学	(176)
花道中相会的观众与演员	(177)
连歌与高尔夫	(180)
5. 现代社会的“花道”	(183)
卖者与买者的“座”	(183)
外国人眼中的日本车站	(184)
站台上推人上车的服务员	(186)
6. “物”与收集文化	(187)
风雅——爱物	(187)
以物考虑问题	(190)
没有茶碗宁愿死	(191)
信仰实感的“宗教”	(193)
三种神器与“冒失鬼”	(195)

第五章 表现于当代社会中的“缩小”文化

1. 和魂——晶体管	(199)
繁忙的坂本龙马	(199)
后来居上的“微型”	(200)
小手与收音机热	(201)
何谓和魂洋才?	(203)
石庭与微型计算机	(205)

苹果大小的宇宙	(206)
2. 经营学中的“缩小”	(208)
从小处着眼的新发明	(208)
小型工厂	(210)
QC·小集团活动创出的神话	(212)
3. 机器人与打弹子	(214)
日本的工业机器人情结	(214)
打弹子的历史	(216)
弹子与弹子机对话	(217)
4. “原来如此”与“也许”的表现法	(219)
宇宙与茶室的电子设备	(219)
从一支枪到 30 万支枪	(221)
位居第二的战略	(222)
small is beautiful	(224)

第六章 “扩张”文化与当今日本

1. “拿来”文化	(227)
不知道星星的人	(227)
内外两个世界	(229)
一匹狼的悲剧	(230)
日本人的三 S 与外交舞台	(233)
不要“世界八分”化	(235)
2. 武士商人	(236)
畸形的一寸法师	(236)
驾驶着本田摩托的武士	(237)
何时走过这条路	(241)
3. 对广阔空间的恐惧	(242)
移向大地的盆栽	(242)
秀吉为什么失败?	(244)
太平洋战争的失败	(245)
4. 手推车与木筏	(247)
芥川的手推车	(247)

目 录

马克·吐温的哈克贝利·费恩历险	(248)
5.“名誉白人”的叹息	(250)
变为白人的梦想	(250)
蝙蝠的光荣与悲剧	(252)
结语 莫为鬼神为一寸法师	(255)
后记	(259)
附录 东亚文化巨人——李御宁.....	金文学(263)

第一章 赤裸的日本论

1.“日本论”百态

非真实的 日本论

在此，我不想以大学教授的身份，也不想以戴 0.2 度近视眼镜的文艺评论家的身份来谈论日本，只是想回到小学时代，用一名普通小学生的眼光来看日本，思考日本。我想对书房书架上的书，尤其是许多有关日本的书暂时搁置不问，我只想从小书包里拿起铅笔头和小学生常用的白色笔记本，当然还忘不了准备一块既软又好用的橡皮。

这不只是一种单纯的比喻。其实，我的日语及一些主要知识都是在上小学的时候学的，而这段时期韩国正处于日本的殖民统治之下。我在这里对这段历史不仅没有回避，还不顾自己微薄的日语能力和知识，重新回到少儿时代来谈日本，这是为什么呢？我要冒这个大胆而不可思议的险，理由很简单，是那篇著名的安徒生童话——《皇帝的新衣》给了我勇气。在这个故事中，大人们即使注意到国王赤身裸体也不愿直言相告，而认为错在自

己，结果发现国王什么也没穿并大声喊出声的却是那些孩子们。

迄今为止，写日本的书多得犹如法国服装杂志让人眼花缭乱，而且多数非常流行，无论是日本人、外国人，无论是优秀的学者、艺术家、评论家，还是那些不知名的游客都曾写过日本。在日本逗留一天的外国人要去秋叶原^①逛逛，逗留一星期的要去看看富士山，而逗留一个月的那些人则要试着写写日本论了。

暂且不说战前，仅战后在日本出版的有关日本论的著作就多达一千种以上。如《菊与刀》、《娇惯的结构》、《纵向社会》等，这些书的书名有的在以后竟成了社会上的流行语，还有的干脆就直接取自流行语，如《日本股份公司（日本株式会社）》、《经济动物》等。在日本，写日本论的书一旦上了畅销书排行榜，就意味着它成了“神舆”^②，人们就会马上抬起它跑到街上去举行一番庆祝活动。而且这些流行语，接着又会被用做报纸的大标题，同时也会成为一些杂志的卷首座谈会话题或成为广播等新闻媒体的炒作语言。从笔者角度审视，这种现象就像是把课堂上的严肃用语当成歌词用于演唱一样让人觉得荒诞无稽。

所以在这种状况下，要想再直接用自己的眼睛去看、用肌肤去体验日本文化几乎不可能。因为自己很可能在不知不觉中也套上一件滑稽的“虚伪外衣”。为此我下了一个小小的决心，要变成一名小学生，用孩子直率的眼睛去看日本并试着谈论一下裸露的日本文化。

① 日本东京最著名的电器商业街。

② 日本民间祭祀用的一种道具，是祭祀时神降临下来，其神体和神灵坐的八抬大轿。