

萌：当代视觉文化中的柔性政治

吴 明

摘 要：“萌”是近年来中国流行文化中出现频率极高的词汇，但其语义和使用方法却十分混乱。“萌”从日本传入中国后，突破了动漫亚文化的边界，成为大众传媒中的流行语。“萌”的视觉性使它具有娱乐化、扁平化等后现代特征。“卖萌”的流行加剧了混淆是非、颠倒善恶的危险性。被“卖萌者”建构出来的“萌物”可以对宠爱它的人施以柔性的掌控和系统性的暴力，这使“萌”成为当代极具迷惑性的目光政治。

关键词：萌；视觉文化；卖萌；政治

作者简介：吴明，博士，华东师范大学传播学院副教授，主要从事视觉文化与儿童文化研究。电子邮箱：mwu@comm.ecnu.edu.cn 本文系国家社科基金重大项目“当代西方前沿文论研究”[项目编号：14ZDB087]的阶段性成果

Title: Moé: Soft Politics in Contemporary Visual Culture

Abstract: Moé is a word frequently appearing in Chinese pop culture vocabulary in recent years, but its semantics and usage require clarification. Moé, which was borrowed from Japan, has broken the boundary of anime subculture and become a buzzword in mass media. The visibility of moé pertains some typical postmodern traits such like entertainment and flattening. Faux-moé has an extensive popularity that accelerates the confusion between the right and the wrong, the good and the evil. A moé object, constructed by a faux-moé player, could impose soft control and systematic violence to the persons who patronizes it. In this sense, moé can be considered to a display of deceptive visual politics in contemporary society.

Keywords: moé; visual culture; faux-moé; politics

Author: Wu Ming, Ph. D., is an vice professor in the School of Communication, East China Normal University (Shanghai 200241, China), with main research interest in visual culture and children's culture. Email: mwu@comm.ecnu.edu.cn

尼尔·波兹曼曾预言，大众媒介的普及会加速“儿童的成人化”，最终导致童年的消逝⁽²⁵³⁾。但在当代中国，一种更令人困惑的文化现象是：童年没有消逝，而是被强烈地挽留以至于停滞了。一边是孩子早熟，另一边是成人装嫩。“儿童的成人化”与“成人的儿童化”正从两端共同促成儿童与成人的趋同。费里尼认为：“无止境地停留在童年，把责任推卸到别人身上，放心地活在永远有某个人关心你的感觉里”⁽²⁰⁷⁾，这曾是意大利法西斯主义的特征。那么在今天的中国，集体性的“彼得潘综合征”又折射出怎样的文化心态呢？

伴随着网络上大量成年人“扮可爱”、“装天真”的语言和图像，一个叫做“萌”的词汇逐渐渗透到人们的日常生活中。如果真如雷蒙·威廉斯所认为的那样，“词语的发展记录了我们对社会、经济、政治生活领域的变革所做出的一系列重要而持续的反应”⁽⁵⁾，那么，对“萌”的语言学考察将有助于解释“童年停滞”现象的深层文化肌理。“萌”的传播演变大致经历了从中国传入日本，再从日本传回中国的过程，其语义和用法发生了巨大改变。在1980年代以前，日语中的“萌”借用自汉语的“萌”，词义与用法长期保持与汉语

一致,意指“萌芽、萌生、发端”等(杨娟 144-46)。在 1990 年代以后,随着日本动漫游戏产业的发展,“萌”被日本御宅族^①发展成一个在小众文化圈内的特殊用语,特指对动漫游戏中虚拟人物的强烈喜爱与迷恋。几乎在同时代,这个词随日本的动漫游戏作品一同传入中国。起初也只在国内动漫游戏迷的小圈子中使用,但随着互联网在新世纪以来的飞速发展及普及,“萌”的词性、内涵、外延都发生了变化,指涉对象也从虚拟世界进入现实世界,使用人群也突破了御宅族文化圈,扩展到整个大众文化领域。

但关于“萌”的语义和用法,还存在诸多混杂不清之处,如“萌”与“可爱”尚未得到细致分辨,“卖萌”这个衍生词汇与“萌”之间的关系等问题都需要更深入的分析。要解释这些问题,首先要对“萌”在当代日本与中国的概念使用情况进行梳理。

一、日本御宅族文化中的“萌”

美国学者 Patrick W. Galbraith 在有关“萌”的研究中,详细梳理了这一概念在日本御宅族文化中的产生背景与使用方法(Galbraith)。简要说来,“萌”大约兴起于 90 年代的日本,起初只是御宅族之间流传的网络黑语,表达他们对动漫游戏中的虚拟人物强烈的迷恋与狂热的爱慕,高度强调个人化感情。只用作动词,即“某人萌某角色”,而不是“某角色很萌”。那么,御宅族文化中的“萌”是如何起作用的呢?

首先,“萌”是一种反应。它描述的不是对象固有的外表特征,而是主体情绪的剧烈变化。观看主体被自己头脑中的想象激发出强烈的热爱之情。这个触发源就是“萌点”,即能够唤起萌感的属性特征。它类似罗兰·巴特谈论照片时所说的“刺点”(41),即在平淡无奇的整体形象中存在一个不为外人注意却唯独触动到某个观看者的小细节。这个小细节本身并无异常,也不是创作者的人为暗示,却在这个特殊观者眼中如芒刺般跃然而出,把观者的思绪引至无边无际的想象或回忆中。“萌点”就是这样的视觉“刺点”,但它只引发一种情感,即燃烧般的喜爱。“萌点”有极大的主观性与随机性,且可以脱离叙事而存在。它既可以是虚拟人物的动作神态变化,如小孩打呵欠;

也可以仅仅出于观者突然注意到人物的某些特征而产生“自燃”般的激情,比如毫无来由地发觉某人的耳朵轮廓很可爱。观众仅凭自己的想象就能建构出自我与对象之间新的互动关系。

其次,“萌”的对象一定是虚拟世界中的人物,而不应僭越到现实世界中来。御宅族严格遵守“二次元世界”与“三次元世界”之间的不可通约性。他们清醒地知道二者的本质差别,不会把对虚拟角色的欲望转移到现实世界中。《纽约时报杂志》上登过一则关于“二次元恋情”的文章。它讲述了一个 37 岁的日本男人 Nisan 和他的“枕套女友”之间的故事。所谓“枕套女友”并不是真实的女朋友,而是一个接近真人大小的印在枕头套上的动漫女孩形象。Nisan 将它视为挚爱,甚至希望死后跟它葬在一起(Katayama)。日本早期的漫画杂志中曾附带真人少女的性感照片,希望以此来吸引读者。但这一做法却遭到御宅族的强烈抵制,他们认为现实人类的出现玷污了他们心中纯洁美好的想像空间,真实少女反而妨碍他们的虚拟欲望得到满足(Galbraith)。

最后,“萌”所激发的情感有强烈的性意味。日本动漫游戏中充斥着大量“童颜巨乳”的女性形象,既保持着女孩的纯真与依赖性,又凸显着成熟女人的性感与挑逗。御宅族对这类女性形象的迷恋,使人们对其产生了性欲畸形的印象,因此“萌”也几乎沦为色情漫画的代名词。有人认为,这是在消费社会的虚拟现实出现的“洛丽塔情结”(Wakeman)或“皮格马利翁情结”(四方田犬彦 136)。但与性吸引相比,“童颜”是触发“萌”的更关键因素。动漫作品中被“萌”的角色,未必具有性感的身材,但都有一张娃娃脸。而“萌”的性吸引力更接近于激发保护欲和想像力,而不是纯粹的肉体冲动。在“萌”的体验中,御宅族幻想自己对角色温柔体贴,角色也完全信任并依赖自己,在这种交互关系中,获得精神慰藉和满足感。所以,很多铁杆御宅族认为“萌”是非常纯洁且具有艺术创造性的行为。

此外,“萌”还可以改善御宅族在现实两性关系中的弱势处境。“对于完美的‘萌’关系而言,男子可以从现实的人际关系中解放出来,向一个特定的角色表达自己的热情,不用担心经受考验或者被拒绝”(Katayama)。御宅族往往在现实社会中遭遇各种挫败,于是寄希望于通过想象,构建

出与动漫人物之间的完美关系和情感体验,弥补现实中的失落感。

由此可知“萌”在日本御宅族文化中的三个核心特征为:虚拟性、个体性、性意味。那么,这个概念传入中国后发生了哪些变化?“萌”的文化功能又因此而发生了怎样的改变呢?

二、“萌”在当代中国的改变

“萌”是中文中古已有之的词汇,意指“萌芽、萌生、发端”等。但随着日本动漫游戏产业的兴起和互联网的发展,日本新词“萌え”也随之传入中国,2009年时已被收入《中国语言生活状况报告2009》(杨娟 144-46)。在近几年的中国网络媒体上,“萌”已成为十分普及的流行用语。“萌”在中国的使用既延续了日本御宅族文化中的一些特质,但也发生了很多改变。具体表现在以下四个方面:

首先“萌”在汉语中的词性与词义发生了很大改变。日语中的“萌え”主要用作动词,^②意为强烈地喜欢;而在汉语中,它至少具有三种词性,^③且连带催生了一些应用更广泛的新词。第一,形容词,用法和词义相当于“非常可爱”,如,超萌、萌宠。这是“萌”在中国最普遍的用法,导致很多人认为它与“可爱”相同(二者的区别将在下文具体论述);第二,名词,指“萌点”,亦可看作“萌元素”的简称。如“卖萌”就是指卖弄可能引发他人喜欢的“萌元素”,相当于“装嫩”、“秀可爱”的意思,比如成人学小孩“嘟嘴”的动作;第三,动词,词义与御宅族所使用的“萌”一样,都表示强烈地喜爱与沉迷,但在汉语中多用于被动句,如“我被这条小尾巴萌到了”。

其次“萌”的适用范围大幅度扩张,不仅从虚拟世界跨入现实世界,而且可指涉任何人或物。从三岁孩童到七旬老太,从小猫小狗到狮子老虎,从娱乐明星到政治要员,都可能被认为是“萌”的。目前,中国网络上最常见的两类“萌物”是儿童和宠物,相应出现两个词“萌娃”与“萌宠”。2013年,亲子真人秀《爸爸去哪儿》在中国热映,著名“80后”作家韩寒因其女儿可爱被网友戏称为“国民岳父”,引发了一阵全民狂欢的“萌娃”热潮。“萌”从一种极度强调个人体验与隐秘情感的日本小众文化,变成了中国目前极为普遍的

大众文化现象。与此相伴的另一个重要现象是,在中国网民的讨论中,无论不同利益群体之间存在多么深刻的分歧,但有关“萌娃”、“萌宠”的话题几乎总是洋溢着祥和欢乐的气氛。“萌”正在成为缩小族群差距、转移社会矛盾、弱化对立情绪的灵丹妙药。“萌”所蕴藏的社会凝聚力值得单独探讨,本文不在此进一步展开。

再次“萌物”不再是完美和虚构的,而是有弱点但真实的。这是“萌”在中国流行文化中最重要特点。“萌物”几乎等同于“天然呆”,有所谓“呆到深处自然萌”的说法。那种长相乖巧、表情无辜、做事极其认真却无法顺利完成,或完全搞错方向的小孩子或小动物,总能引起网友一片激萌的反应。人们喜欢的不再是来自虚构想像的完美形象,而是有着各种欠缺但真实自然的状态。这种审美选择与中国道家思想中“贵无”、“去智”的传统有极深的内在关联,也值得用更大的篇幅专门论述。

最后,“萌”原本强烈的性吸引力成分彻底消失,保护欲成为主要的心理动因。在中国“童颜巨乳”已不再是“萌”的理想范本。“呆萌”的外形不具有任何性暗示。“萌”也不再引起膜拜之情,而是宠爱之心。虽然网络上充斥着对“萌娃”的各种肢体亲近索求,如“摸摸”、“抱抱”、“亲亲”等,但其中却不含有任何恋童癖的因素,而是更类似于对宠物的喜爱。

三、“萌”与“可爱”的区别

在中国,为什么很多人把“萌”与“可爱”视为等同?这是因为“萌”主要用作形容词,且描述的对象大多具有“可爱”的特点。但这无法解释,为什么“萌”也可以用来形容那些通常意义上“不可爱”的事物,如老人或猛兽。事实上,汉语中作为形容词的“萌”应该被视为日语中作为动词的“萌”的形容词化用法,语义保留了日语中“非常喜爱”的意思,可译为“令人喜欢的”。“万物皆可萌”并不是说“任何事物都是可爱的”,而是说“任何事物都可以是令人喜欢的”。换言之,虽然“萌”在中国用作形容词,但它描述的并不是观看对象普遍、固有的属性,而是表达观看主体对某一特定对象的主观判断。“球是圆的”中的“圆”是所有球的共同属性;但“这个桃子好萌”中的“萌”

包含着“眼前这个桃子令我感到非常喜欢,进而也觉得它很可爱”的意思。但究竟是因为喜欢所以觉得可爱,还是因为可爱所以感到喜欢呢?可以说,这是围绕在“萌”与“可爱”之间最不易分辨的问题。

实际上,这是观看双方主客观因素谁为先导的问题。对于这个问题,从 20 世纪上半叶起,西方已有大量学者围绕“可爱究竟是婴儿的生物属性,还是成人对婴儿的主观判断”,从不同的学科背景出发,进行了大量的实验与论证。人们起初认为“可爱”是婴儿为了获得成人保护、加强后代存活率的一种“生理机制”(Lorenz 235-409),后来逐渐认识到“成人的个体认知偏好”对形成“可爱”观念的影响(Hildebrandt and Fitzgerald 159-72),以及认为婴儿释放“可爱”信号的目的不是寻求成人保护,而是出于婴儿自身的社交需求(Sherman and Jonathan 1-7)。根据这些研究,“可爱”既不是纯粹的生理特征,也不单独取决于成人的主观判断,而是婴儿与成人在相互观看的过程中,主客观因素相互激发、促进,不断进行审美选择与审美判断的结果。人们对“可爱”的认识就像女性主义对“女人”的发现一样,可以套用波伏娃的经典语句:“一个人不是生来可爱,而是成为了可爱”(Sherman and Jonathan 1-7)。所谓“成为可爱”就是指,事物如何在看与被看的关系中,凭借自身的某些物理特性引起观看者喜爱之情的过程。

同样是基于视觉而引起观看者的喜爱之情,“萌”与“可爱”的观看方式却并不相同。“可爱”是双向互动的观看,而“萌”是单向的观看;“可爱”是观看双方主客观因素的共同作用,而“萌”完全取决于观看者的主观判断。在研究“可爱”的大量心理学实验中,笑容被看作婴儿展现“可爱”的重要方式,它是婴儿与成人之间进行情感交流的重要手段。但“萌物”几乎从来不靠笑容博取观看者的喜爱,反而是笨拙迟钝、糊里糊涂、无知无辜的形态,令观看者大呼其“萌”。“可爱”是有意识地示好,期待获得对方的积极反馈,观看双方处在互动的行为关系中;但“萌物”不向观看者发出任何诉求,只专注于自己的世界。被看者越是对自身的“萌点”一无所知,便越能够激起观看者的喜爱之情。

另外“萌”的视觉单向性还要同时具有“无

意识”与“敞开性”两个特征。对比文化批判理论中有关“偷窥”与“监视”的著名讨论,有利于我们更清晰地理解“萌”的这两个特征。“偷窥”是观看者在被看者不知情的情况下,对其进行单方面的观看。但约翰·伯格却对观看者的无意识提出质疑,他在谈到西方绘画中“长老偷窥苏珊娜”的经典题材时指出,被偷窥的女子未必只是被偷窥者观看,同时也被她自己观看。偷窥者与被偷窥者达成了合谋(50)。这是因为被偷窥者虽然未意识到偷窥者的存在,却能意识到自身的存在。他们即便独处时,也并非真正意义上的孤身一人,而是对自己的存在与周遭处境都有清醒的认识,并在潜意识中为观看者预留了一个位置。而“萌物”对自身的无意识不仅指被看者没有觉察观看者的存在,同时也指它们心里不存在预期观众,它是更彻底的单向观看。

偷窥者往往需要依靠遮蔽物,对观看者与被看者实现空间上的人为隔离,以保证被窥视者最大程度的自然状态。但观看“萌物”则无需遮挡,因为被看者对自身“萌点”的无意识形成了“敞开式的隔离”。这很容易让人联想到福柯有关“圆形监狱”的现代哲学隐喻:视线的单向性使观看者占据全知视角,对被看者构成心理压力,从而实施有效监管。但“圆形监狱”实现敞开式监管的重要前提是,罪犯对自身被监视处境的明确认知,这又不同于“萌”的无意识特征。

除了观看方式之外,“萌”在伦理层面上也比“可爱”更加复杂。对这种复杂性表现得最生动的例子是电影《楚门的世界》。虽然这部电影在创作动机和社会背景上都与“萌”没有任何关联,但它对娱乐传媒带来的“真与善”、“自由与幸福”等一系列价值悖论进行的深刻反思和预言,在今天看来都与“萌”文化有着高度吻合的内在联系。影片的高潮是楚门发现人造天空的一幕。这片人造天空始终客观存在于楚门的头顶,但在被发现以前,它就像一块单透膜玻璃罩,将楚门与真实世界中的观看者分隔开来,并分别赋予他们无知与全知的视角。这时的楚门就是一个不自知的“萌物”,观众长年累月地观看他、追捧他,就像成人对婴儿的观照与宠爱一样。但人造天空被发现之后,楚门无法在众目睽睽之下继续之前无意识的、敞开式生活——他拒绝“卖萌”。所以说,逻辑上永远不存在“我是萌物”这一判断,因为只要“萌

物”意识到自己的“萌”，它就立即不再是“萌物”了。

如果意识到自己“萌”却又要维持无意识的假象，那就是“卖萌”。它是一种乔装打扮的把戏，伪装出无知、无辜的外表骗取观看者的喜爱。虽然“可爱”也常常被用于教育、医药、工业设计等领域，使原本枯燥或令人恐惧的事物变得易于接受，比如友好可爱的计算机界面，使人们在置身于“可爱经验”的过程中，忘记对象原本的生硬面目（Cheok and Fernando 295-309）。但“可爱”对真相的修改是善意的，它以亲善的外表，达成有利于观看双方的目的。“卖萌”却是以亲善的外表，满足“卖萌者”自身的目的。如果这种目的是恶意的，就很可能造成极其严重的后果，这也是“萌”文化中最具迷惑性与危险性的问题。虽然这种危险性目前尚未大范围地显现，但从理论上阐明它的发生原理，有利于我们更全面地理解这一文化现象。

四、作为柔性暴力的“卖萌”

尼尔·波兹曼认为：“有两种方法可以让文化精神枯萎，一种是奥威尔式的——文化成为一个监狱，另一种是赫胥黎式的——文化成为一场滑稽戏”（132）。他提醒人们尤其要警惕后者对思想的侵袭，因为相比于有形可见的暴力，后工业时代更可能出现的窘境是“真理被淹没在无聊繁琐的世事中；[.....] 我们的文化成为充满感官刺激、欲望和无规则游戏的庸俗文化；[.....] 人们由于享乐失去了自由 [.....] 我们将毁于我们热爱的东西”（波兹曼 4）。众多媒介与文化研究理论中有关“图像”与“视觉”可能带来的思想浅薄化担忧，在今天看来并非危言耸听。正如米尔佐夫所说：“越是视觉性的文化就越是后现代的”（米尔佐夫 3）。而“萌”始终是一种视觉体验，以及对观看对象的图像化过程。因此，它也具有典型的后现代特征：娱乐化、轻松化。

然而，正是强烈的娱乐特征，使人们往往将“萌”视为无伤大雅的玩物，而忽视它隐含的政治维度，以及转化为暴力机制的危险性。“萌”所表达的“某人喜爱某物”更确切地说，是某人喜爱某物的“样子”。对于迷恋“萌物”的人来说，事物“本质上是怎样的”并不重要——或者说，是否存

在所谓的“本质”已变得极为可疑——重要的是它“看上去是怎样的”。所以，对“萌物”进行的审美与道德判断也都停留在视觉层面。“娇弱”只是因为“看上去”娇弱，“无辜”也只是因为“看上去”无辜。因此，一个人只要尽力营造出娇弱可爱的外表，就可以被视为“萌物”，从而也就赢得了观看者的喜爱与认可，其内心善恶的问题则被悬置起来。就这样，对光鲜外表的狂热迷恋加速了对本质与价值的冷漠和放逐，它造成了一个可乘之隙，即“萌”可以被伪装，进而施行控制与压迫。这就是它可能成为暴力的原因。

既然只要外表可爱而无所谓真伪，那么伪装出来的可爱也就可以获得与“萌物”同样的青睐，这就是“卖萌”在当下大行其道的主要原因。为人熟知的“卖萌”大多是口语表达中无恶意的调侃方式，如“发张卖萌照”，就是坦承自己在装可爱。但这已蕴含了“卖萌”在逻辑上的悖论性：它是一种暴露的伪装、真诚的欺骗。“卖萌”类似于“伪善”，但它比“伪善”更难被识破。“伪善者”不会主动说“我是伪善的”，而是极力用各种善行伪装内心的恶。所以“伪善”只能被他人指认出来，这种指认是对隐藏于外表之下的真相的揭露。所以，它承认“真相”是存在的，只是暂时被外表蒙蔽了。但“卖萌”是不会被戳穿的，因为它不隐藏任何东西。“卖萌者”也毫不避讳自己的行为，可以直白说出“我在卖萌”。“卖萌”是这样一种伪装：它把自己伪装成“未伪装者”，于是便继承了“萌物”的核心特征——无知的、敞开的。那么，如果“卖萌者”内心有恶的企图，他们就可以毫不避讳地表达恶，同时又表现得仿佛对此一无所知。这就是“卖萌”潜在的危险性。虽然这种危险性未必会在每一次具体的“卖萌”行为中显现出来——因为通常情况下，它只是无伤大雅的日常玩笑——但了解这种危险性可能在何种情况下爆发并产生何种程度的危害性，却是必要的。

“卖萌”的危害性与其所处的语境和具体用途相关。日本电影《大逃杀》提供了一个极为贴切的例子。影片设定，日本政府出台了一部《BR法案》，每年从全国初中三年级中随机抽出一个班的学生，到荒岛上进行生存极限挑战。学生们必须互相残杀直至最后一人，只有唯一的胜出者才能离开荒岛。影片开头，班主任为了向学生们解释《BR法案》，放映了一段录像。这是一段类

似于产品使用说明的短片。一个打扮时尚的女主持人笑容满面地出现在屏幕上,用极其“卡哇伊”的声音和夸张得如孩童般活泼可爱的表情与姿势,兴高采烈地讲解并演示相互残杀的游戏规则,以及各种杀人武器的用途和操作方法。用可爱的形式传达泯灭人性的内容,这就是最丧心病狂的“卖萌”。仔细体会这段短片,女主持人对“残杀”的罪恶目的不仅没有隐瞒,而且事无巨细地进行介绍。她仿佛对即将展开的杀戮给学生带来的极度恐惧毫无感觉,始终沉浸在自己欢天喜地的表演中,这比直接的暴力镇压更加冷血变态。

虽然这只是恶性“卖萌”的个案,其普遍性与必然性还尚待商榷,但它确实有力地揭示出暴力的不同形态及其运作方式。在这个例子中,“残杀的暴力”与“卖萌的暴力”就是齐泽克所区分的“主观暴力”与“客观暴力”。“主观暴力被视为对事物‘正常’和平状态的扰乱。然而,客观暴力则正是内在于事物的‘正常’状态里的暴力。客观暴力是无形的,因为它支撑着我们用以感知某种与之相对立的主观暴力的那个零层面标准”(2)。换言之,主观暴力是通常所说的暴力,往往以犯罪、恐怖、血腥的面孔出现,很容易辨识;但客观暴力是“使某种行为成其为暴力”的内在逻辑,它由社会习俗、价值观念、意识形态等文化因素共同形成,一经形成就会在相当长的时间里,成为某种理所应当的“社会共识”,仿佛是无需质疑的客观规律。“卖萌”就是这样通过改变视觉形象,将观看者的主观偏好转化为事物固有特征的过程。这使“卖萌”成为一种柔性的、不见血的客观暴力。

齐泽克又将客观暴力分为“符号暴力”和“系统暴力”:前者“从属于语言本身和某种意义体系的强制性作用”,后者则“存在某种为了经济及政治体系顺畅运作而通常会导致灾难性后果的东西”(2)。通过伪装视觉形象而实现的“卖萌”属于图像的“符号暴力”;此外,还存在一种更为隐蔽的、属于“系统暴力”的“卖萌”。它不是通过出卖自身的“可爱之相”来博取肯定,而是通过对任意之物发出“萌”的指认与赞叹,转移观看者的视角,颠倒常识性的是非判断。这种“卖萌”亦可称为“逻辑卖萌”。它是一种解释学意义上的观看方法,通过命名,改变人们对事物的态度,让不可爱的事物显得可爱,让丑陋的事物变得讨人喜欢。它的实现过程非常简单:只要对着任何一个平淡

无奇的事物,用满怀激动的语气大喊“哇,好萌啊!”就能使事物瞬间获得某种魅力,看上去似乎有些可爱了。在这个过程中,“萌”既不改变事物的外形,也未添加任何新的特征,它只用一种新的视角重新诠释了事物的意义,从而使人产生新的认识。最近,中国网络用语中流行的在句尾追加“感觉自己萌萌哒”,就充分显示了这种“逻辑卖萌”的万能力量。在任意一句话后面缀以“感觉自己萌萌哒”,都可以瞬间消解原有句子的感情色彩,即便前后两句话之间往往没有任何逻辑关联,但在语气和情绪上却可以顺利地转化为“卖萌”。例如“飞流直下三千尺,感觉自己萌萌哒”;“衣带渐宽终不悔,感觉自己萌萌哒”;“横眉冷对千夫指,感觉自己萌萌哒”等等。通过陈述者/观看者的随意指认,这些经典诗句中原本表达的壮丽、执着、刚正,都在顷刻之间消弭于粉嫩的“卖萌”之情里,彻底实现了“万物皆可萌”的神话。

“逻辑卖萌”还可以不增加任何语句,仅通过调整句子间的逻辑关系就完成“卖萌”。例如,(1)虽然希特勒的小胡子看上去很萌,但他毕竟是个杀人恶魔。(2)虽然希特勒是个杀人恶魔,但他的小胡子看上去好萌啊!两句话都陈述了相同的事实,即它们都承认“希特勒是杀人恶魔”和“他的小胡子很萌”。但句子(2)明显令人感到怪异不适。虽然它并没有掩盖希特勒的罪恶,但通过转移关注点,回避了罪恶,从而扭转了人们对希特勒的好恶判断。这里的“卖萌者”不是希特勒,而是让人们将关注点转移到“小胡子很萌”上的话语制造者。它不仅是观看者,更是大众观看的引导者。如果将这样的价值判断配以大量滑稽有趣的图片进行大范围传播,就可能使很多人在娱乐化的希特勒形象中,逐渐淡忘他曾经对人类犯下的罪行。

“卖萌”是一种点石成金的魔法,是将任何平凡甚至罪恶之物“神秘化”的过程。“神秘化是为原来极清楚的事实进行辩解的过程”(伯格 10),把原本尚待商榷的观点固定为无可辩驳的“常识”。它通过营造一种仿佛超越于一切世俗利益考量之上的语境,把分明是经过主观选择与文化过滤后的判断,变成客观公允的真理。它是约翰·伯格所说的艺术史对艺术品的神秘化,是苏珊·桑塔格所说的社会舆论对艾滋病的神秘化,

也是齐泽克所说的同情心对受害者的神秘化。在“神秘化”的系统暴力之下,艺术是伟大的,艾滋病是可怕的,犹太人是悲惨的,任何对这些观点的质疑与反驳都被认为是不正确甚至不人道的。然而,这种压迫性的逻辑本身才是更为谬误与不人道的,因为它以真理的姿态剥夺了人们思考与拒绝的权利。“萌”所表达的强烈喜爱与崇拜原本只是极个人化的情感体验,它并不看重他人的反应,也不期待获得普遍认可。但“卖萌”是一种大众化的娱乐方式,它虽然好像是在表达个人观点,却暗含着“本来如此”的信念,并希求获得更多人的赞同。当某物被一些人认为很“萌”,但某人却说自己看不出它“萌”在哪里时,这个人很可能遭到他人的嘲笑,就像那些说自己看不懂抽象画为何伟大的人们曾受到的那种嘲笑一样。这就是“神秘化”对人实施的不可见的精神压迫,也是“卖萌”为何是一种“柔性暴力”的原因。

这种柔性暴力从不诉诸有形的武力和血腥,而是用能够引起人们好感的画面或对美好画面的想象,控制人的心理。它赋予无足轻重的事物以全然不相称的重要性,却把需要严肃对待的问题,轻慢地推到一边。日本学者四方田犬彦在看到犹太人看守们强迫画在集中营墙壁上的可爱壁画时,警觉地意识到“任何‘可爱’形象都是可以和奥斯威辛的暴行共存的, [...] 在极偶然的情况下,它很容易就会变身为怪异的、充满威胁性的怪物。这个充满‘可爱’的现代社会,它只要稍微转换一下方向,就会导致难以挽回的惨剧”(170-74)。这些可爱的壁画就是纳粹的“卖萌”之作,在不断强调着它们的真实性时,集中营里虐待与杀戮的真实则被轻轻地转移了。

结 论

在不到三十年的时间里“萌”从日本御宅族文化圈,迅速蔓延至中国流行文化的各个角落。这个概念在中国的网络传播中,经历了诸多变化,祛除了原先日本概念中浓重的色情意味和虚拟色彩,集中于对现实事物的指涉。它与“可爱”既相似又不同,因此也具有将主观好恶转化为客观属性的潜力。

“萌”对视觉的强烈依赖使它具有鲜明的后现代特征——消解本质、轻松化。“卖萌”使问题

的复杂性突破了娱乐层面,深入到政治层面,即通过塑造某种视觉图像获取话语权力,进而控制思想。很多人正不自觉地被那些看上去娇弱无力的小东西俘虏并掌控,它们是含着奶嘴的梅菲斯特(Mephisto),让我们心甘情愿地放弃辨别力与良知。在弥漫着天真快乐的“柔性暴力”之下,人们狂热地迷恋与崇拜“萌物”,并渐渐爱上它所施与的压迫。它激起庸俗的同情心和保护欲,许诺给我们作为强者的道德优越感和英雄主义幻觉,却剥夺了思考与怀疑的能力,甚至取消了基本的善恶判断与历史反思。在娱乐至死的时代里,赫胥黎的担心与波兹曼的警告值得被我们谨记。

注释 [Notes]

- ① 御宅族“Otaku”(日文假名的罗马拼音),一般指对动漫游戏等次文化较为热衷,并对这类文化有超出一般人的了解和知识面的群体。也泛指那些沉迷于网络等虚拟性较强的交流和娱乐方式,缺乏正常社交生活经验的次文化族群。该词条释义引自风君:《网络新新词典》(北京:新世界出版社,2012年)85。
- ② 在杨娟的论文中论及了“萌え”在日语中也渐渐扩展出名词、形容动词等词性。但从整体上看,仍然以动词用法为主。
- ③ 在杨娟的论文中还提到“萌”在汉语中的第四种词性,副词。但由于构词能力弱,所以使用频率很低。

引用作品 [Works Cited]

- 罗兰·巴特《明室》,赵克非译。北京:文化艺术出版社,2003年。
- [Barthes' Roland. *Camera Lucida*. Trans. Zhao Kefei. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2003.]
- 约翰·伯格《观看之道》,戴行钺译。桂林:广西师范大学出版社,2007年。
- [Berger' John. *Ways of Seeing*. Trans. Dai Xingyue. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2007.]
- Cheok' A. D. & Noel O. N. Fernando. "Kawaii/Cute Interactive Media." *University Access in the Information Society* 11 (2012): 295 - 309.
- 费里尼《我是说谎者》,倪安宇译。北京:三联书店,2000年。
- [Fellini' Federico. *Fare un Film*. Trans. Ni Anyu. Beijing: SDX Joint Publishing Co., 2000.]
- Galbraith' Patrick W. "Moe: Exploring Virtual Potential in Post-Millennial Japan." *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies* October (2009). (<http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/>)

- Galbraith. html) .
- Hildebrandt, K. A. & H. E. Fitzgerald. "Adults' Responses to Infants Varying in Perceived Cuteness." *Behavioural Processes* 3 (1978): 159-72.
- Katayama, Lisa. "Phenomenon-Love in 2-D." *New York Times Magazine* July 21 (2009). <http://www.nytimes.com/2009/07/26/magazine/26FOB-2DLove-t.html?pagewanted=all&r=0> .
- Lorenz, K. . "Die angeborenen Formen moeglicher Erfahrung." *Zeitschrift fur Tierpsychologie* 5 (1943): 235-409.
- 尼古拉斯·米尔佐夫:《视觉文化导论》,倪伟译。南京:江苏人民出版社,2006 年。
- [Mirzoeff, Nicholas. *An Introduction to Visual Culture*. Trans. Ni Wei. Nanjing: Jiangsu People's Publishing Ltd., 2006.]
- 尼尔·波兹曼:《娱乐至死/童年的消逝》,章艳译。桂林:广西师范大学出版社,2009 年。
- [Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death / The Disappearance of Childhood*. Trans. Zhang Yan. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2009.]
- Sherman, Gary D., and Haidt Jonathan. "Cuteness and Disgust: The Humanizing and Dehumanizing Effects of Emotion." *Emotion Review* 3 (2011): 1-7.
- Wakeman, Jessica. "Pillow Cases: 37-Year-Old Japanese Man in Love with His Anime Cartoon Pillow." *The Frisky* July 27 (2009). <http://www.thefrisky.com/2009-07-27/pillow-cases-37-year-old-man-in-love-with-his-anime-cartoon-pillow/> .
- 雷蒙·威廉斯《文化与社会:1780—1950》,高晓玲译。长春:吉林出版集团有限责任公司,2011 年。
- [Williams, Raymond. *Culture and Society: 1780-1950*. Trans. Gao Xiaoling. Changchun: Jilin Publishing Group Ltd., 2011.]
- 杨娟:《汉语语言中“萌”字的词义词性流变考释》,《现代语文》1 (2014): 144-46。
- [Yang, Juan. "The Interpretation on the Evolution of Meaning and Word Class of *Moé* in Chinese and Japanese Language." *Modern Chinese* 1 (2014): 144-46.]
- 四方田犬彦《论可爱》,孙萌萌译。济南:山东人民出版社,2011 年。
- [Yomota, Inuhiko. *On Cuteness*. Trans. Sun Mengmeng. Ji'nan: Shandong People's Publishing House, 2011.]
- 斯拉沃热·齐泽克《暴力》,唐健、张嘉荣译。北京:中国法制出版社,2012 年。
- [Zizek, Slavoj. *Violence: Six Side Ways Reflections*. Trans. Tang Jian and Zhang Jiarong. Beijing: China Legal Publishing House, 2012.]

(责任编辑:王嘉军)