

The General Culture of Japanese Izakaya: “Warmth”

Yan Liu, Yuanyuan Shen

College of Foreign Languages, Guizhou University, Guiyang Guizhou
Email: yliu1@gzu.edu.cn, 874778195@qq.com

Received: Mar. 20th, 2019; accepted: Apr. 4th, 2019; published: Apr. 11th, 2019

Abstract

The epitome of Japanese social culture in Izakaya is also a window for Japanese tourists visiting Japan to experience Japanese social culture. The author believes that the izakaya is popular among Japanese nationals and tourists, and the reason for its high popularity is the gentle culture of the izakaya. This article explores the moderate culture of the izakaya from the “warmth” in the history of the izakaya, the building of the izakaya and the design of the interior environment, the izakaya cuisine, the “underage” used by the shochu house, and the “space expansion” of the izakaya. It is also because of the inheritance and development of the traditional culture and the chamber culture of the izakaya, which is close to the family life. Different from other service industries, the unique language use and relaxed atmosphere make the Japanese people feel deeply different from warmth in the daily busy state.

Keywords

Japan, Izakaya, Moderate Culture, Cultural Microcosm

日本居酒屋的温和文化：“暖”

刘 岩, 沈媛媛

贵州大学外国语学院, 贵州 贵阳
Email: yliu1@gzu.edu.cn, 874778195@qq.com

收稿日期: 2019年3月20日; 录用日期: 2019年4月4日; 发布日期: 2019年4月11日

摘 要

居酒屋是日本社会文化的缩影, 也是来访日本的海外游客体验日本社会文化的窗口。笔者认为居酒屋深

受日本国民及游客的喜爱, 人气居高不下的原因在于居酒屋的温和文化。本文从居酒屋历史传承中的“暖”、居酒屋的房屋建筑与室内环境设计、居酒屋料理、居酒屋敬语使用的“欠落”及居酒屋的“空间伸缩”等5方面深入探讨了居酒屋的温和文化“暖”。也正因为居酒屋对传统文化及和室文化的继承与发展, 贴近家庭生活的料理, 不同于其它服务行业的别具一格的语言使用、宽松融洽的氛围让日本国民深深感受到了不同于日常忙碌状态的“暖”。

关键词

日本, 居酒屋, 温和文化, 文化缩影

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

居酒屋, 读作“いざかや”, 是“酒屋(さかや)”的衍生词。居酒屋, 作为一个重要的生活场景, 在日本流行文化中有着举足轻重的地位, 它是日本社会的缩影, 是日本文化的象征, 保留着日本社会最深层的底蕴之一[1]。日本的居酒屋是一个独特的存在, 说它是小酒馆, 可是又和普通的小酒馆不一样, 它不仅仅提供酒, 也提供餐饮, 还具有娱乐功能[2]。说它是餐馆, 可是又和普通的餐馆大不相同, 它虽然提供餐饮, 但主要是提供酒。正因为如此, 居酒屋呈现出了其独一无二的文化色彩。

至今, 居酒屋已经成为日本人生活不可缺少的一部分, 它在日本社会中充当一种调剂和媒介的重要作用, 是专门为日本人创造的释放、减压、吐槽的一种空间[3]。随着时间的不断推移和经济的发展, 居酒屋不仅是三五知己相聚闲聊的热闹场所, 居酒屋逐渐成为日本人追求工作之余片刻闲适与放任的好去处。日剧“深夜食堂”大获成功的原因除了演员们精湛的演技以外与融入日本国民生活、具有治愈系的居酒屋文化密切相关。

笔者认为居酒屋人气居高不下, 深受日本人喜爱的原因在于居酒屋的“暖”文化, 这种“暖”文化体现在各个方面。本文试图从居酒屋历史传承中的“暖”、居酒屋室内环境设计、居酒屋料理、居酒屋敬语使用的“欠落”以及居酒屋的“空间伸缩”等5个方面进行分析与探讨。

2. 居酒屋历史传承中的“暖”

古时候日本卖酒的店叫“酒屋”, 一般人到酒屋的目的就只是买酒。在镰仓时代, 人们会偶尔站在买酒的店头小酌一杯。到了江户时代, 一些酒屋除了卖酒以外, 也让来此买酒的客人在店里面喝酒, 并提供一些简单的下酒菜。江户时代中期, 已经将提供下酒菜的店称之为“居酒屋”[4]。随着时间的不断推移和经济发展, 逐渐形成了现在的“居酒屋”。

纵览居酒屋的起源及发展过程, 它从初始只卖酒的地方, 到为了在店中喝酒的客人提供了一些简单的下酒菜一直到逐渐形成以卖酒为主提供下酒菜为辅的居酒屋, 可以看出初始之时酒家为小酌一杯的酒客简单提供一些下酒菜的时候就体现了酒家对酒客的“暖”。

进入现代, 尽管随着物质生活与精神生活的丰富, 西方文化的涌入, 居酒屋文化中的“暖”从未消减一丝一毫, 随着日本高节奏的社会步调和高压生活, 居酒屋的“暖”文化被继承发展至今, 逐渐成为居酒屋独一无二的文化。

3. 居酒屋建筑及室内环境设计中的“暖”

居酒屋十分着意气氛的营造, 虽然随着西洋建筑的涌入, 居酒屋的房屋建筑及室内设计却未发生过多的变化, 依旧保持了传统日式建筑风格, 展现了由历史文化和传统文化淬炼而来的独特魅力[5]。

日本位于太平洋和亚欧板块的交界处, 每年的地震次数接近于千次, 所以房子有良好的抗震性能尤为重要。在日本居酒屋整个屋子几乎都是木质的, 室内设计多以和室房屋为主, 店内设有藁草编织而成的榻榻米, 保留了日本传统和室房屋的特点[6]。居酒屋内部陈设多是日式风格的家具, 其中最具代表性的就是障子门。居酒屋的装修, 典雅古朴, 贴近生活, 极具生活气息, 让来此饮酒交谈聚会的客人有一种“宾至如归”的感觉。

日本家庭的厨房多以开放式厨房为主, 居酒屋在厨房的设计上也保留这一特点。居酒屋的开放式厨房, 让客人能观赏到食物制作的全过程, 看到老板与服务人员招呼客人忙碌的姿态。一般厨房的旁边设有吧台, 是一人独饮的最佳位置, 能够让老板和客人近距离接触, 消除老板与客人之间的距离感, 偶尔还可以和老板闲谈几句。

居酒屋内部的灯光不是特别的明亮, 多以暖色调为主, 与榻榻米的颜色相得益彰。虽略显昏暗柔和, 却给人一种格外舒适温暖的感觉。不仅可以在居酒屋悠闲地舒适地用餐, 还可以在里面愉快地交谈。另外, 昏暗柔和的灯光也有利于保护客人的隐私。

居酒屋的墙壁会贴满很多传统色调的装饰品, 有怀旧的海报, 贴画, 富有年代感的摆件等, 这些物件都给居酒屋更添了几分复古年代的温暖气息, 与日本现代社会搁置了距离感。另外, 很多居酒屋也会把手写菜单价目贴在墙上, 让客人一目了然, 或者将手写菜单装订成册, 上面有店主手绘的图案, 更添了几分诚意与温暖。

4. 居酒屋料理的“暖”

饮食文化是人类有关饮食实践的多方面社会经济生活的各种表现形式的总和, 它是跨越物质文化和精神文化的许多领域, 又具有自己独特的内涵和外延, 是组成网络又具有独特神韵的一种文化体系[7]。

随着时代的发展, 虽然受西方文化与饮食的影响, 但居酒屋还是保持了提供和食为主要的下酒菜, 极具日本饮食的特色。与近乎追求禅意的精进料理、怀石料理来说, 在居酒屋, 你可以感受到日本饮食文化中随意、温暖的一面[8]。

有这样一种说法, 在日本的居酒屋是吃不饱的。为何如此呢? 原因是居酒屋是喝酒的地方, 为了更加欢畅自在的喝酒, 所以一般的居酒屋很少提供主食, 只提供一些小酒菜。所以, 去居酒屋的客人其主要目的不是吃, 而是喝, 下酒菜是酒水的陪衬。当客人座好之后会有服务员过来询问“ご注文はよろしいですか / ご注文はいかがですか(要什么吗?)”, 虽然此时没有直接询问“您要喝什么?”, 但大家都会先点一杯喝的东西, 或酒或饮料。

除了在房屋设计上别出心裁以外, 也在饮食上下足了功夫。居酒屋的料理主要体现 3 个特点: “季节性”、“新鲜性”、“手工性”。居酒屋的会选择当季食材制作, 既满足了食材的新鲜性, 也保证了与季节的紧密关系, 而且均为手工制作。所以在点餐的时候会发现除了一些店里固定的招牌菜以外还有一些菜品写着“根据季节性食材而定”的字样, 譬如“サラダ(蔬菜沙拉)”。另外, 不仅仅是居酒屋, 日本的饮食文化中“原汁”是极为重要的, 不浪费任何自然界可利用的食材, 以简单、严谨的烹饪手法, 加上主菜与配菜的巧妙搭配, 每道菜以单独的器皿装盛, 并依季节不同随之改变餐具, 别具匠心[9]。居酒屋比较有传统的且代表性的菜品是“からあげ(炸鸡块)”、“とりつくね(鸡肉丸子)”、“軟骨揚げ(炸鸡软骨)”、“焼き魚(烤鱼)”、“生料理(生的料理)”、“天ぶら(天妇罗)”、“豆腐”、各类生鱼片等。这些料理也是日本人日常生活中常见的菜品, 可以反映出居酒屋不同于高档的西式餐厅, 它们贴近国民

日常生活, 极具生活气息。

5. 居酒屋敬语使用的“欠落”

日本人优秀的服务态度闻名世界, 每一位去过日本的游客都会对日本社会的高素质服务留下深刻印象。日本服务行业的语言使用有着明确的规定和严格的要求。以日本 24 小时营业年中无休的便利店 Family Mart 为例, 顾客进门的时候, 员工首先要面带微笑元气满满的说“いらっしゃいませ(欢迎光临)”; 在收银的时候, 首先, 双手十字交叉放在腹部, 弯腰 30° 再一次问候“いらっしゃいませ”; 当客人离店时, 会目送客人, 元气满满的说“ありがとうございました。また、お越しくださいませ”(谢谢惠顾, 欢迎下次光临) [10]。每一个步骤都有着明确的敬语使用和严格的动作要求, 居酒屋属于饮食行业, 是为客人提供饮食服务的场所, 但它却和其他吉野家、サイゼリア等餐厅有着不同的使用语言。

居酒屋的语言使用并没有严格的敬语要求。在日本的居酒屋, 欢迎顾客时会说“いらっしゃいませ”的省略语“いらっしゃい”, 顾客离店时, 会说“ありがとうございます”的省略语“あざす”或者是“毎度(まいど)”。即使不使用尊敬程度更高语法结构更完整的“いらっしゃいませ”、“ありがとうございます”的表达方式, 也不会引起客人的不适。究其原因, 居酒屋的氛围与日本日常刻板严肃的工作氛围截然不同, 居酒屋文化是日本温和文化的主要体现。在居酒屋喝酒的顾客们会抛弃彼此之间的身份、地位, 相处随意, 或与同事、周边的人杂谈, 或自娱自饮[11]。源于这种温和的“暖”文化, 居酒屋在招待顾客时使用的语言会抛弃严格的敬语体系, 而使用具有“家”温暖的语言, 消除店主和客人之间的距离感。因此, 在欢迎或欢送顾客时使用“いらっしゃいませ”、“ありがとうございます”的略语“いらっしゃい”、“あざす”。可以说居酒屋敬语使用的“欠落”恰到好处, 与居酒屋温和文化的“暖”相得益彰。

6. 居酒屋的空间伸缩

源于日本的“农耕基层文化”, 日本人的交际中极具集团意识。中根千枝在《纵向的人际关系 - 单一社会的理论》(「タテ社会の人間社会 - 単一社会の理論」)中指出: 日本人有重视纵向社会关系, 重视上下级关系的倾向。与个人成功相比, 日本人更倾向让自己所在的集团或组织成功, 以体现自己在组织中的价值和与其他组织成员的不可分割的关系[12]。

但是, 随着经济的发展和社会的进步, 各国文化之间的交流与影响, 目前有学者指出, 日本已经不再是集团主义社会, 日本人的集体意识已逐渐淡薄, 目前的日本社会已成为个人主义社会[13]。因此, 在日本社会中出现了纵向社会和横向社会并存的关系。这种社会纵横文化的此消彼长在居酒屋显现的淋漓尽致。

6.1. 纵向社会的“消”

日本是一个工作节奏非常紧张的社会, 日本人在日常工作中保持了严格的序列制度和高强度的工作状态。因为日本人的美德和团体精神所追求的最高境界就是“和”[14], 因此下属对上级保持了绝对服从, 尽管背后蕴藏了不满、对立、批判等情绪。另外, 由于强烈的集团意识的作用下, 在加班过程中, 日本人逐渐形成了所谓的“自觉加班”的习惯。

一天高强度忙碌的工作让人需要一个可以完全放松身心的地方。因此, 在夜幕降临, 工作完成之余去居酒屋喝一杯酒是很多公司职员的优先选择。居酒屋其独特的氛围能够让人忘记或者不去在乎那些白天工作中繁琐的规矩与繁文缛节。这体现了日本社会文化的“纵向社会”在居酒屋中的“消”。

6.2. 横向社会的“长”

居酒屋是一个神奇的独特的存在, 在这里你可以看到白天衣冠楚楚的社员痛饮之后的醉酒失态, 也

可以听到工作中说话声音很小的日本人肆无忌惮的大声喧哗。在居酒屋聚会饮酒的时候, 无论是公司上司或同事, 还是亲戚朋友, 大家无需考虑日常工作中严格的序列, 压抑了一天的日本人可以畅所欲言, 酣畅淋漓的痛饮, 将日常工作中所积累的压力与不快一扫而光[15]。在这里, 可以和周边的人愉快地交谈, 大家自由平等, 话题可以是工作或是生活, 这体现了日本社会中的横向社会的“长”。

7. 结论

日本居酒屋的“暖”文化起始于居酒屋出现之初, 从过去贯穿到现在, 将居酒屋文化的“暖”保留传承并融入日本社会至今。

本文从居酒屋历史传承中的“暖”、居酒屋对传统建筑物精髓的继承, 居酒屋贴近国民生活的料理、居酒屋的敬语使用的“欠落”以及在居酒屋文化中的空间伸缩等 5 个方面论述了居酒屋文化中所体现的温和文化“暖”。正因为居酒屋的温和文化“暖”, 使居酒屋成为日本社会不可或缺的组成部分, 是日本社会文化中一道独特的风景。居酒屋文化成为日本社会文化的缩影, 也成为了海外游客赴日旅游体验日本社会文化的窗口。

基金项目

本研究受贵州大学引进人才科研基金(项目编号: 贵大人基合字(2018) 006 号)的资助。

参考文献

- [1] 马静. 日本居酒屋文化传承中的社会因素探析[J]. 现代交际, 2015(1): 52-54.
- [2] 邢媛媛, 杨雨欣. 居酒屋文化探究[J]. 和田师范专科学校学报(汉文综合版), 2011(30): 247.
- [3] 马丽霞. 日本“忘年会”体现的饮食文化特色[J]. 按行业现代化, 2008(20): 162-163.
- [4] 吴宦熙, 杜云. 日本居酒屋文化研究[J]. 长春理工大学学报, 2011(6): 96-97.
- [5] 梁志天, 陈中, 陈慧中. 视觉与味蕾的盛宴——日本权八居酒屋及安南餐厅设计[J]. 现代装饰, 2014(39): 102-111.
- [6] 周晓. 探讨日本居酒屋室内设计[J]. 现代装饰(理论), 2016(1): 54.
- [7] 林乃桑. 中国饮食文化概述[M]. 北京: 商务印书馆, 1997.
- [8] 包小仔, 王欣睦, gettyimages. 居酒屋吃的浮世绘[J]. 养生大世界, 2011(2): 44-47.
- [9] 马丽霞. 战后日本人饮食消费方式的变化[J]. 东南亚纵横, 2008(10): 86-88.
- [10] 刘岩, 王晓梅. 探讨日本超市员工敬语的使用实况与技巧[J]. 现代语言学, 2018(6): 408-414.
- [11] 关鑫. 日本居酒屋文化分析[J]. 青年文学家, 2017(6): 163-165.
- [12] 中根千枝. タテ社会の人間関係-社会の理論[M]. 东京: 講談社, 1967.
- [13] 刘长安, 刘天野. 从居酒屋文化看日本人的交际特征——以“纵向社会”和“横向社会”为中心[J]. 重庆与世界, 2012(8): 82-85.
- [14] 周江. 日本酒文化散论——以居酒屋为例[J]. 河南农业, 2018(18): 60-61.
- [15] 王连娣. 日语谚语折射出的“酒文化”内涵及其国民性[J]. 集宁师范学院学报, 2017(1): 86-89, 97.

知网检索的两种方式：

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2169-2556，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：ass@hanspub.org