

断舍离和共享式生活的趣味与幸福

如今,人们都在思考如何在没钱的情况下获得幸福。例如,不再筹资还房贷,而是低价买一个二手房并进行翻新;或者减少在外吃饭的次数,把各自带着吃食的朋友叫到家里来,等等。甚至还有个城市规划案例是为陌生人建造一条街,以供他们彼此带上食物一起享用。看一下这样做的人的表情,你会发现他们有多快乐。

共享一个趣味世界

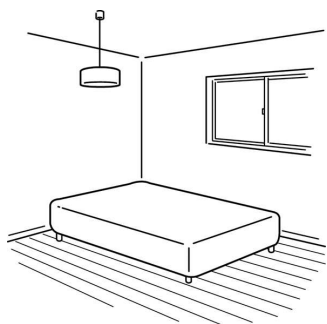
现代消费社会,从扩大私有领域的阶段发展到缩小私有领域、增加共享领域,东西能租就租,能共有就共有。特别是消费社会的最大商品——住宅和汽车,人们愿意把自家的拿出来共享。现在已经到了这样一个时代:大家可以一辈子租房,住共享房,而不是去住一间套式的公寓;使用共享汽车等等。

现在还出现了这样一种动向:将闲置的房子改造一下,共享给家人以外的当地居民使用,把整个街区拥有的各种功能共享出来等等。或者,每个人把自己的技能拿出来交换,也是一种共享。我一直在想,如果整个社会变成这样一种共享社会就好了。

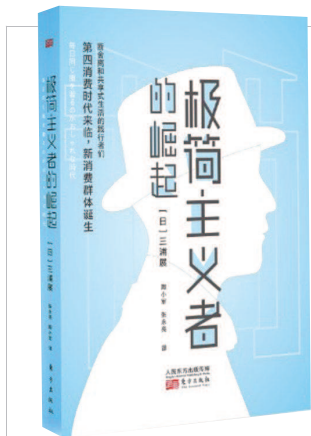
最近,我总在说“共享、共享”的,于是有一位大型汽车厂商对我说:“你净说共享,我们的车都卖不出去了。”但是,我听说这个人在公司内部传阅过我的书。这就是共享的行为啊!而我更希望他不要传阅我这本700日元左右的新书,而是每个人买上一本。这家公司销售的汽车价值高达700万日元哪。我认为共享700万日元的车、私有700日元的新书,更具有经济合理性,你看怎么样?

拥有数千本书,建个书房,或者拥有数千张密纹唱片,买个LP机听,对于许多人来说,已经构成了一个趣味世界。像这样,拥有高档汽车并且存放在车库的行为,也会在不久的将来成为一个趣味世界吧。

简单一族正在增多



拥有不太多的物品,在房间里只摆放喜欢的物品,而且尽可能地使用天然物品——有着这样生活方式的人正在增多。我把这



《极简主义者的崛起》
[日]三浦展著
陶小军 张永亮译
东方出版社出版

些人命名为简单一族。最近好像也有极简主义者(minimalist)这一说法。minimal是最小限度的意思,所以极简主义者大概就是只拥有必要的最小限度的东西来生活的人吧。

这种倾向好像越来越严重。去书店看一看,就会发现关于极简主义者的书特别多!那些以极简主义为目标的人,在房间里摆放一堆这样的书,想来总让人感到有点矛盾。其中有一本叫《和无印良品一起开始极简主义生活》的书,什么啊?结果,还是让我们买东西,让人忍不住“吐槽”。有的书上印着家无余物、尽显贫寒的房间照片;还有的书上提议不要用电视机,用像护目镜一样的设备看视频,但是这看上去应该是极客(机器宅)的生活吧。

简单一族、极简主义者确实有这些情况,我就先“吐槽”这么多。东西很少却能感到富足才是真正的简单一族。这与日本泡沫经济时代之前,东西的数量和尺寸都很足量的生活方式比起来,大不相同。智能手机的普及,使得电视机、收音机、立体声音响,或许连电脑都变得不再需要,也让无需多余物品的简单生活成为可能。很早以前就有人说过,便利店会让冰箱和微波炉无用武之地。

但是,我不会把在便利店解决吃饭问题的人定义为简单一族。简单一族是这样一类人:他们使用天然食品,认真做饭,不使用合成洗涤剂,用天然成分的洗涤剂打扫卫生、洗东西,吸取传统生活中的优点,不开空调,洒水降温,不追捧新产品,使用爸爸妈妈或爷爷奶奶留下来的东西,并对这些东西心怀感念,长年坚持使用。总之,他们不是单纯地扔掉没用的东西而过着无趣生活的人。

每天穿同款衣服的时代

已故的苹果公司创始人史蒂夫·乔布斯总是穿着同样的衣服:三宅一生设计的黑色高领毛衣和破旧的牛仔裤。有观点认为,服装

三浦展在日本一直从事社会动向、消费动向和城市动向的研究。30多年来凭借自己的观察和经验,提出了很多非常有价值的研究成果。《下流社会》《第四消费时代》等代表作品都曾在日本引起强烈的反响。随着国内经济的不断发展,新中产阶层的崛起,中国也迎来了“消费升级”的新时代,书中所提及的很多日本社会有趣的现象和行为其实在国内已经出现。希望此书可以为国人打开一扇窗户,在看到别国人有趣的生活方式的同时,也更加了解自己以及当下我们所处的这个时代。

是个人特征的体现。乔布斯的特征标签有很多,黑色高领毛衣就是他的服装标签,他是一个技术宅,但据说他本人只不过是想把选择穿什么衣服的时间用在工作上而已。



在日本,知名的经营者或者经营顾问也是每天穿着同样的衣服。很多人左右脚上的袜子也都是完全一样的,一律黑色。经营者和经营顾问,每天都要做出很多重要的决策。所以,不想浪费时间去决定每天穿什么衣服,更何况是袜子。

经营者每天真的要做那么多重大决策吗?据说比尔·盖茨每天会收到3000封邮件,假如对每一封邮件都要做出相应决策,这真的很辛苦啊。袜子、领带、衬衫以及如何搭配什么的,是没有时间去考虑的吧。确实,像没有任何图案的黑色袜子,就算闭着眼睛也能穿上。衣服也是一样,如果决定好了就穿白衬衫、牛仔裤和藏青色夹克,那么就没有什么考虑的必要性了。

反过来说,每天穿着不同颜色的衬衫、夹克、袜子,打着不同颜色领带的人,可能是完全不用做什么决策、很是轻闲的人吧。但是我并不认同这种说法,他们还是因为喜欢时尚才这样的吧。

基于此,在现在这个时代,比起每天穿的衣服换了又换的人来,每天穿同样衣服的人更精致、更酷、更有超凡的魅力。换句话说,这是一个不买东西的人反而

常常显得更精致、更酷的时代。虽然消费不景气的最大原因是收入减少,但是高收入的人不去轻易地买东西,也是导致消费萎靡的一个原因。

编剧兼随笔作家向田邦子已经去世36年了,然而现在还在大量出版关于她的书。她展现出来的职场女性的知性、坚强和精于打扮的特点,大概是其人气旺盛的原因吧。据说她从45岁之后也开始只穿同样的普通衣服了。例如,她发现一件棉毛衫,虽然样式随意,但是穿起来方便,拍成照片后,倒也魅力非凡,于是就一口气买下了店里所有不同颜色的同款棉毛衫。她无疑是每天穿同样衣服却显得精致的先驱。

统率现代最具人气的设计师NENDO的佐藤大,据说也多是每天穿着同样的白色衬衫。他一开始是为了理解客户的品牌而尝试穿穿看的,穿着穿着就喜欢上了,于是就买了20件同样的衬衫,等他回过神来,发现自己还买了4双同样的鞋子。物品的种类很少,但是数量一直在增加。佐藤说,这不是一种讲究,也不是收藏癖好,而是这么做能让自己安心。

但是需要注意的是,这和每天穿着深灰色西装去公司的人好像完全不是一回事。

第四消费社会已经产生

回顾过去100多年来日本消费社会的历史,我认为现在的日本处于第四阶段。

第一消费社会是从大正到昭和时代。现代中产阶级的生活方式的原型就在这一时期:白领们市中心上班,住在郊区,去枢纽车站的百货店买东西,休息就去沿线的游乐园逛逛。

第二消费社会始于“二战”后,是在这些中产阶级的生活一下子大众化之后形成的社会。其原理是生产和消费的大量化,消费者买东西的时候不特意追求商品的个性,也不讲究设计。这个时期,大家只要和邻居有同样的东西就好了。并且,普遍的情况是置

换的物品越来越大。例如,最初买的车是斯巴鲁360,接着是丰田大众,然后是卡罗拉、可乐娜、皇冠,最后换成了奔驰;电视从最初的14英寸,渐渐换成了21英寸、28英寸。这个时期,经济在增长,基本工资也提高了20%,还会定期加薪,并且越来越高,所以置换的物品当然会越来越大。

第二消费社会的另一个特征是以家庭为中心进行消费。随着核心家庭化的推进和孩子的成长,年轻的家庭在置换物品的时候,必然会把汽车和房子越换越大。这样就导致了经济的螺旋式增长。

但是,从20世纪70年代后半叶开始,日本变成了第三消费社会,它对一致性的消费行为有很大的冲击,越来越多的人开始尝试更有个性的消费。第三消费社会的特征是品牌倾向。因为,父母那一代和子女这一代想要的设计和品牌有所不同,此外,同一代人也越来越希望和别人有所不同,大家都在追求设计和品牌的个性化。

但是,这种个性化、多样化、差异化、品牌化的第三消费社会,到了21世纪也饱和了。基本上每家都有几台汽车、家电和电话,或者人均一台。于是,日本萌生了不必拥有自己专属东西的价值观。这是第四消费社会的发端。

一言以蔽之,第四消费就是摆脱了物质上的丰富性。这提高了人们的非物质性意愿,希望彼此之间进行交流、形成社区,也希望从完全私有变成共有和共同使用(共享),还体现了人们对生态型生活的向往。人们对品牌的讲究程度也变低了。全身穿着优衣库觉得很舒服的人变多了,他们认为物品和自己的个性无关,物品可以是量产的商品。整个生活从豪华奢侈变为简单的人越来越多。

人们对简单生活的追求,结果导致了大家对日本传统生活方式的再次认可。这是因为日本在经济高速增长之前,其生活方式是与自然共存、不浪费能源的生态型生活。越来越多的人被这种简单生活方式吸引,这也是第四消费社会的特征。

《筚路蓝缕——世纪工程决策建设记述》



张国宝著 定价:138.00元
人民出版社2018年10月出版

本书记述了作者在担任国家计划委员会、国家发展和改革委员会、国家发展和改革委员会副主任、国家能源局局长期间,一些重大建设工程项目的动议、决策、建设情况,党中央国务院高瞻远瞩谋划和科学民主决策过程。包括给国务院的报告、给中央领导同志的建议与发表的相关文章62篇和许多珍贵历史照片。这一时期正是我国改革开放走过的40年历程,这些文稿翔实记录了这一时期辉煌的建设成就。

发行业务电话:010-65257256 65136418 邮购地址:北京市东城区隆福寺街99号
人民东方图书销售中心(100706) 邮购电话:010-65250042 65289539 网址:
www.peoplepress.net