

执着于小而美的暖意

比起宏大的艺术装置，东京这座城的“艺术”正在于那些细微的细节中，它的公共空间人性化设计向来被当成教科书般的示范，日式“小而美”何尝不是另一种极致的圆满？

■文 | 张晓雯 ■图 | 受访者提供



给残疾人用的不能装模作样

赵斌玮和穆知其实一直是交大出版社的编辑，给人以“学术著作出版人”的印象。因此，为制作《我还是喜欢东京》这本书，亲自采拍城市细节，还是他们七八年来第一次化身作者身份的尝试。标题中的“还是”令人玩味，不论人们对这座城的主观印象如何，客观还原一个真实的东京，正是初衷所在。

出发前，穆知在所有能搜到的地方，尤其是网友分享的攻略里都键入了关键词——“日本细节”，卫生间、公共交通的人性化设计已经被提及太多了，因此他们还去了许多超市、医院等公共服务场所，10天，早8点到晚8点，步行，五六千张照片，不用刻意去找，细节随处都在。

日本七福神之一的惠比寿，说的就是神话中最早的残疾人。残疾人是这个国家的王，任何一种公共空间，不变的共同点是齐备的弱势群体关怀设施。赵斌玮曾在日本留学、工作了六年，几乎走遍了东京的大街小巷，习惯成“麻木”，穆知仅以游客身份去过一次，互补搭档带着目的性重返东京，这种震撼感被重新唤起。

在电梯里，盲文不是装模作样的摆饰，而是具体化到每个楼层和转乘线路；在路上，长方形的电话线井盖上将鲜艳的点线条铺设得精准到位，与路面点线条的连接分毫不差，并不会造成中断；在公共电话亭，尽管实用性并不高，电话仍然被放在了低矮的位置上。墙边三角完美利用空间的婴幼儿专属座椅、松软如沙发而不是硬邦邦木板床的哺乳室、胖瘦有异所以大小不一的特殊轮椅……大概就是在日本，残疾人和婴儿的笑容总是最灿烂的原因吧。

便利店要真的便利

NHK电视台曾经拍过一部纪录片，叫《上海便利店之争》。是的，即便在百货业转型的今天，你可能还是没见过比日本人更钟爱便利店的了，便利店在日本，可以称为一种文化。路上走个100米没见到一间便利店，反而才是怪事。

B1食物，1F化妆品，2F女鞋，3F女装……也许不光是在日本，西洋百货店的范式保留了历史长轴中那么多城市现代化进程的影子，却不免同质。那么，便利店的空间布局或许才是日本人“小而美”的惯性思维：入口处左手边一般摆放杂志读物架及放冷藏食品的雪柜；迎门三排货架分别是日用品类、即食类及点心类；入门右手为收款台，旁边一般摆放热食；货架高度需要设计合理，中心货架不高于165cm，以免给妇女儿童带来不必要的麻烦……

创新型的便利店服务如寄信、复印打印、订票已经不是新鲜事了，最令赵斌玮印象深刻的是结账时候有一个筐，不要的小票可以直接扔在筐里；买烟之前，你需要操作的是按一个按钮，确认已满18岁。而穆知感到暖心的则是收银台和排队队伍之间的距离：“就像我们的取款机有一条安全线，他们地上有一条很可爱的脚印的形状，中间有距离，就不只是涉及到和取款、收银安全相关的，和生活相关的地方也都注意得比较好。”



小的文化拥有的力量

当你习惯抬头搜寻一座城市的设计感的时候，在东京，你应该做的不妨是低头看看脚下的奇艳。全日本超过6500种不同的井盖设计就像一个不同城市的名片，功用不同，图案各异。“这个附近有消防局，井盖上就有一个卡通的消防车图案；这一片是赏樱花的地方，井盖就有樱花的设计；这一片是名胜古迹，可能现在没有了，但它能在井盖上反映出来，比如东京原来是江户的历史记载。”赵斌玮说。

不论是“麻雀虽小，五脏俱全”的便利店文化，还是以小见大的井盖设计，小是美好的，日本人不光在公共空间中展现了他们的细心与贴心，也确在生活中践行着这种美学原点：一颗小小的和菓子，就融进了青草、明月、落日等大自然的时序轮回；嫌便当还不够小、不够精致，甚至出现了袖珍型的“便当手表”；指向厚重的书被做成文库本，大小刚好放进口袋……旅日作家姜建强认为，日本不常见宏观的艺术、科学史著作，他们的思维是不擅长宏观而整体的，或许，正是这种执著于细部的心理，才让个人生活与集体空间的匠心都呈现出让人会心一笑的暖意。

问答 Q&A

Q=生活周刊 M=穆知 Z=赵斌玮

予人关怀，细节之美

Q:其实国内的很多地铁空间做得蛮好的，也有一些艺术化的尝试，日本的怎么样？

M:上海市中心的地铁站，特别是新修的那几条线，还保留了能展现历史记忆的装置在。日本有个车站已经建站120年，虽然只是个很小很小的车站，但建筑风格和整体老旧的感觉依旧被保存的很好。

Z:我还是想讲细节方面的人性化设计让我最震撼。国内只会提示你下一站是什么，日本是，你要换乘什么线，坐哪几节车厢是最方便的，距离、时间是多少，都有。不论从哪一节车厢出来，目的地的卫生间在哪里，残疾人车厢在哪里，朝哪个出口走最方便，细化到这个地步。

Q:超市等公共空间的服务态度有什么特别的地方吗？

Z:按理说店员是看不到外面突然下雨的，那怎么会给我们买的東西套了塑料袋？我以前在日本打工，知道有一个东西叫隐语，是客人听不懂的，只有店员知道。比如，放一种特定的音乐。日本人服务的理念不是表面上的，不会给顾客添加任何麻烦，直接告诉顾客外面下雨了顾客会反感。

Q:从公共空间细节看出“小而美”的日式文化心理，你怎么理解？

M:很多书上都这么解读成日本民族不擅长宏观思维，但是我觉得，我们作为普通人，生活小而美就好了。这种解读，好像要批判他们不够有宏大的追求，我觉得其实也没必要这么想。最起码首先要让每个人生活得很舒适，对每个人有起码的关怀。

Q:为做这本书行走这一趟回来，对自己来说，最大的收获是什么？

M:考察完日本的细节之后，开始对我们自己的公共空间、公共设施特别敏感。上海作为大都市，很多硬件都是跟上的。很多残疾人设施，我以前以为没有，回来一看发现都有，如呼叫的帮助按钮等。但特别奇怪的是，基本上很少很少在公共交通上看到残疾人。这就涉及到一个问题，硬件跟上了，但配套的人性化服务还是有差距，大家不会想到这个是可以去安心使用的东西。

