

相关链接

要做“租赁大叔” 必须严守规定

虽然“租赁大叔”网的上岗大叔目前只有约80位,但这些年来,西本贵信大约收到有1万名大叔发来的简历。他非常谨慎地审查申请者的资料,因为他需要完全信任他的员工。更重要的是,网站许多客户都是女性,需要确保安全问题。

西本贵信亲自参与整个应聘过程,他有一套评判标准,好色、不修边幅、爱说教的大叔绝对不要,还严格规定了入驻“出租大叔”网的条件:

- 无犯罪记录;
- 必须公开自己的真实姓名和联系方式,提供身份证明;
- 禁止大叔与客户发生关系,发生这种情况的大叔会被网站除名;

若有客人做出奇怪的行为,跨越服务界线,大叔必须立刻制止,然后离开;

大叔可以保留自己的收入,但网站每月会向他们收取1万元日元入驻会费;

一年一签合同。

目前,西本贵信还没有收到客户对大叔的严重投诉,只是有一些大叔偶尔迟到,或者在谈话中有点厚颜无耻。

入驻“租赁大叔”网的大叔可以根据顾客需求,自行决定提供的服务种类,但严禁贩卖感情。西本贵信也向客户说明,“租赁大叔”网并非寻找另一半的约会网站。

租赁服务避免 馈赠文化压力

日本中央大学家庭社会学教授山田昌弘认为,租赁服务的兴起,部分原因是日本人对租赁服务持开放态度,这些服务在整个日本社会都很常见。

山田昌弘在上世纪90年代创造了“单身寄生族”这个词,指的是日本经济泡沫化期间,成年子女在完成学业甚至进入职场后,仍与父母同住以继续享用父母所提供的资源。日本社会出现年轻人在家里白吃白喝的啃老现象,进而形成晚婚或不婚的社会。

“日本人习惯了花钱享受舒适和亲密的服务。”山田昌弘说,“这就是为什么‘租赁人’的想法不会让人感到不安。”

同时他认为,租赁服务避免了馈赠文化的压力。日本传统的馈赠文化,在建立和维持人与人之间的关系的同时,也给日本人带来了压力。

每年7月中元节和12月的年末,日本人都要对家人或朋友馈赠礼物表示感谢。情人节这一天对许多女性来说也变成了一种义务,她们要给同事和朋友送巧克力当礼物。而在一个月后的白色情人节,男性也要回礼。

“这一切都是关于给予和索取。”山田昌弘说,“日本人形成了强烈的必须回报的意识。”当日本人向朋友求助时,这样的回馈义务就会困扰着他,有时使用租赁服务反而更容易。

每小时60元人民币 倾诉烦恼分享喜悦 日本流行“租个大叔”陪聊天



▲“租赁大叔”佐佐木多才多艺
◀“租赁大叔”田中(中)很受欢迎

大受欢迎的日本电视剧《宽松世代又如何》中,有一位专门提供陪聊服务的“租赁大叔”。日本近年流行这样的“租赁大叔”,很多在东京、大阪或京都等经济发展迅速、生活节奏快的城市生活的年轻人,每小时花大约60元人民币“租”一名大叔陪他们聊天,倾诉烦恼或分享喜悦。这一社会现象折射出日本独特的文化背景和社会现状。

懂倾听受欢迎 “租赁大叔”走红

“和同事山岸一起去见客户,事先告诉了他地址,但他还是迟到了。邀请他参加公司聚餐,却因为‘身体累’而拒绝,反而我被上司训斥了。最近和女朋友也相处得不融洽,朋友们工作都很忙。坐公交的时候无意中看见‘租赁大叔’的广告,在众人中选择了您,想找您随便聊聊。”

《宽松世代又如何》中的三位男主角坂间正和、山路一丰和道上万里部出生于1987年,在以“重视人性教育”理念为宗旨的宽松教育政策下成长,被称为“宽松世代”。电视剧讲述了他们在事业、家庭、爱情和友情中一边困惑,一边找寻答案并努力生活的故事。一位专门提供陪聊服务的“租赁大叔”麻生贵贯穿整部剧,他总是在主人公们有各种困惑的时候倾听他们的诉说,为他们出谋划策。

日语里的“大叔”是对中年男子比较亲昵的叫法,一般指三四十岁的男性。日本社会对大叔持有“发量少、油腻、脏兮兮、啰嗦爱唠叨”的刻板印象,尤其许多年轻女性更是对大叔怀有负面评价:穿着松垮的深色西装在电车上看漫画,饭后嘴里叼着牙签,总是爱对年轻人说教。

50岁的造型师西本贵信在某次乘坐电车的时候,无意中听到邻座两名女高中生的对话:“大叔油腻腻的,反正我是受不了了。”“是啊,从穿衣打扮到行为举止都令人讨厌呢!”原本也被归类到这类大叔中的西本听了女高中生的对话后又询问了其他人的意见,发现很多人对大叔持有不友好的态度。于是他暗下决心要挖掘大叔身上的优点,向大众展示大叔与众不同的一面。2012年他创办了“租赁大叔”网站,旨在重新“夺回”大叔的尊严。需求者可登录“租赁大叔”网,根据自己的喜好选择一个大叔,电话或网络预约都可,敲定见面时间。

大叔只提供陪聊服务,聊天内容也五花八门:有梦想成为偶像的女中学生,不敢对家人吐露自己的



■“租赁大叔”网站创始人西本贵信 本版图 GJ

心声,希望大叔帮忙判断自己是否适合走艺能这条路。有刚刚成为社会人的“职场小白”,还不能熟练地应付人际关系,向大叔寻求怎样和上司以及同事融洽相处。还有因为自己性格认生,平日有点不合群,私下没有任何朋友的办公室白领,想邀请大叔作为朋友一起去唱卡拉OK。甚至有父亲去世的年轻男子,想找回儿时和父亲一起去钓鱼的感觉,让大叔当自己的“代理爸爸”一起去干叶县钓鱼。

目前,在“租赁大叔”网正式注册的大叔约有80位,来自东京、京都、大阪和德岛等36个城市,其中有把“出租自己”当作本职工作的,也有只是作为副业的。他们现在和过去的职业也各不相同:工程师、金融人士、保险推销员、科研工作者等。据悉,每天有大约80位客户需要“大叔服务”。

西本创办的“租赁大叔”网引起广泛关注,不仅日本国内,甚至一些美国、法国等海外媒体都争相采访。西本在采访中表示:“在中国和韩国,父亲的社会和家庭地位相当高,子女对父亲也极其尊重。在欧美,中年男性也生活得十分考究:保持运动、定期旅游、热衷研究料理等。反观日本,大叔们在公司被上司训斥,回家被老婆孩子嫌弃。从世界范围内来讲,大叔社会地位如此之低的也只有日本了。为了打破这个现状,我们‘租赁大叔’网本着提高全日本大叔地位的想法,要抹去大众持有的陈旧的大叔观念,致力于打造帅气大叔的形象。”

在与客户聊天的时候,善于倾听的大叔更受欢迎。除非在某些特定场合,有些客户想要咨询或者寻求意见的时候,大叔可以根据自己丰富的人生阅历和生活经验帮那些涉世未深的客户出谋划策。大多数

情况下,大叔只需要倾听。一位很受欢迎的大叔木村表示:“很多人寻求这项服务可能并不是想要找个聊天的对象,只是想要一个倾听的对象,你只要表现得像个树洞就行。”

都市人压力大 希望找人倾诉

日本厚生劳动省《2016年国民生活基础调查》显示,“有烦恼但不倾诉”的人中,20岁到39岁占6.3%,40岁到64岁占8.5%,65岁以上占7.4%。虽然没有占据最大比重,但年轻人的孤独感这一问题也不容小觑。尤其生活在像东京这样生活节奏快、工作压力大的大城市里,年轻人的孤独、迷茫和空虚也与日俱增,引发一系列社会问题。

近些年,以推特和脸书为代表的社交媒体飞速发展,“虽然和很多人保持联系但依然孤独”,感到“社交网络孤独”的年轻人逐渐增多。据悉,大多数年轻人感到“社交网络孤独”的理由为:相比自己无聊却平淡的日常,在网上看到朋友们丰富多彩的生活而自卑,继而感到孤独。

26岁的由香说:“虽然在网上和很多人有联系,但是真正能理解我的人并没有。看到朋友按照自己的目标一步步努力、朝着理想慢慢靠近的身影,再看自己一事无成,没有得到任何认可,就感到一丝丝的孤独,不知道该向谁倾诉。”

在一次浏览网页的时候看到“租赁大叔”网的广告,此后由香就变成了常客。她兴奋地说:“不只是烦恼、喜悦和开心的事,甚至一些无法向身边人倾诉的事情也可以和大叔分享。和大叔聊天的时候,他会鼓励我做自己,切勿盲目和他人比较。现在我也有了自己的小目标,并且已经开始付诸行动了。”

随着泡沫经济破裂,日本经济不景气给就业带来巨大的影响:传统意义上的“终身雇佣制”的工种减少,打零工、派遣等非正规雇用的工种增加。经济冲击促使雇用多样化、流动化,同时产生很多新型自由职业。“西装革履、年功序列、尽职尽责、为公司奉献”的“日式铁饭碗”虽然依旧是日本男性为之奋斗的主流思想,但自由职业也润物细无声般地产生,并如火如荼地发展壮大起来。“时间相对自由,在努力赚钱的同时可以保证私人时间”,这是很多选择自由职业的人的心声。而选择将“大叔服务”作为自己本职工作的很多注册大叔表示,通过倾听客户的需求实现了自己的社会价值。

大叔石桥就是其中之一。他说:“之前在做与开发程序相关的工作,每天盯着电脑,很少和人交流,生活枯燥乏味。大学期间看了一些心理学方面的书,学弟学妹们都喜欢咨询我,听听我的建议。后来发现居然有‘大叔陪聊天’这种十分适合我的工作,于是立刻辞职应聘。现在我每天都期待和各种不同的人见面聊天,倾听他们的同时也满足我自己的心理需求,发挥自己的特长。感到自己被他人需要,实在是太幸福了。”

陪聊服务兴起 各类租赁出现

和大叔陪聊相呼应,最近日本也逐渐兴起大妈陪聊服务,最大的卖点是为那些只想对同性倾诉并得到共鸣的女性提供便利。例如在恋爱结婚、生养孩子、夫妻相处、婆媳关系等问题上,很多女性客户想要大妈站在过来人、前辈、知心大姐甚至是母亲的角度看待问题,帮她们出谋划策,提供解决方案。20岁左右的女性希望可以和大妈像母女一样逛街买东西,30岁左右的女性希望和大妈聊聊刚刚步入婚姻殿堂的困惑和烦恼,40岁左右的女性则希望和大妈一起吃顿午餐,聊聊孩子,吐槽一下老公。

在被问及为什么要选择大妈陪聊这项服务时,很多人的回答和大叔陪聊客户的回答相同:不想把自己的脆弱和不堪展示给认识和熟悉的人,想要在他们眼里一直保持积极向上的形象,反而把烦恼倾诉给素不相识的陌生人,心理上更加舒服一点。

除租赁大叔和租赁大妈外,日本社会还相继衍生出租赁家人、租赁亲朋好友等服务。因父母工作太忙无法出席孩子学校运动会而“租赁爸爸”和“租赁妈妈”,想要体验有哥哥的感觉而“租赁哥哥”,想要举办成人生日派对却无奈朋友太少而租赁一群朋友,这些看似荒唐的租赁服务却可以满足客户一切需求:衣服好、成功气息十足的“老爸”,知书达理、漂亮贤惠的“妈妈”,身高1.85米、长相帅气的“男朋友”,一群兴趣爱好相投、关系亲密的“朋友”。

每一种租赁服务的产生和兴起无不反映现代日本的一个社会问题:经济社会高度发达、国民内心极度孤独。日本社会中人与人之间的关系本来就是“君子之交淡如水”,加上网络的普及加速了人际交往的淡薄,有孤独感的国民尤其是年轻人不断增加。要改变这种现状,需要社会的持续关怀。 常博深