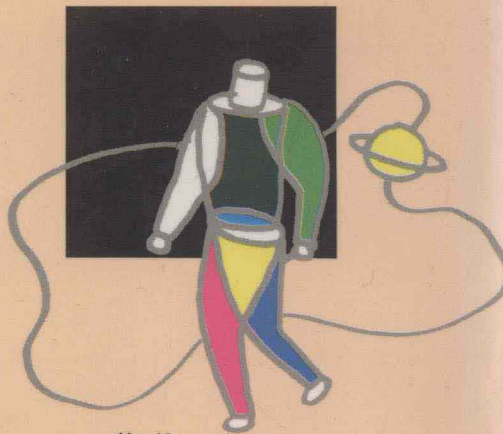


社會趨勢叢書
生活革命系列
現代生活研究室策劃

31



便利商店不分晝夜、MTV、個性專賣店、西門町僵化東門町興起：

在台北街頭觸目可見的生活流變，我們可用

Softwave 一詞來涵括、解釋。

軟體化現象並不限於資訊化、服務化，和價值觀的變化也攸關，
並聯繫著社會的各個層面。

軟體化革命，是生活革命最重要的線索。

軟體化 SOFT = WAVE 革命

日本博報堂生活綜合研究所／著
黃美卿／譯

了解生活流變的重要線索

□ 詹宏志策劃主編 □

社會趨勢叢書

31 軟體化革命 Software

社會趨勢叢書③①

軟體化革命 Softwave

原書／ソフトウェア
作者／日本博報堂生活綜合研究所
譯者／黃美卿
策劃／現代生活研究室

發行人／王榮文

出版發行／遠流出版事業股份有限公司

臺北市10714汀州路782號七樓之五

郵撥／0189456-1 電話／392-3707

傳真／341-0760

印刷／優文印刷股份有限公司

臺北縣土城鄉永豐路195巷29號 電話／262-2379

□1990(民國79)年2月16日 初版一刷

行政院新聞局局版臺業字第1295號

售價 160 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 ISBN 957-32-0327-8

《社會趨勢叢書》：生活革命系列

軟體化革命 Software

目錄

■出版緣起

■編輯室報告

■原序

第一篇 軟體化革命

第1章 軟體社會的四大特徵

二一

——Nobody→Everybody→Somebody

何謂「軟體化革命」／軟體化社會的形成

第2章 經濟與產業的軟體化

二六

——販賣物品→出售資訊，製造業→服務業

經濟軟體化的六個現象／日本社會的軟體化經驗／衛生紙風波的衝擊／經濟與產業的軟體化革命

第3章 軟體化的生活意識

四七

——追求流行↓回歸自然，嚴肅↓趣味

集體主義全面瓦解／沒有趨勢的趨勢／無界限主義／自然派主義／遊戲化潮流

第二篇 新女性主義

第4章 女性應該論的沒落

七七

——賢妻↓女強人，專業主婦↓兼業主婦

女強人正式抬頭／新女性主義的溫床

第5章 新女性主義素描

八九

——活動範圍無限擴大，有更多支配權的一羣

新女性的幸福與迷惑／現代主婦四種類型／主婦的軟體化現象

第6章

新女性與軟體社會

九九

——專賣店↓趣味商店，產品男性取向↓女性取向

工作女性新動向／打工主婦的7M變化／5S
感覺商品問世

第三篇 新中年主義

第7章

新中年誕生

一一七

——盲從↓堅持，男尊女卑↓男女平等

從一致到獨有／男性獨尊到男女平等／新的現實主義者

第8章

新中年的4E行動學

一二八

——家庭主婦與家庭主夫，強人與女強人並存

新中年「四E」／新中年的生活指南

第9章 新中年消費學

一三六

新中年購物行動／新中年購物形態／新中年購物場所／新中年眼中的商店／「新家庭」希望幻滅

第四篇 單身族的出現

第10章 獨身主義

一四九

——個體取代家族，單身及有偶旗鼓相當

外國月亮比較圓／一人總比兩人好

第11章 八種「非婚族」

一五七

——不受社會干擾，完全解放的非婚選擇

第12章 「非婚」引發的聯想

一六三

——嫁不出去？怪傢伙？同性戀？單身貴族？

各種年齡的獨居者／單身貴族與非單身貴族／

追求個人獨立的時代

第五篇 軟體社會的生活變化

第13章 高感度消費社會

一八一

——個人主義抬頭、個人生活價值受到重視，但

社會力卻削弱了

六〇年代：大眾消費社會／七〇年代：軟體社

會／「個人生活主義」定型

第14章 高齡化社會

一八六

——人生至少有八十年。除了工作，你怎麼打

發？

人口結構從金字塔型到鐘型／老人尋求自力救

濟／老人與年輕人互助共生／需求老人智慧的時代／「以前的老人」與「以後的老人」

第15章 高學歷社會

一九五

——兩個人中就有一名大學生，其中誰是主管？誰又是職員呢？

兩人中有一名大學生／窄門外的少數人口／「個人主義」與「平等主義」

第16章 高度資訊化社會

二〇〇

——資訊取得越來越容易，同時也變得越來越廉價，甚至造成互相殘殺

新媒體誕生／資訊與新媒體結合／資訊需求個性化

第17章 新消費觀社會

二〇五

——理智型購物與衝動型購物公然並存，有的「買情緒」，有的則是「買需要」

大眾的荷包縮水了／廿一世紀的選擇性消費／
Know-how取代社會地位財富／購物行動合理
化與遊戲化

第六篇 新都市生活主義

第18章 軟體社會的流行力

二一七

——萬眾流行↓個人流行，新沙龍主義盛行

迷你裙的流行力／流行潮短而小／個性化的暢
銷商品

第19章 軟體社會的都市流變

二二四

——鬧區↓郊區，大店↓小店，硬體店↓軟體店

動脈硬化的繁華區／市區大爆炸／六百公尺店
開張了／女性咖啡吧上市／氣氛商店行其道

第20章 軟體社會的商業機會

二三四

——單性商品↓兩性商品，一般性商品↓個性商品

私人公僕業興起／無界限的市場魅力／從高科技到純自然／新沙龍主義行業

第七篇 新商業主義

第21章 軟體社會的企業環境

二四五

——製造↓開發，戰戰兢兢↓暫停成長

成長神話的破滅／邊區小店與蟋蟀商店／暫停成長的浮萍人

第22章 新組織新領導

二五一

——紀律、效率↓創造、思考，古典演奏↓即興

演奏

廿世紀型體制／手續型文化崛起／開放式高感

度組織／既聯合又鬥爭的弔詭／新領導者：E

課長

結 論 軟體化社會的五個提議

二六一

——結果↓過程，血統↓共生，財產↓時間，模
仿↓創造，接納↓主動

從硬體到軟體化革命的演變／軟體化社會五大

提議

□ 詹宏志策劃主編 □

社會趨勢叢書

31 軟體化革命 Software

社會趨勢叢書③①

軟體化革命 Softwave

原書／ソフトウェア
作者／日本博報堂生活綜合研究所
譯者／黃美卿
策劃／現代生活研究室

發行人／王榮文

出版發行／遠流出版事業股份有限公司

臺北市10714汀州路782號七樓之五

郵撥／0189456-1 電話／392-3707

傳真／341-0760

印刷／優文印刷股份有限公司

臺北縣土城鄉永豐路195巷29號 電話／262-2379

☐ 1990 (民國79) 年2月16日 初版一刷

行政院新聞局局版臺業字第1295號

售價 160 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 ISBN 957-32-0327-8

《生活革命系列》

現代生活研究室策劃

軟體化革命 Software

了解生活流變的重要線索

出版緣起

王榮文

· 我們不能等所有的問題都爆發以後，才慌忙地來彌補錯誤……

· 我們的社會不再只有一條明顯的路，擺在我們面前的是多種可能的路……

· 我們必須主動地探索社會上正在發生、即將發生、或可能發生的結構性變化……

什麼是「趨勢」？我們把它解釋為「正在發生、即將發生、或可能發生的社會結構性變化」。

在這個解釋下，「趨勢」起碼有兩個特性：

一、隱而未顯的特性

「趨勢」(trends)不同於「事件」(events)，未必有一個明顯的「爆發點」；相反的，它是「滲透性的」。一點一滴地變，浸淫日久，才蔚為波濤壯闊的大變化——沒有用「長期的」眼光，不容易看到它的真象。

二、改變結構的特性

「趨勢」結極地改變了一個社會的結構，所以它的影響層面往往既深且廣。相對的，一個「事件」可能「短期的」帶來很大的衝擊，卻不見得在長期有影響力。譬如，一個巨型的經濟犯罪可能造成數以千計的受害者，立時成為整個社會注意焦點；但另一個生活情調改變的趨勢，卻可能兵不血刃地瓦解某一個產業的存在價值，進而影響了數以十萬計的就業人口，而不為社會所注意。

因為「趨勢」有著這兩種特性，我們覺得一種新觀念的「趨勢研究」的推進與發展已屬刻不

容緩。更好細地說，因為趨勢對整個社會的影響既深且鉅，我們不能等所有的問題都爆發以後，才慌忙地來彌補已犯的錯誤。又因為趨勢隱而不顯，一種針對趨勢觀察的研究方法必須不斷地開發與推展。

遠流出版公司的《社會趨勢叢書》可以視為這一類努力的一部分。

《社會趨勢叢書》希望透過本國著作與外國譯作兩類專書，推廣「趨勢研究」的觀念與成果。一方面，從研究結果中得到對未來的社會發展有一些認識與準備；另一方面，則從研究的方法中歸納出「趨勢研究」的種種可能途徑。

因為社會結構變化的來源是複雜的，所以這套書的內容也就顯露了它的複雜性。有時候，它討論技術變革；有時候，它討論生活方式的改變；有時候，它討論人口結構的變化；有時候，它討論價值信仰的興迭……這些內容看來主題互不相干，但事實上都是社會趨勢的源頭。如某我們清楚地看到它們對社會所發生的底層革命，就知道這些廣泛的論題是指往同一方向的。

《社會趨勢叢書》的構想，在臺灣，可能是前瞻而富於風險的；國內此類的研究者也太少，使我們無法一開始就以很大的規模進行。目前，我們先計畫每年出版十二種；以後再逐步增加。叢書的主持人，我們邀請到詹宏志先生。他不但是國內從事此類研究或寫作最早的人士之一，也被認為是國內趨勢研究有所成績的研究者——我們相信他是適當的人選。