

后现代多面睇系列之二

后现代「NET 人」的社会与社群

作者：叶智仁

作者撰写本文时，为加拿大温哥华西门菲沙大学（[Simon Fraser University](#)）传播学院传播学哲学博士候选人，研究兴趣包括青年学、普及文化和文化研究、广告营销与消费的社会问题、中西跨文化传播、基督教伦理等。

本文刊登于《时代论坛》第 792 期，2002 年 11 月 3 日，后现代多面睇系列之二。分题为《时代论坛》编者所加。协助提供该系列稿件者：张国栋，《后现代文化与基督教》（香港：FES Press, 2002）编者之一。本系列之一、三、四

[繁体 PDF 档下载](#) | [简体 PDF 档下载](#) | [观看简体 html 档](#)
[版权声明](#)

蔡元云医生等人在其近着《进入 NET 人新世界》中指出，新一代是全天候的媒体用户。书中详尽的调查资料给八、九十年代出生成长的香港人作了一张素描画，进一步揭示传媒环境和信息世界怎样影响年轻人的精神面貌。《突破》同工们称呼这一代人为「NET 人」，大抵上这是要告诉我们，以多媒体网络世界的发展来概括二十与廿一世纪之交的青年成长特征的想法，起码不会走错方向。

大众世代终结时

无可否认，网络已逐步影响未来的商业、消费、教育、娱乐、通讯、工作方式、日常生活习惯、友谊联系和自我认同等领域。展望未来十至二十年，「NET 人」置身的世界跟以往的将会有很大分别，预计不是程度的不同，而是本质的改变。「NET 人」新世界的政经环境将循序朝向「数字经济」发展，而文化取向则往「后现代」的国度伸延。

再具体一点，在商管世界，流行的观点是「消费文化的板块」已经在移动，而背后的推动力是经济和科技。日本新力（SONY）行政总裁出井伸之，就多次在商业领袖的演讲会上，把网络的出现比喻为六千五百万年前忽然冲向地球导致恐龙绝种的陨石。他预警，今天高速因特网的诞生，同样会导致商界翻天覆地的气候变化，工业经济时代的「企业恐龙」有可能会因此消失。

他举例，旧经营模式的唱片业已被因特网的「流星雨」MP3 打得遍体鳞伤。这显示出，在网络经济上，获利不靠单位价格利润的上升，而在乎使用者

数目的增加，因此网上免费下载产品会大行其道，以增加其电子闸门（portal）的人流。在消费文化上，大众划一时代将告一段落。网络促使消费和服务更个人化，富弹性、自由组合、全天候廿四小时的消费模式更受欢迎。更特别的，在网络上，消费者会经常扮演生产和消费合二为一的主动角色，即未来学家托夫勒称的「产消者」（prosumer）。多人在线集体角色扮演电玩（On-line RPG）或「泥浆」（MUD, multi-user domain）就是一个好例子，参与者享受的电子历险旅程，就是由几千位互动消费者共同生产的。

浪迹于虚拟的江湖

又或转转角度，以法国思想家布希亚（Jean Baudrillard）的人文学观点看：我们正处于一个拟象时代（age of simulation），引发社会剧变的巨大「陨石」是全球媒体和电子科技。陨石的出现划破「现代」静寂的长空，因之我们得以窥见「后现代」的光影世界，当中虚拟（virtuality）与真实（reality）并存，兼相互呼应。拟象的世界就是一个由信息、符号和影像自行生产真实的空间，而计算机科技是进入「虚拟真实」的媒介。在网络虚拟的维度，时空框架变得无足轻重，距离与社交亲密度不一定成反比，因为在卫星和光纤构筑而成的电传宇宙（telecosm），一切地理疆域仿如就在隔壁。环抱「地球村」的网络是一种新的「有机」地理概念，是一种连结（linked）的「后现代」集体意识。要进一步明白这点，上述提及的多人网上电玩可借来浅释一下。

近年来，联机网上玩意在华人世界中，已缔造了好几个「虚拟江湖」或「虚拟武林」。每天，不少来自香港、台北、上海、新加坡、多伦多、温哥华、加州等地的青少年都喜欢到那里浪迹天涯、结识英雄豪杰、行侠仗义、练功寻宝、比武对打、甚或发展凄美恋情……。跟昔日电视黄金时代，全城追看侠打连续剧的景况差不多，电玩者一旦投身虚拟江湖之旅，他们也往往需要花上现实世界的好几个星期或几个月去「追看」。但不同之处，七十年代的电视观众是各自袖手旁观地欣赏，而今天的电玩群众则既要主动参与人物和剧情的塑造，同时也要等待互动连锁效应下集体创作故事的最终结局。这显示出，网络的流行进一步达成「后现代国度」的去中心化趋势（de-centering）。网络娱乐信息的传播不再是由一个中心源点操控和幅射出去。若从社会功能的层面来说，网络游戏的真正吸引力和价值是互动的自由和达成「全球化部落」（globalized tribes）的沟通而得的喜悦。

网络心理的新瓶旧酒

正如突破机构网络监制梁柏坚指出，网络跟以往传播媒体差异的关键是，它可以把所有在计算机背后操作的人连合在一起，而分散各地的同路人在当中可组成自己喜欢的拍档。换言之，链接为群体就是网络这玩意儿的精髓。

部落和群体为人带来归属感和伙伴感，这也是为甚么在多人网上游戏中，商业设计者会强调武功门派、帮会和特工队伍等群体象征。一方面，这是为了增加角色扮演的认同感；另一方面，不同派别有助聚集不同性格和喜好的游戏伙伴，让游戏者更易找到网上或网下志同道合的网友和倾谈对象。把这个商业

的「公开秘密」说得坦白一点，虚拟的小圈子关系就是网络世界共通共乐的附加价值。

然而，我们不可小看这所谓的「附加价值」，因为在后现代消费社会，新一代在网上网下，有意无意，也一直寻找它。正如柯子明在《后现代文化与基督教》这本结集中的一篇文章所强调，新一代仍旧需要关系。他提醒我们，青少年渴望的不独是被娱乐（being entertained），更是渴望投入（being engaged），渴望与人结伴。

掀起后现代网络社会和网络文化的面纱，「NET 人」世界的新趋势新环境真可教人头晕目眩。但是，不要忘记，从创世开始，人类的社会和文化至终仍有一部分是历久常新的。温故知新，这部分你我都可以明白，也应该用心去明白。

基督教在线中文资源中心(OCCR)版权所有©2003

OCCR 鸣谢文章原作者及《时代论坛》编辑允许在网上发表本文。原文刊于《时代论坛》第七九二期，二〇〇二年十一月三日。

读者可免费 download 本文作个人或小组阅读及研究，唯必须全文下载，包括本版权声明，并在引用时声明出处。引用方法及中文文章版权详情及来源可参

<http://occr.christiantimes.org.hk/introduction/citationandcopyrights.htm>。

本文网址 http://occr.christiantimes.org.hk/art_0029.htm

OCCR 网址 <http://occr.christiantimes.org.hk/>

[繁体 PDF 档下载](#) | [简体 PDF 档下载](#) | [观看简体 html 文件](#) | 本系列之一、三、四