

# 新人类——酷的一代

关注新人类世界  
关注新生代成长  
关注社会的发展

主 编 张鲁卿 孟昭强 唐 汉

编 委 (以姓氏笔画为序)

江 斌 朱保起 李 英 李文荣

杨 秀 张永福 张鲁卿 孟昭强

赵淑云 高 敏 唐 汉 董 霞

民主与建设出版社

# 前 言

“新人类”是现代富足社会的产物。他们出生于20世纪70年代之后，成长于80~90年代，他们没有经历战争、饥饿和瘟疫，他们受到正常的教育，享受富裕的生活，感受飞速发展的技术文明，他们以不同于父兄的方式成长，以自己的方式影响这个时代。“新人类”已开始产生，这或许标志着当代青年成长的一种趋势。

远离主流和标新立异永远是“新人类”面向世界的宣言。对主流社会的反叛，心灵荒原的宣泄，伊甸园里的变奏曲以及物质海洋和文化沙漠，都影射出“新人类”永远的别具一格。消费主义文化的盛行给“新人类”的成长提供了合适的生存空间，对自我的高度重视和对他人的尊重与漠不关心，被掩藏在“新人类”冷漠的表象下。他们是精致文化的拥护者，他们喜欢高档，喜欢名牌……

“新人类”对信息首先表现出一种工具狂热，对于每一种信息的媒体和载体，他们都表现出了比信息本身更大的兴趣……

“新人类”这个话题，随着渐次富足的社会和国人对青少年教育的重视而越发引人注目了。通过了解他们敏感而可塑的心灵，可以帮助我们把握时代跳动的脉搏和社会前进的节奏。关注新人类世界，其实也是在关注新生代的成长，关注社会的发展。让我们共同来解译“新人类”并好好地把握住时代的发展吧！

本书编委会  
2003年10月于北京

# 目 录

第一章 新人类的宣言 .....	( 1 )
第一节 怪异的一代 .....	( 1 )
一、富庶、乐观族群 .....	( 1 )
二、消费族群 .....	( 6 )
三、图像族群 .....	( 9 )
第二节 新人类与传统人类 .....	( 13 )
一、牛仔裤、中山装 .....	( 13 )
二、蟋蟀与蚂蚁 .....	( 17 )
三、不一样的价值空间 .....	( 20 )
第三节 良知冷漠：英雄主义的失落 .....	( 25 )
一、三子主义：车子、房子、妻子 .....	( 25 )
二、自念时代 .....	( 30 )
三、我拿青春赌明天 .....	( 33 )
四、世纪的“精神复苏” .....	( 40 )
第二章 新潮流的“宠儿” .....	( 44 )
第一节 精致文化的“伯乐”品牌消费 .....	( 44 )
一、消费不浪费 .....	( 46 )
二、PVB与氧吧 .....	( 48 )
三、“保龄包”一族 .....	( 49 )

四、“MTV”女士，“染色体”一族.....	( 50 )
五、来吧，来吧，相约酒吧.....	( 50 )
第二节 玩出感觉：不会玩非我族.....	( 53 )
第三节 城市面孔 青少年一族.....	( 66 )
一、TG一族.....	( 66 )
二、Rock一族.....	( 69 )
三、追星一族.....	( 88 )
第四节 走自己的路：只要我喜欢.....	( 94 )
第三章 传播上帝.....	( 103 )
第一节 资讯人与资讯.....	( 103 )
一、新人类使用媒体实现自我社会化.....	( 103 )
二、资讯——进入特定朋友群的护照.....	( 106 )
三、多媒体人.....	( 111 )
四、新人类对资讯的态度——宁可没用，也要有.....	( 116 )
第二节 出版新趋——新人类精神快餐.....	( 121 )
一、畅销书.....	( 121 )
二、多媒体时代的“书”文化.....	( 130 )
三、大众传媒与新人类的互动.....	( 135 )
第三节 电脑主导的时代.....	( 139 )
一、网络游戏中的集体幻象.....	( 139 )
二、网络爱情.....	( 146 )
三、警惕电脑犯罪.....	( 162 )
四、网上娱乐：让你一辈子玩个够.....	( 170 )
五、穿越时空的演奏与歌唱.....	( 176 )

第四章	“你不可改变我”——新人类的自我追寻.....	(184)
第一节	新人类的生活方式.....	(184)
一、	“文化打工族”与准歌星.....	(184)
二、	时尚潮流的魔鬼词典：.....	(188)
三、	新人类——永远的别具一格.....	(201)
四、	垃圾食品：大众情人与速食文化.....	(207)
五、	新人类——“麦当劳”化的年轻一代.....	(209)
第二节	心灵旅程：情感的慰藉.....	(214)
一、	新人类与“示爱”的游戏.....	(214)
二、	新人类的自慰——爱情流行曲.....	(219)
三、	心灵的通道——琼瑶言情小说.....	(225)
第三节	伊甸园的变奏曲：新人类婚恋观.....	(231)
一、	阴阳裂变：都市独身族.....	(231)
二、	新同居时代.....	(238)
第五章	沙漠？海洋？——新人类的文化底蕴.....	(251)
第一节	文化工业与现代消费.....	(251)
一、	物质的海洋与文化的沙漠.....	(251)
二、	快餐文化之一：大众文化.....	(260)
三、	快餐文化的悲泣.....	(268)
第二节	新霞暮云：新人类的文化思考.....	(274)
一、	新人类的非理性宣泄.....	(274)
二、	后工业时代的恐慌.....	(282)
第三节	文化的收支平衡.....	(291)
一、	游戏机文化.....	(291)

二、“酒吧文化” .....	( 296 )
三、流行歌曲文化.....	( 304 )
第四节 美貌神话的变体.....	( 309 )
一、整形创造美？ .....	( 309 )
二、美貌乎？痛苦乎？ .....	( 313 )
三、美发减压？ .....	( 319 )
第六章 花明柳暗：新人类误区.....	( 325 )
第一节 情人潮：另类的呼声.....	( 325 )
第二节 同性恋：病态欲望的苦海.....	( 343 )
第三节 毒品：刀尖上的舞蹈.....	( 362 )
第七章 晨光羲微：处处新人类.....	( 373 )
第一节 界线消失的社会：香港.....	( 373 )
一、多元选择：单一口味.....	( 373 )
二、阶层无界线、性别无界线.....	( 377 )
三、两性革命.....	( 380 )
四、注意力、普通话与口头禅.....	( 383 )
第二节 东京新人类的秘密.....	( 387 )
第三节 中国内地的新人类.....	( 401 )
一、迷惘的新生代.....	( 401 )
二、两栖人物的新人类.....	( 404 )
三、新人类趋势.....	( 409 )
第四节 美国年轻人的情结.....	( 416 )
一、美国年轻人告别约会.....	( 416 )
二、美国的现代“原始人” .....	( 419 )

# 第一章 新人类的宣言

## 第一节 怪异的一代

### 一、富庶、乐观族群

在不同的时代、不同的国家，总会出现不同的青年群落，他们敏感而可塑的心灵总是最先触摸到时代跳动的脉搏和社会前进的节奏，这使得他们在某些方面比其父兄更能体现出时代的特征。

20世纪60年代，几乎是全世界都感受到了青年的力量。那个时代的西方发达国家，社会物质丰富，青年精力旺盛。当中国青年把“造反派”作为自己的共同名称时，西方青年的脸上竟神奇地写着类似的表情，他们愤世嫉俗，叛逆不羁；他们崇尚英雄：毛泽东、格瓦拉、金斯堡、马丁·路德·金、鲍勃·迪伦等是他们心中最光辉的名字；他们热衷政治，自信有改变社会的力量。当时的中国青年投入“文革”，美国青年反英抗暴。那是一个科学技术给社会带来革命性进步的年代，而生活在那个年代的青年也浑身充满了力量感。

可是，当青年发现世界终究不是激情所能改变的时候，他们失望了，但是他们依然需要发泄，因为他们仍然充满了力量。于是，嬉皮士产生了，怪异的发型、破牛仔裤、文身、摇

滚乐、迷幻剂是他们的标志，既然这个社会不接受他们的改革，他们就要抛弃这个世界。他们喜欢骑着哈雷摩托呼啸而过，他们喜欢居无定所，四处流浪，他们陶醉于性爱之中。1969年在美国纽约州的一间农场举行的伍德斯托克音乐节则是嬉皮士最盛大的庆典，整整三天三夜，50万青年冒着滂沱大雨在泥泞中参加这个露天摇滚音乐大派对，这种公社化的大聚会把嬉皮士的理想——“爱与和平”表现到了极致。

随着20世纪60年代的消逝，人们走进了没有什么意思的70年代，电脑的普及应用、信息的膨胀、社会分工日渐细微、对高度专业化人才的大量需求、不制造有形产品的服务业在社会中地位越来越重要，这些东西在使青年日渐富裕的同时，也在一点一点地消磨着他们的激情，他们关注的世界越来越小。嬉皮士蜕变了，他们和自己的小兄弟一起变成了一个全新的青年部族，人们模仿嬉皮士这个称呼给他们起了一个新的名字，叫雅皮士，而他们昨日对社会的所有愤怒在今天只剩下了西装下面偶尔会出现一下的胶鞋和牛仔裤。

进入80年代，信息对人的包围与侵略成了社会的主要特征，他们的生活节奏加快了，成长中的青年与机器交往的时间大幅度增加。这一系列的时代特征使得这个时期成长起来的青年与过去又有了很大不同，只是像嬉皮士那种得到全世界认可的界定已经很难出现。

当然，许多学者和专家也在试图总结这一时代的青年，在这些人中，以日本作家 屋太一发明的“新人类”一词最为深入媒体。尽管这是一个日文词汇，但不用翻译，中文读者也能对其含义了然于心，在香港、台湾等地都为“新人类”实行拿来主义，照直搬用。按照 屋的解释，“新人类”应该出现在比较富庶繁荣的大都市，在日本、美国、欧洲、香港，都有

“新人类”的出现和存在，同物质的富足相对应，“新人类”更依赖文化的发达和社会的开放。所以，在十分富有的沙特、文莱等国，就无法产生“新人类”。“新人类”在各个国家出现的时间早晚不一，在日本，屋太一给出的时间划界是1965年以后出生的年轻人。“新人类”是现代富裕社会的产物。当社会发展到某一阶段时，新人类便随之出现。中国内地近年来推行改革开放政策，经济较从前富裕多了，人民的思想随着经济的发展步伐，以及跟外国的频密接触，也产生了相对的变化。某些地区的年轻人甚至出现“新人类化”的趋势，逐渐拥有“新人类”的心态和思想。《中国青年报》曾发表一篇对湖北省阳新县郝矶村的调查报告，显示由于生活方式的变化，农村年轻人的思想观念也有了转变，例如：1．从业观：积极从事第三产业；2．竞争观：提高服务品质以吸引顾客；3．效益观：省时重于省钱；4．消费观：在吃喝玩乐上面舍得花钱；5．审美观：衣着色彩及款式起变化；6．国土观：热爱旅游；7．社会交往观：能与外地人和谐相处（中国人向来十分排外）；8．婚姻恋爱观：注意感情融洽；9．人才观：重视儿女教育。此外其他省份的调查显示，大陆年轻人已普遍认同“快节奏的生活方式”、“个人奋斗是主要的因素”、“竞争是必须存在的”、“物质生活享受是最幸福的享受”等观念。我们统称年轻人的这种转变为“新人类化倾向”。虽然在中国内地尚不具备“新人类”生长的普遍土壤，但在物质环境较优越的大都市，如北京、上海、深圳，“新人类”已经开始产生，他们没有经历过战争、饥饿和瘟疫，他们受到正常的教育，享受富裕的生活，感受飞速发展的技术文明，他们以不同于父兄的方式成长，以自己的方式影响这个时代。

“新人类”是现代新游牧民族，记不记得从前历史课本出

现过“游牧民族”一词？他们牧牛放羊，逐水草而居，到处流浪漂泊。感觉很遥远？很神秘？你是否知道，其实新人类就是一种“游牧民族”。不过，他们追逐的并非水源和青草，而是职业和金钱！新人类绰号“新游牧民族”，在美国、日本、中国台湾等地，新人类的居住流动率确实高得惊人。在这些国家和地区里，新人类为了升读大学，不断从较偏远的家乡涌入繁华的都市（例如东京、纽约、台北）。大学毕业后，为了合适的职业和优厚的薪金，随之留在都市内，或搬迁到另一个大都市（例如华盛顿、大阪、高雄）。于是一群群“逐职业而居”的新人类便出现了。他们远离家乡，单身在都市谋生活，甚至愿意为了更佳的发展机会而移民外国。许多时候，他们在都市或外国成家立业，一年只有几天假期回家乡探望父母亲。“新游牧民族”由于流动率高，人际关系自然不深厚、不紧密。今天还是你的邻居，明天却变成数千里外的“旧朋友”了。要培养感情，谈何容易。“新游牧民族”相信只有自己才可靠，在某地不如意，便可远走高飞，到另一个地区求发展（有时候不惜抛妻弃子！），这种情况，术语叫“原子化”，即人人都被割离，人人“独立”成为游牧孤儿！

谈到这里，你该对新人类有如下认识了：新人类是这样一部分年轻人——在20世纪70年代以后“新社会”中成长，拥有特殊的新思想、新经验、新哲学、新眼光，跟父母辈完全不同；新社会是个富庶繁荣的社会，故新人类是个“富庶族群”，拥有乐观冒险、消费享受主义、讲究快速效率、功利主义、组合创造主义等性格及精神，新人类将投入社会建设，是社会的未来主宰者，故他们目前所想所思，将直接影响社会的未来发展趋势。因此，若你并非新人类，仍请尽量了解他们；若你就是新人类，便更须了解自己！

新社会的最大特点就是富庶，一切显得全无匮乏。世上尽管仍存在着饥荒、战乱及许多不幸，但整体来说，自二次大战后，世界各国都在不断进步中。经济起飞了，科技发达了，社会繁荣了，人类一直向着富庶前进。世界的资本像滚雪球般愈滚愈大，从欧洲到亚洲相继涌现大大小小的富庶城市。另一方面，二次大战后世界人口急剧膨胀，产生所谓“战后婴儿潮”，这些幸运儿在“形势大好”的环境下成长，随后便投入并推动了社会的发展。到了60年代后，世界各个大都市正式巩固建立，地球洋溢着一片繁荣景象。在60年代以后的富庶环境下成长起来的年轻人，属于“富庶族群”。富庶族群具有以下特点和思考逻辑：1．乐观，凡事充满期盼及活力；2．强调消费享受，而且是感性消费；3．讲求快速高效，瞬息变化万千；4．功利主义及个人主义，以金钱作为人生目标；5．模仿力、创造力、组合力强大。

新人类是快乐的动物！快乐，因为他们乐观，凡事往好处看，就算有不幸事，亦大大减轻其悲剧色彩。新人类绝对有理由乐观，他们生长的社会，经济是富庶的，科技是发达的。他们从出生到长大，耳闻目睹一切都在急剧进步中，到处充满着希望与机会。现代都市根本就是“机会之城”，让大家均能往上爬！上一代则不然，父母经过30年代以来的全球动乱，亲身体会过饥饿与战乱的苦味，故其观点充满了灰色格调，担忧一切生活疾苦，即使在现代安定时期，亦未能摆脱以往的危机感。不同的观点，表现为不同的行为，父母行事必小心翼翼、必节俭克勤、必强调长远危机，因为他们的角度是悲观的，因为他们的经验是悲观的。而新人类呢，则胆大妄为、冒险犯规、挥霍豪爽、想做就去做，他们是乐观的。有许多现代社会问题，其实均跟新人类的乐观性格有关。例如犯罪数字剧增，

或许因新人类的乐观兼冒险，低估了被捕机会而大胆犯罪；又例如家庭纠纷增加，或由于两代的悲观与乐观性格不同所致。当然，新人类的乐观亦同时推动了资本主义社会。大家敢作敢为，令社会充满力量；大家冒险好胜，令投资活动繁荣昌盛；大家“凡事往好处看”，减低了一些社会问题的心理压力。“水能载舟，亦能覆舟”，新人类的乐观与活力，好则有助社会，坏则扰乱社会，必须视其宣泄方向而定。

## 二、消费族群

如果让新人类和传统人类站在一起，他们几乎没有相似之处，但如果要问两者之间最大的区别是什么，答案只能有一个：消费态度。

对于传统人类来说，消费只是维持生存的一种手段。面对越来越丰富的商品，他们总是显得无可奈何，他们并不明白许多同类商品之间的细微差别到底意味着什么，他们可能拥有最好的电视，却从来没有用过“丽音”和“画中画”的功能，而更多的东西在他们眼里根本就是没有用处。传统人类就是有钱，也时常陷入“选择的困境”，有钱也不知道怎样将钱高质量地花出去。

可是新人类就不同了。他们生活在一个物质日趋丰富的时代，中国不断成长的消费文化正好和他们的成长同步，所有产品的营销诉求几乎都是针对他们的趣味。在这样的环境中，他们不再像自己的父辈那样总想让自己的生命给世界留下点什么，他们想的更多的是从这个世界得到点什么。

在生产——消费——再生产——再消费的社会逻辑下，新人类自小即被灌输了消费主义，一切强调立即享受，马上消费，否则就是浪费人生。在消费社会里，到处是供人挥霍的消

费品，不断地推陈出新，形形色色，任君选择。而且这些消费品都是寿命短促的，很快便落伍和不流行，令你必须弃旧而换新。甚至，这根本是个“用后即弃”的时代，从纸杯碟、纸尿裤，到衣服鞋袜，全部都是只有即生即死的“商品生命周期”。为了配合消费主义，钱币流通量必须方便迅速，故有大量推行的信用卡、电子货币等玩意儿。新人类是消费动物，生活的内容全以消费享受为主，以至其人际关系及思考方式，均如大量消费一样：快速、变化大、功利计较、感情淡薄、可随时替换。在父母辈眼中，新人类简直是“败家仔”。新人类给人留下的第一个印象是消费。他们给人留下的最深刻印象也是消费。

人们最容易在各种流行的消费场所看到新人类的身影，比如在一些价钱不菲的运动服装专卖店、各种独具情调的夜店、电子游戏厅、运动场所、一些很“小众”的俱乐部以及许多只有他们才知道的地方。

在不了解新人类之前，说起消费，人们容易想到的是那种一掷千金、纸醉金迷的荒唐行为，只有认识了新人类，人们才会对消费本身有了不一样的认识。新人类通常没有很多钱，但他们有足够多的关于消费的知识，他们会不停地进行关于消费的思考，还有，他们对于搜索自己喜爱的消费品具有无比的耐心，他们会把每一个铜板用在自以为最有品味、最有质量的消费上。

新人类的消费主义有一大特色，那就是：强调“感性消费”！当你选择一家餐厅吃晚饭时，若考虑因素并非食物味道的好坏，亦非食物价钱的高低，而是餐厅的气氛、餐厅的布置、餐厅的名气，以及别人的观感等抽象因素，那么——这就是“感性消费”。因为，你根本不是在消费食物，而是在消费心中的无形感受。要生意好，绝对不能单纯地出售好的商品。

你必须同时出售好的商品包装、好的店面气氛、好的广告形象、好的名牌信誉。只有如此，才能抓住新人类的心。美国一位行销专家说过：“假如不从感性消费的角度入手，便根本无法了解现代人的消费习惯”。由于富庶，新人类不会再斤斤计较商品的售价了。只要能够抓住他们心中的感性需求，便可大赚特赚。故一枝设计精美的铅笔，便卖100元；一家装潢前卫的发型屋，收费比别家高出3倍；一种被赋予粗犷牛仔形象的香烟，销路一直领先；一种广告形象载歌载舞的汽水饮料，赢得年轻人的一致认同……这都是“感性消费”的结果。新人类的消费习惯是“用后即弃”的，感性消费更是如此，商品必须不断换新，才能保持对新人类的吸引力。

新人类这个概念本身就意味着消费的丰富与多元。如果说一定要对他们的消费行为有一个界定，或许可以概括出下面一些特征。

他们是精致文化的拥护者。他们永不会让头发不加整理地出现在别人面前，不会只有一条皮带，对服装的区分还不只是休闲服和运动服这么简单。比如看足球，他们一定会穿上自己拥护的球队的队服；如去夜店，他们的穿着一定会适合那种鬼影（或魅影）攒动的气氛；如去海边，他们一定会把自己装扮成阳光少年。

他们最怕和别人不一样，但更怕和别人一样。就拿牛仔裤来说，当别人穿“Lee”穿“苹果牌”时，他们一定要穿“李维氏”；如果别人都穿起了“李维氏”，他一定要穿“501”；如果“501”也无法出位，那只好再去找纪念版，找“BIGE”。

他们消费各种与原始功能无关的附加值。比如说，在买下一部几千块钱的手机之后，他们会再花几百块钱买最好看

的皮套和可以更换的彩壳。比如说，在买下一部摩托车之后，他们会舍弃最有用的尾箱，而安上一根没什么用处的金属天线。

他们喜欢高档，这自然不需要理由。他们也能迁就低档，因经济条件时常不允许他们面面俱到，但他们绝对讨厌中档，因为这样做既不能满足消费的欲望，又要花费不多不少的钱。

他们不怎么积蓄，因为他们无法积蓄。在一笔收入尚未进账的时候，他就早已规划好了它的用途。当然，偶尔也会看到他们省吃俭用去存钱，但过了不久，你就会发现，他们的手中多了一件足以炫耀的东西。

### 三、图像族群

除了简单的辞典外，新人类几乎不必接触或驾驭任何文字。新人类的思考速度、生活速度、做事速度，全部要快！“快”的根源，来自资讯科技的发达。自60年代开始，资讯科技一日千里，瞬息万变。电子工程及电脑工程使人类的大脑无形扩大了1000倍，可容纳和处理无限量的资讯。人类突然发现从前的资讯不够用了，从前的步伐太慢了，于是如饥似渴地创造新资讯来配合科技的急速发展（这或许是个悲剧，因为本来该以科技来配合资讯，现在反客为主，人类盲目追求资讯来配合科技）。现代社会进入了资讯时代，每分钟每秒钟都有新资讯涌现（报纸、杂志、电视、广播、电脑软件等等所承载的消息），整个地球面临“资讯爆炸”！要应付资讯爆炸，人类便须一切讲求效率。于是，“快速主义”成为习惯。讲求效率令做事数量增加不少，但亦会带来副作用。比如说，所谓“快”就是在最短时间内完成最多的事情，故其毛病便为片面、浮

浅、被动。你已无时间再作深入细致的思考，一切都要囫圇生吞，不求甚解。所以新人类往往是被动的，易受掌握资讯的大众媒体所控制。新人类的思考方式也是片面的、浅薄的，像古代的伟大思想家已难再出现，故曾分别有人用“速食文化”、“卡片文化”、“光碟文化”等词来形容现今的社会。

新人类讲究快捷速度，他们的娱乐、生活，以至教育均须节奏加快，稍为缓慢便受到排斥。商业电影，不论是鬼怪片或文艺片，均要节奏轻快；电视节目，更是镜头、对白、内容全都推展迅速；流行小说，主题起伏急速；就连老师讲课亦须掌握节奏以吸引学生。而要达到快的目的，最佳辅助工具则为图像，眼睛能实实在在的看见的图片影像！父母辈的思考和沟通工具是文字；新人类的思考和沟通工具则是图像。文字的特点是必须经过大脑思考及处理，好处是细致深刻，坏处是速度慢；图像的特点是透过眼睛直接刺激感官系统，较讲求感官作用，不太需要大脑的深入分析，好处是速度快，坏处是粗枝大叶，由于父母辈是“文字族”，故其思考方式是细致的、深远的、缓慢的、完整的，而人际沟通易于久远；新人类是“图像族”，其思考方式是粗略的、片面的、快生快灭的、直接刺激的，而人际沟通浮浅短暂。新人类自小在图像环境中成长，感官系统不断受到强烈的冲击，使神经变得越来越麻木，需要越来越强烈的刺激引起快感（新人类的情绪亦异常强烈）。故现代电影、音乐、文学等一切均极尽刺激之能事，务求满足新人类的感官享受需求。

新人类习惯以图像来思考指引行为。这种趋势将产生下列结果：

新人类演变成为“新文盲”。尽管教育程度日渐提高，但却完全不能用文字作为主要沟通工具。联络用电话、通讯用电

脑传真、提款用信用卡、上班用电脑……一切都被“非文字化”了。而且，新人类不必再凭文字来赚钱，反之，他们学习掌握图像，透过“图像技术”（如摄影、设计）来赢取社会地位。为了迎合“新文盲”的口味，大众文化完全诉诸视觉图像，把生活中的所有事物予以图像化，电视和电影受欢迎不必说，连小说、评论亦加入了图像文明的行列，利用大量图片来吸引读者。日本人用漫画方式出版《经济学理论》、《第三波》等严肃书籍，台湾有人干脆把古典文学画成漫画。欧美流行类似电影剧本的“震栗小说”，又以漫画方式介绍深奥哲学理论。香港的杂志市场，当然也是图像世界，文字仅占微不足道的辅助性地位。正统文学作品已经死亡。由于文字注重思维，图像强调感官，故作为“文字族群”的知识分子与“图像族群”的新人类之间，便出现了不可跨越的鸿沟。知识分子执著于思维世界，新人类沉迷于感官刺激，社会上的人际沟通更加困难。新人类的图像是色彩缤纷。新人类生活在人工乐园里，在感官刺激中度过一生。

心理学家发现，自幼接受较多“刺激训练”（例如跑迷宫、找食物）的老鼠，比其他一般老鼠来得聪明，它们的学习能力较强，适应能力亦较佳。这项道理，同样适用于新人类身上！新人类生活在图像文明的色彩世界中，自幼即面对大都市的繁荣富庶，接受着不可胜数的“刺激训练”。他们透过电视、电影、杂志及人际交往，学习到如何应付这个瞬息万变的社会。为求稳定生存，他们的头脑绝不能停滞下来，绝对要跟着潮流创新、进步。所以，新人类是模仿力强大的、组合力犀利的、创造力丰富的！新人类拥有千奇百怪的念头，更常做出使你意想不到的事情。在他们眼中“新就是好”，根本无规则可言。故男人可以留辫子、可以化妆，穿球鞋可以配西装，不下雨也