

社會趨勢叢書
生活革命系列
現代生活研究室策劃

30

第三感性

谷口正和／著・李文祺／譯

在迅速變動的世界裏，我們開始看到：
貧富以消費判定；知識無用、智慧有用；
時間重新分割數位化；空間重新組合相對化；
工作與遊戲不分；高感度與高性能同步；
好惡取代功能；未完成就已經完成。
種種變化如潮湧至，
正向我們報告，資訊社會已經來了。



資訊社會的現象48變

□ 詹宏志策劃主編 □

社會趨勢叢書

30 第二感性

社會趨勢叢書③⑩

第三感性

原 書／第3の感性
作 者／谷口正和
譯 者／李文祺
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10674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 140 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 ISBN 957-32-0326-X

《生活革命系列》

現代生活研究室策劃

第三感性

資訊社會的現象48變

· 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。

資訊社會的相對論

如果從史前時代到一九四五年，人類社會技術發明的總量是十公分，則一九四五年以後到現在的總量，相當於一座摩天大樓。

而從報紙、電視、新聞、雜誌、看板、海報、傳單等如潮湧至的資訊，就像空氣一樣，全面地滲透到我們生活的每一個角落。

是的，我們生活在一個迅速變動的世界裏，由於轉動的速度和頻率是如此地迅速，迅速到我們還沒會過意來，已經換了另一個場景，人們幾乎無法精確地掌握這些變動的癥結，只是隨著波濤起伏。

事實上，在這個急速轉動的時代裏，資訊是整個風暴的風眼。不能掌握資訊的人，注定在社會中被淘汰，成為落伍的人。

本書將資訊社會中各種渾沌曖昧的現象，以相對論式的融合觀點，歸納出社會現象的四十八種變化；編者將這四十八變，歸納為七個主題：一、社會角色的互換，二、價值觀的重整，三、重新分割的時間觀，四、重新組合的空間觀，五、超感性社會，六、行銷觀大革命，七、設計觀

大融合。掌握這七個觀點，才能體會資訊對社會結構的衝擊。才能理解它對社會價值觀的影響，也才能明了：

- 知識無用、智慧有用，街上的智慧者比埋首書堆的知識人更博學。
- 愈內行愈容易失敗，外行人比內行人更內行。
- 所謂資訊社會就是「未知」部分不斷減少，「已知」部分不斷增加的社會。
- 「是」與「不是」的是非題已經不適用，大部分的答案在「是」與「不是」之間的各種可能。
- 「安全裝置」的神話已經崩潰，再精巧的裝置也不能保證百分之百安全。
- 「好惡」決定於剎那間，高品質的命運在分秒中被判決，沒有妥協的餘地。

簡言之，作者以四十八個相反詞的相互融合，來解釋資訊對人類舊有價值系統所產生的混淆，以及因之所產生的觀念突變，對於資訊的威力、魅力有極深刻的觀察和描述。因此，這本書既可當作一種趨勢預測，也可以說是社會現象的觀察報告，甚至是新社會的寓言，當然更可以當成行銷指南或廣告戰略的參考，更重要的是它讓讀者產生一種了解社會的快感。

（賴瑞卿執筆）

《社會趨勢叢書》：生活革命系列

第三感性

目錄

■出版緣起

■編輯室報告

第一章 社會角色的互換

第1變 貧VS.富——以消費判定貧富

二三

貧富不是以收入多寡來衡量，而是以消費多少來判定。賺很多錢、消費很少的是社會的窮人。

第2變 女VS.男——兩性觀念的徹底改造

二七

女性上班族將女性溫柔作風帶進辦公室，同時也學習了男性硬朗的作風。傳統社會男女剛柔的迥異特質，正以驚人的速度融合。

第3變 老VS.少——互相融合的世代觀

三三

新時代的老人，是一羣昂首闊步的傢伙，除了年齡以外，他們的思想行動和價值判斷和以往的老人大不相同。

第4變 大人VS.小孩——大人的年齡、小孩的生活 三七

除了經驗以外，資訊化社會的孩子，他們的智力和知識絲毫不比大人遜色，甚至凌駕後者。

第5變 自己VS.他人——個人是體現資訊的工具 四一

個人經由資訊體現自我，流行的本質是乾淨俐落、井然有序，在整體平衡中浮現出真正的自我。

第6變 專家VS.外行——珠算一段敵不過計算機 四五

沒有人比專家更外行，也沒有人比外行人更內行。辛辛苦苦學來的技術、經驗、判斷力，反而成為累贅，看不清時代的趨向。

第二章 價值觀的重整

第7變 健康VS.不健康——歇斯底里的健康恐懼症 五一

「躺在牀上就是不健康、在街上走的就是健康」的說法已經完全失效，沒有人能肯定自己「完全健康」，大眾生活在「健康」與「不健康」的灰色地帶。

第8變 危險VS.安全——無限的安全與無限的恐懼 五五

「安全裝置」神話逐漸崩潰。再精巧的裝置，也不能保證百分之百的安全，事故遲早會發生。

第9變 主VS.客——互相服務的資訊社會 五九

服務相互交替進行，別人服務你，你也服務別人，主客關係隨時顛倒，生產業愈來愈少，服務業愈來愈多。

第10變 肯定VS.否定——0與1之間的無限可能 六三

「是」或「不是」的是非題已經行不通。大部分的答案存在於「是」與「非」中的各種可能裏。

第11變 生VS.死——第三次宗教熱潮的來臨 六七

以往被擺在冷僻角落的宗教書籍又開始陳列在書店最顯眼的位置

。冥思、靜坐等名詞的出現，使養生術大行其道。

第12變 事實VS.虛構——資訊拼圖的迷思

七一

媒體所傳播的資訊，在事實中含有虛構的成分，大眾只有從資訊的拼圖中抽離出真實。

第13變 正常VS.異常——沒有一刀兩斷的二分法

七五

合於時代建制的就是正常，違反體制的就是異常。以這種觀點來看，正常和異常不明確的資訊化社會，是體制的價值觀逐漸消滅的時代。

第14變 博學VS.無知——知識無用，智慧有用

七九

這是一個街上的智者比埋首書堆的知識人更博學的時代，即使將字典背熟也無助於理解這個世界。

第15變 已知VS.未知——間接體驗的社會大眾

八三

「聽到的事」和「看到的事」充斥整個社會，「未知」部分不斷減少，「已知」部分不斷增加。

第三章 重新分割的時間觀

第16變 平日VS.假日——年度休假觀的抬頭 八九

平日、假日的分野已無意義，人們開始以「一年中哪一段時間休假」的年度休假觀來區別平日和假日。

第17變 古VS.今——無限接近現在的過去觀 九三

所謂的過去，從「往昔」、「近昔」到「瞬昔」，人們精確地掌握住飛越的過去，同時眼睜睜地看著未來正分分秒秒地逼近。

第18變 日常VS.非常——社會需要新鮮的驚訝 九七

如果保證相同的連續性是「、」、「。」，那麼保證變化的「！」
「？」又是什麼？

第19變 夏天VS.冬天——四季濃縮成兩季 一〇一

大型休假社會的來臨，使人們對春、秋的感覺逐漸萎縮。而夏、冬的感覺則被凸顯出來。

第20變 開始VS.結束——急速閃滅的時間概念 一〇五

以秒為時間分割單位，任何事件的開始和結束都有明顯的節奏。

第21變 壓力VS.鬆弛——功能分明的時間任務 一〇九

可以自由支配的時間愈來愈少，生活步調愈來愈緊張，時間的管理和時間的功能，更需要明確的觀念。

第四章 重新組合的空間觀

第22變 移動VS.固定——馬戲文化的重新組合 一一五

店舖是「資訊流動的箱子」。店舖是「固定」的，但資訊不斷地變化，在箱子裏「移動」，像馬戲團不斷地流浪一樣。

第23變 都市VS.地方——資源互補的城鄉依賴關係 一一九

都市最大的能源來自於地方文化和習俗，都市不斷地吞噬地方文化和習俗，並加以咀嚼以維持生命。

第24變 家VS.公司——電子科技別墅與辦公室 一二三

灰色的桌椅、黑色的電話、白色的日光燈是舊時代的辦公室風貌。
新時代的辦公室，會有什麼表情？

第25變 戶外VS.室內——地球只是一艘太空船 一二七

當阿波羅讓全世界的人都看到地球時，地球只不過是一艘太空船，地球以外才是戶外。

第26變 巨VS.微——相對論的世界觀 一三一

「絕對」的觀念完全崩潰，一切的事象都是相對的，視觀察的位置和角度而變化。

第五章 超感性社會

第27變 狂熱VS.覺醒——冷熱快速交替的流行 一三七

大眾成為資訊的奴隸，在資訊狂濤中起伏，期待永無止境的新浪潮，並在其中不斷地起伏。

第28變 工作VS.遊戲——工作觀大革命 一四一

「工作等於遊戲」的資訊化社會已經來臨，工作和遊戲的界限開始模糊，無限商機從此萌芽。

第29變 悲劇VS.喜劇——悲喜交集的映象世界 一四五

人們經由戲劇化的資訊而哭、而笑，再殘酷的事實也含有「喜劇」的成分。

第30變 必然VS.偶然——沒有「必然」的社會 一四九

「必然」中隱含無窮的偶然。在選擇性成等比級數增加的資訊化社會，人們對資訊懷有嚴重的不安全感。

第31變 虛實VS.主觀VS.客觀——直觀力的絕對必要 一五三

經由媒體過傳的資訊，是各種虛構。大眾必須具有透過虛構來發現真實的直觀力。

第32變 邏輯VS.感覺——理性和感性的快速轉換 一五七

資訊需要馬上吸收、馬上消化、馬上運用，在快速使用的時代需求下，兼具理性和感性。

第33變 幸福VS.不幸——多重選擇與多重感覺時代 一六一

中產階級意識逐漸崩潰，幸與不幸的分別已經模糊，大眾生活在似乎是「幸福」的曖昧感覺裏。

第34變 饑餓VS.滿足——以資訊代替食物 一六五

物質缺乏時代，人類吃「食物」充饑果腹；資訊化社會，人們吃「資訊」以求享受，短篇故事推銷法大行其道。

第35變 多數VS.少數——多數與少數的快速輪迴 一六九

從多數中凸顯出來的少數，經過資訊的渲染，很快成為新的多數，再從中孕育成新的少數，少數再成多數！

第六章 行銷觀大革命

第36變 喜歡VS.厭惡——毫無妥協的好惡論 一七三

累積的資訊瞬間反射出來的「好」與「惡」，商品的命運在分秒間被判決，沒有妥協的餘地。

第37變 有名VS.無名——差異性的快速損耗 一七七