



## 從眾文化 流行還是瘤形

2013-10-06 記者 徐冠軒 文

8+1

推文



「有對祖孫準備到市集把驢子給賣了。一開始，孫子騎著驢，爺爺用走的，有人就說這是孫子的不孝，於是他們馬上交換了位置，後來又被人說這是虐待孩子，於是祖孫倆都騎上了驢，這時又有一位老太太為驢子打抱不平，說他們不顧驢子的死活，最後祖孫倆都下了驢，一同和驢子用走的。但是不久又聽到有人譏笑說：『看！他們一定是傻瓜，不然為什麼放著現成的驢子不騎呢？』爺爺於是感嘆得說：『還有一種選擇就是咱倆抬著驢子走了。』」上述這則簡單的故事，深刻、赤裸地說明「從眾效應」這種文化現象。

「從眾效應」指的是人們通常遇到一件事件或情況時，往往都會受到多數人的影響，而跟隨著社會上的大眾進行思考或行為。並且遵從社會的脈絡行走，不會主動地思考事件本身存在的意義，或者是普遍聽到的「一窩蜂」現象。



從眾效應示意圖。（圖片來源／心靈咖啡）

## 熱門活動 全台發酵

在台灣，就有許多從眾效應下的產物，以餐飲業為例：幾年前的葡式蛋塔熱潮、日式甜甜圈，到現在的知名連鎖麵包店、爆米花店和飲料店，各種例子比比皆是。它們的共通點皆是「新奇」，台灣人特別喜歡新鮮、新潮的事物，尤其以「外國引進」的又更加吸引人，導致許多商家業者，如雨後春筍般地出現，但過不了多久，市場一旦飽和或者民眾不再擁有新鮮感之時，它們就得淪落到被市場淘汰的命運。

台灣這種現象，也可以印證在有生命的動物身上。例如幾年前曾經紅遍全台的動物明星們：國王企鵝、台灣黑熊和無尾熊。在當時，各大新聞媒體爭相報導牠們可愛的模樣，民眾也紛紛湧入動物園一睹牠們的風采，如今盛況已不再，入館人數和周邊商品銷售數量也大幅度地下降，取而代之的，是最近火紅的貓熊寶寶「圓仔」，因為牠是首隻在台灣出生的大貓熊，這種「稀有性」讓牠瞬間登上各大頭條，甚至每天有媒體為牠紀錄身高體重。好奇的是，這股圓仔熱潮又能持續多久呢？

一樣是動物的巨型充氣藝術品，黃色小鴨（Rubber Duck），同樣引發一股旋風，大批民眾為了觀賞小鴨的雄偉，瘋狂湧入高雄光榮碼頭，截至目前為止已經超過一百萬人次觀賞，可見大眾對它的高度關心，同時也帶動附近的商機，不過在欣賞的同時，不禁令人思考，一窩蜂的「從眾效應」到底值不值得？當地交通被觀光客擠得水洩不通，他們所製造的垃圾滿天飛，另外不肖商家對小鴨的周邊商品的價格哄抬，都值得我們省思。接下來黃色小鴨還要到桃園和基隆展出，會不會出現「一擁而上，一哄而散」現象呢？答案很快就可以知道。

### 媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話／郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王／洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王／吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸／人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思寧／照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔／人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕／人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳／人物



大批民眾爭相搶拍黃色小鴨。(圖片來源／yamnews)

說到台灣最近期的風潮，不能不提的就是「路跑活動」。五花八門的路跑活動正在如火如荼地舉辦中，像是由國外引進來的彩色路跑、殭屍路跑，到後來的啤酒路跑、泡泡路跑和超人路跑等等，都是社會從眾效應下的結果。最初，路跑的本意是健康、正向的，不過最近台灣特殊的路跑文化卻變了質，例如彩色路跑的粉末，雖然是由玉米澱粉和食用色素製成，號稱不會對人體造成傷害，不過，過度吸入體內，會造成人體心肺功能的損害，環境汙染的議題也時有所聞。當人們追逐新潮、趣味時，必須要好好檢視它所帶來的傷害才是。



彩色路跑在台灣引爆一陣熱潮。(圖片來源／運動筆記SportsNote)

## 新聞媒體 大眾領頭羊

新聞媒體業也經常受到從眾效應的影響，因為台灣的新聞業者害怕「漏新聞」，而不論新聞的價值性高低。當台灣發生什麼火熱或風潮的事件時，各家媒體都會爭相以大篇幅版面告知民眾，有如洗腦般地重複播放。這種做法對於新聞台來說是一種安全牌，萬一出錯，也是大家一起扛責任，不過對於閱聽者來說是一種傷害，對新聞認知的內容毫無豐富性、多元性。

一窩蜂的報導有可能會造成不客觀的情形，不論是因為考量收視率的商業操作手段或者是受到政治因素的影響，媒體的訊息是必須中立、公正的，如此一來民眾在關注於社會議題或現象時，都會有正面的幫助。如果大眾在解讀新聞報導時，能明辨是非，做出正確的判斷，亦不會「人云亦云」般盲從，反而可以產生正面的效益。

## 多數複製 曇花一現

「複製」和「模仿」是從眾效應的表現方法之一。在台灣，會發現許多類似的情況產生，歌唱節目就是一個例子。二〇〇七年曾紅極一時的「超級星光大道」選秀節目，深受觀眾的好評，也獲得超高的收視率，自此之後，台灣許多電視台大量推出性質相似的選秀性節目，但成功存活的卻寥寥無幾。

這種直接大量複製的現象，是因為過度專注於「短期快速的商業利益」，而忽略了長期穩定地發展，是缺乏遠見的下場。單純地複製表象，以為別人的「成功經驗」套用在自己身上，也會獲得效果，不懂得開創自己的道路，放棄尋找自我的定位，往往造成「來得快去得也快」的市場輪替現象，而且不斷地上演同一個模式。

## 告別井底蛙 不做流行傀儡

以心理的層面來說，台灣各方面的從眾效應是因為一種「害怕被孤立」，或是「擔心自己是邊緣人」等心理因素，作出符合大眾或者多數人的行為。通常會帶有正反兩面的影響：負面的影響是

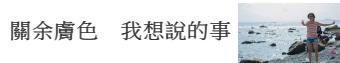
會因此約束、壓抑原有的創造力，使得人們變得不會思考，盲目沒有主見；正面的影響是，有助於接受別人的意見，不會固執己見去學習他人的經驗，發現新的視野且提高獨立思考的能力。

台灣的從眾現象不曾間斷過，這也提醒了，每當大眾在一窩蜂地關注、參與一個火紅的事件時，都應該好好地審視和判斷，自己是否流於「盲目追從」，或者真的是有目標的行為。而台灣社會要進步，需要的是有想法有創意的人才，不要當井底之蛙，放眼全世界才是台灣目前迫切所需。



橫著走出一條路 現實搖滾

日本搖滾樂團RADWIMPS，以獨具的世界觀和特殊省思角度，溫柔但尖銳的唱出此生的生命態度。



關余膚色 我想說的事

活出自我「不留白」，小麥膚色的宣言。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by DODO v4.0