

新部落主義與美學社群初探

洪櫻純

摘 要

隨著人類生活型態的改變，社區中愈來愈沒有人情味是許多人都會有的共同感觸。進入後現代、資訊社會後，「社區」的界線有了新的變化，一如全球化理論強調的跨越時間、空間的界線，人們如何在這種浪潮中找到自我認同與社群的歸屬？假設人們從傳統社區中找到聯結的點，又如何滿足現代人渴望「在一起」的感覺呢？因此，本文試著從新部落主義和美學社群兩個面向，來探討新時代中社群運動的發展以及新社群的模式。首先，說明新部落主義的意涵；其次，探討美學社群發展的樣貌；最後，應付新部落主義和美學社群的概念，提出未來發展的可能性，包括三種社群模式：(1)情感連結的情緒社群；(2)共創利益的互助社群；(3)打造夢想的社區實體。以上的三種社群模式，保留地理性的社區聯結，並加入更多情感和利益利他的合作社群，讓子虛烏有的找到屬於他們歸屬的社群。

關鍵詞：新部落主義、美學社群、新時代運動、在一起、自我認同

Abstract

We have to redefine what community is, especially in the post modernity and informational society, because few of people fell isolate in their community. There is no boundaries between space and time in the globalization theory, and the author wonder how can we find our identity to the community? How can we aspire being together. The author use the concept of neo tribalism and aesthetic community to inquire new age movement and develop new community model, like the community of emotion, the community of help and the real community of dream.

Key Words : neo tribalism 、aesthetic community 、new age movement 、being together 、self-identity

一、前言

隨著人類生活型態的演進，對於社區的界定，從最早的祭祀圈、生活圈到學習圈，從地理、血緣的關係，延伸到人們生活的品味、興趣和學習上，社區的界定有了更新的意涵。在社會變遷和都市化的因素下，以往傳統社區的凝聚力和團結有了很大的改變，愈來愈多居住在都會區高樓大廈的住戶很少往來，社區居民也因為工作忙碌的關係，減少對社區活動的參與。國外學者（Trefil, 1994）大膽預測未來可能的都市型態：從人人住在巨型超高大樓的密集都市，到大家分散各地，依賴新近發展的「虛擬實境」科技互動，再到太空中的新殖民都市（賴慈芸譯，1997：18-19）。

不過，科技的進步會完全顛覆傳統社區的樣貌嗎？人與人想要「在一起」的感動消失了嗎？其實不然，如果科技（如網路聊天、手機傳訊）可以取代人與人見面、溝通的慾望，那麼許多的咖啡廳下午茶早就應該關門大吉了；或者科技新貴及其他的上班族不用出門，在家工作就好了。從上面簡單的一些例子說明，科技的發達，有一部分是無法取代人性的需求或渴望與人在一起的感覺，「虛擬實境」怎麼樣還是比不上面對面來得真實。

本文將論述的脈絡放置於後現代、全球化的社會，相較於以往對於社區是由人群、地理區域和共同的意識三項要素所構成（徐震，1986：21-22；高家斌，2002：59；蔡宏進，1985：5），以地理性觀念來看社區的概念有所不同。全球化，是空間與時間概念的轉變，是一種「對遠距離的行動」，而全球通訊與大眾交通系統強化了

這種「遠距行動」（Giddens, 1994）。Beck（1998）認為，全球化是距離的消失；人們並非情願的被捲入未被理解的生活形式。全球化是全球的普及性與在地的獨特性的對立與統整（Robertson, 1995）。全球化是指跨愈國界的科技、經濟、知識、人們、價值及理念等之流通。因為每一個國家擁有各自的歷史、傳統、文化及優先順序，全球化會以不同的方式影響著每一個國家。

全球化強調世界地球村的型態發展，藉著科技、交通、通訊的發達，國與國之間跨愈時間和空間的藩籬，人類的生活型態會愈來愈相似。國際之間的政治、經濟、社會、文化有高度的連動性，例如美國的股市牽動亞洲的盤勢，迪士尼的動畫和卡通不斷向外輸出，而美、歐地區人士則好奇「東方熱」，尤其對於大陸的文化感到神秘且不解。全球化對於社區的衝擊是改變了「地理性」的侷限，加上國際游牧上班族愈來愈多，人們的認同愈來愈多元，我們有必要重新檢視社區的發展，並且重視「社群」的概念。本文將探討法國社會學家 Maffesoli 的新部落主義和美學社群的觀念，試圖分析在全球化、後現代社會中，社群的聯結、歸屬感和認同。

「社區中愈來愈沒有人情味」是許多人都會有的共同感觸。進入後工業社會後，工作型態有了很大的改變，參與社區的人士以中高齡民眾為主，尤由是家庭主婦、老人和社區熱心人士為主。上班族和青少年對於社區的活動參與缺乏動機，假設這一塊族群無法從社區中找到聯結的點，又如何滿足現代人渴望在一起的感覺呢？因此，本文試著從新部落主義和美學

社群兩個面向，來探討新時代中社群運動的發展以及新社群的模式。首先，說明新部落主義的意涵；其次，探討美學社群發展的樣貌；最後，說明新部落主義未來的發展面向，歸納以下三種社群模式：(1)情感連結的情緒社群；(2)共創利益的互助社群；(3)打造夢想的社區實體。以上的三種社群模式，保留地理性的社區聯結，並加入更多情感和利己利他的合作社群，讓不同需求的人找到屬於他們歸屬的社群。

二、新部落主義

新部落主義 (neo tribalism) 是什麼？新部落主義對社會的影響為何？Maffesoli (1996a) 在《The Time of the Tribes》一書中提出了後現代部落、新部落的概念。學者 Shields (1996a: xi) 在序言中提到，新部落不只是時尚或年輕人的次文化，還可以延伸到以興趣為主的集體主義，例如運動狂熱、環境保護運動、消費者團體等。也就是說，新部落主義打破了地理上的社區連帶歸屬感，進而以興趣為共同的根基，共同投入社會運動或刮起文化的新浪潮。

新部落主義是另一次的文藝復興，人們想要分享情緒，渴望在一起的感覺，強調在一起的感覺，接觸、碰觸的溝通是非常必要的 (Maffesoli, 1996a: 62)。在全球化進程中，部落主義象徵著新的文化復興運動，藉由新部落的參與，如電子郵件、音樂集會和體育觀賞、職場閒談和鄰里守望等，民眾「扣連」到情緒性團體，「關照」自己的身心和美感，「淬取」在地經驗，「感受」到集體生活的存在 (陳雪雲，2002: 42)。

這種「在一起」的呼喚，在 Marilyn Ferguson (1987) 的《寶瓶同謀》一書中也展露無遺。同謀的意義是「在一起呼吸」。這是一種緊密的結合。而「寶瓶」象徵的是盈滿，是恆古饑渴的解除。寶瓶同謀的夢想是經過黑暗、暴戾的雙魚座時代，人類即將進入另一個愛與光明的時代，也是一個心靈真正解放的時代 (廖世德譯，1995: 22-23)。寶瓶同謀者這樣的人性觸媒在教室、電視、印刷品、電視、藝術、歌曲、科學刊物、演講講義、政府公文上面，在休息喝咖啡時，在參加派對時，又在新的組織政策與立法上面，四處傳播新的可能性。對於人云議云的說法一直膽怯著不敢質疑的人現在開始有了勇氣 (廖世德譯，1995: 43)。

Ferguson 做了一個有趣的實驗，發出寶瓶同謀的徵求者信函，結果得到各界熱烈的迴響。他們渴望追求「新時代」(new age) 精神，並且樂於分享這樣的共謀。

「這條路很孤獨，」一個同謀者說，「但是你在這條路上卻不孤獨。」所謂人脈，不只是心靈相同的人集合而已。人脈提供的，是道德的支持、回饋、互相發現與補充、安心、親近、慶祝、經驗的分享與驚奇。我們的同謀者愈多，就愈容易獲得友誼相互支持，即使是在僵硬的體制，在小地方亦然。個人的事業如果沒有社群意識、互相發掘的肯定，將是孤獨的 (廖世德譯，1995: 152-154)。

人們開始詢問：「這就是我們要過的生活嗎？」、「我們是不是有其他可能的選擇？」Barbara Marx Hubbard (1988) 也是新時代運動的提倡者，她發起社會潛能的運動，創立了一個新的會社，叫作「未來

辦公室」(Office for the Future)或「和平室」(Peace Room)。她認為未來辦公室要有四種功能促進我們社會重組，成為意識層次更高、自由更大、更和諧的社會(孟祥森譯，2001：133)。社會潛能運動想要尋求在衛生、環境、交通通訊、教育、政治、經濟、科技和其他方面的革新，又想締造新的社會體制，以及導引向有再生能力、對生命有輔助作用的全球社會(孟祥森譯，2001：119)。

這種新時代的運動不只發生在美國，臺灣也有一群社會工作者、藝文者也鼓吹這樣的新時代心靈運動，如主婦聯盟顧問陳來紅、作家胡因夢、王季慶、社區營造學者陳其南……，還有許多綠色環保團體也參與其中。

綜上所述，新部落主義打破了以地理為界限的社區集體主義，重視人與人之間的興趣或志業的結合，可以玩在一起(例如運動聯盟、歌友會等)，也可以為了共同的幸福而集社(例如環保團體、消費者保護團體、讀書會等)。

三、美學社群

在新部落主義的論述中，筆者試圖與新時代運動相扣聯，著重集體共識的社會運動，為打造美好生活、提升心靈層次而努力。而個人又如何在此集體活動中展現個人的風格或認同呢？學者 Maffesoli (1996b) 的觀點和 Jansen et al. (1998) 的評論，具有極高的參考性。

Maffesoli (1996b：9) 分析當代社會變遷的型態指出，當前的社會型態似乎已逐漸超越個人主義所能解釋的範圍，取而代之的是社會轉以各種各樣小型的、地方

性的存在／實體拼湊而成。

Maffesoli 提出美學社群，他認為美學社群是建築在非理性的慾望，並且渴望在他們的關係中溝通表達，例如關心自我，也希望與他人分享經驗和快樂，並且享受生活。美學社群連結關心我們日常生活的型態與社群的慾望和分享情緒。這種美學生活型態的展現不再關注未來，而更重視活在當下、具體和本土實踐 (Jansen et al., 1998)。

Jansen et al. (1998：242) 指出，美學社群重視的生活風格焦點在於「每日的」(quotidian)、家居生活角落中的日常經驗，對個人而言，所關切的就是生活情境的品質與美好生活的機會，而不是關心社會制度與機構的合理性。吳玉鈴 (2003：159) 指出，我們正在見證一種趨勢，也就是理性化的社會 (rationalized social) 正在被感情涉入 (empathetic sociality) 的社會性所取代，以一種強調氛圍、感情和情緒連結的社群型態來加以展現。

參與美學社群不再是認同的問題，而是加入某一社群的問題。它讓人們屬於某一種社群，關心自我，也在特定的場合一起合作，但在參與中並非為了提升共同的認同。場所只是暫時的，說明了特定團體在寫歷史 (making history)，人員是進進出出的。個體之間仍有不同的認同、意義和慾望。參與美學社群是並不需要認同的歸屬感，例如參與不同的社群，有各種不同的認同和歸屬感，在一種「在一起」的形式中增權，認同隨之改變 (Jansen et al., 1998)。

Maffesoli 認為美學社群在主體的認同有許多處，從單一認同到多重認同

(identifications)，零散的凝聚力勝過一致的認同發展。而這種新型態多重的認同，將對自我的關心轉移到特定社群的關心 (Lash & Urry, 1994)，Maffesoli 所提出的美學反省是建立在相互的理解上。

Maffesoli (1996a: 10) 認為社群的美學是一種美學倫理的展現，這將關懷 (concerns) 與日常生活的風格加以連結到社群中共享的慾望與分享情感的想像之中，意即強調情感的連結關係是美學與情緒社群形成的原因與媒介，藉此生產出共同的感情，以及對於與他人共享的標誌與符號的堅持與認可。

美學社群是沒有理想言說的社群，也不會尋求在全球化世界下的倫理正義。它強調在一起表達情緒的慾望，就像感覺很好，也享受自我的生活。溝通只是讓人們有可能去接觸、認識他人。集體學習不是在這些社群中論辯言說，溝通就像我們活在象徵系統和生活風格一樣有情感的意義 (Jansen et al., 1998)。

Jansen et al. (1998) 提出美學社群的四項特色，包括(1)有機的連帶團結性 (organic solidarity)、(2)自給自我性 (self-sufficient)、(3)相同興趣、相互理解的關係(4)日常生活的經驗。

綜上所述，美學社群的特色如下：

1. 美學社群重視情感、情緒的連結，而非純理性的論述。
2. 美學社群關注每日的、當下的生活風格和自我展現。
3. 美學社群根基於相同興趣的支持。
4. 美學社群下的個人認同是多元多重的，並且重視自我和他人的關懷。
5. 美學社群並非永久組織的型態，有

賴成員對社群的投入程度。

人類從啓蒙理性的時代，又重回感性的懷抱，而這種改變在許多後現代主義論者或一些未來學者的論述中可見端倪，這種改變影響我們的生活型態、消費習慣、美學觀、學習觀，以及經營社群的模式，對於自我認同也有嶄新的詮釋。

四、新部落主義和美學社群的發展

以下應用新部落主義和美學社群的概念，簡單說明在各層面的影響，並舉例說明發展的面向。筆者歸納三種社群模式，包括：(1)情感連結的情緒社群；(2)共創利益的互助社群；(3)打造夢想的社區實體。

(一)情感連結的情緒社群

在後現代社會中，個人的認同是多元、歧異的。加上網路網際的方便，人們可以透過跨時空的科技聯結發聲，例如透過網路社群或討論區的方式，訴說自己的故事與情緒。以下，舉隅在消費社會和娛樂工業中，個人的認同和情緒是如何涉入，並且形成一種「無形」的社群聯結。這種情緒社群植基於體驗、美感、情緒包裝之上，個人投入社群中找尋心靈慰藉、認同和情緒宣洩的出口。

1. 消費品味：探究自我的情緒包裝

日本學者山崎正和提出「柔性個人主義」，他認為，1970 年代以來的各種社會變化的底層，顯然也可窺出新的自我和未來的個人主義，已萌出若干希望的芽苗。我們推測，相對於青春時代和成熟時代的個人主義，相對於目的取向、競爭及僵化信條的個人主義，更新的自我，將是更具柔性美的趣味及更開朗的自我表現個人主

義(黃恆正譯, 1988: 67)。他進一步指出, 60年代以來, 消費者重視形狀、色彩及其給予的氣氛和美的聯想, 產生「情緒集約型產業」已經興隆起來; 生產涵蓋這兩個層面, 可說益發變貌為「人類相互間的遊戲」(黃恆正譯, 1988: 77)。消費者追求高度的慾望, 追求的是消費者本身無法以明確的語言指出的, 稱之為「美」及「精神快樂」的價值。他們在購買行動時, 跟以往貪婪的自我擴張不同, 而是轉化為透過商品來「探究自我」黃恆正譯(1988: 91)。

劉維公(2001: 14-17)認為, 就認知觀點, 生活風格是日常實踐的指引, 民眾用來結交朋友、選擇消費和休閒。就美學觀點, 生活風格是生活美學實踐, 將生活視為藝術品, 利用各種符號, 整飾門面, 凸顯自我特性, 鞏固有利的社會地位。

愈來愈多的廣告商抓住消費者的心理, 在廣告訴求上採用柔性關懷或自我認同的聯結, 企圖打動消費者的心。消費者用消費品味來張顯自己的身分和認同, 處處可見, 例如購買名牌包包突顯自己的身分或晉身上流社會(有時是為了釣到多金男)。臺灣是個非常崇洋的國家, 許多年輕人哈日或哈韓, 在消費品味上模仿日本偶像, 並且凸顯個人的品味, 也跟自我認同有關。

2004年5月10日出版的《商業周刊》製作了「新奢華主義」專題報導, 文中提到一股新奢華主義風潮正在臺灣各個角落上演, 消費者願意花更多錢買優質享受。他們購買的是一種氛圍, 可能是喜悅、放鬆、慶祝、或者寧靜的難忘體驗。而郭奕伶(2004: 86-91)介紹「奢華, 正在流行」

一書, 作者針對兩千三百名消費者進行量化調查, 最後界定了四個重要的「情感空間」, 它們影響消費者的購買行為, 包括: (1)照顧自己; (2)你儂我儂; (3)探索; (4)個人風。尤其是個人風是表達個人品味、凸顯自己與眾不同之處, 他們在購物時期待表現自己的風格、知識、品味與價值。這群消費者形成一種小眾文化, 並且展現自己的品味。

2. 娛樂工業: 影歌迷俱樂部與自我認同
迷戀偶像是青少年普遍的次文化, 他們透過偶像的認同進一步組成偶像後援會或俱樂部。加上網路社群的發達, 這些 fans 透過社群的組織運作, 互相交流情報、或抒發情緒。臺灣的追星族年齡層普遍較低, 近來年齡層也有擴及家庭主婦和粉領階層的跡象, 他們透過網路社群的便利性, 不僅交流情報, 也分享自己個人私密或心情故事, 個人的認同和團體的認同相互影響。

Jinda 在 1994 年研究 Star Trek 的影迷組織後指出: 影迷組織就像一個宗教性的活動, 有一個原始的迷思、一組信仰、一個組織, 並且可以在各地方發現幾個主動並具創造性的分子, 形成一種「象徵性的社群」(引自林雅萍, 2004)。楊蕙菁(1998)指出, 歌迷俱樂部也類似一個宗教組織, 歌手是歌迷心中的神, 會規是教義, 全心支持歌手是最高指導原則, 所有的信徒是為偶像而聚集, 所有活動也順著偶像設計。

迷透過迷社群得到與同好交流的機會, 肯定自己對所迷文本入迷的正當性, 或是消弭對自我認同的不確定性。而迷社群又提供了興趣相同的人彼此交流的機

會，由於有共同的話題作為互動的基礎，因此也擴展了人際交流的機會，提供情緒抒發的管道（邵崇淳，2001）。

在歌迷社群中，明星認同是歌迷們共同經驗的基礎，也是歌迷社群認同基本要素，透過社群集結的明星認同，是迷建構自我身分認同的來源，對歌迷而言，接近歌迷組織除了可以肯定自我認同，同時也有強化情感作用（李佩真，1998）。

這種迷社群的組織愈來愈多，不僅是歌迷或影迷的社群愈來愈多，連體育選手也可以變成偶像崇拜，以2004年5月初美國籃球明星喬丹的亞洲行可一窺體育迷也不在少數。許多青少年透過迷社群的聯結，找到自我認同的管道。

（二）共創利益的互助社群

在新部落社群中，重視生態環境保護的聯盟也是其中之一的典範。愈來愈多的環保團體奔走急呼重視「我們只有一個地球」的觀念，並提倡人與大自然和平相處的道理。許多環保團體的成立，在初期大都以地域性的連結為主，例如草盟以天母社區媽媽為主，主婦聯盟從臺大生活圈開始著手，但是他們關心的不只是自己居家環境的品質，而是將範圍擴大為全省性活動（例如主婦聯盟設有臺中工作室），甚至進一步與國外環保團體合作，共同推動生態的保護。筆者稱這樣的社群為「互助社群」，他們建基於創造共同的利益，並且改善人類的生活品質。本文舉例二個環保團體，但互助社群並不限於環保議題，也可以擴大為教育團體、兒福團體、身心障礙團體等，他們以促進追求人類福祉為宗旨，並以特定議題關懷社會的每一個角落。

1. 草盟：生命共同體的結合

透過文建會（2004）全國文史工作團體分區調查計畫，訪問了草山生態文史聯盟，深入了解草盟環境保護的行動。草盟的核心成員約有十位，他們每週固定開會一次，討論天母、陽明山地區的生態環境保護議題。草盟於2001年成立，組織活動力強，這群社區志工媽媽努力奔走，積極投入地方公共事務，例如召開公聽會、連署監察院陳情、邀請專家學者勘礦溪工程、生態導覽……等，希望透過民間自發性的力量，督促政府重視環境保護。

草盟的志工媽媽主動參與地方的公共事務，更加凝聚社區居民的環保意識，雖然減少個人自由的時間，但是志工們都覺得非常值得投入，這群志工也從投入環保運動中，學習到更多以前沒接觸的知識，最重要的是如何與他人合作的過程。草盟是社區自救、自助運動的新典範。

2. 主婦聯盟：婦女共助模式

1986年底，一群主婦有感於社會形態的轉變所造成環境的變遷，體認到身為社會的一份子，不能再坐視生活週遭種種環境的病態現象。這群主婦於是決心從自身做起，來改善周遭環境並提升生活素質。1989年，主婦聯盟正式立案，成立「財團法人主婦聯盟環境保護基金會」，現有環境保護、教育、婦女成長、消費品質、自然步道等五個委員會，並設有會訊編輯小組以及臺中工作室。

主婦聯盟除了推動環保宣導及演講之外，也開設「婦女寫作班」、「婦女成長班」，協助社區媽媽成長。他們也走進學校推廣資源回收的觀念，並且執行共同購買及社員服務工作。此外，為了與國際接軌，主婦聯盟也設有國際交流小組，負責日、韓

亞細亞姊妹會聯繫工作。

(三) 打造夢想的社區實體

最後要介紹的是夢想的社區實體。地理性的聯結是社區發展很重要的關鍵，不過如何讓居民參與地區的活動，形成一個社區共同體則是現代社會的重要課題。在此舉例美國西雅圖的飛夢社區和英國發展的共同居住分擔家務模式，透過計畫性活動的安排，以及共同打造社區夢想的願景，造就一個有夢的社區實體。

1. 共同居住分擔家務模式 (Sue Heath, 2004)

在英國，經濟暨社會研究委員會 (The Economic and Social Research Council; ESRC) 提出單身年輕成人分擔家務共住的計畫，由 Southampton 大學從 1998~2000 年執行研究計畫。此次計畫總共召募 25 位單身的年輕人，平均年齡為 25.5 歲，進行共住研究計畫。同儕共同分享家務一文中運用 Maffesoli 新部落主義的觀點，針對以上 25 位研究對象進行訪談，並且針對以下三點進行討論：(1) 接近性 (proximity)；(2) 分享空間 (shared space)；(3) 儀式 (ritual)。

透過被研究者的自傳，發現有 2/3 的人從陌生人變成好朋友 (Sue Heath, 2004: 174)，他們一起分享家務，也分享生活經驗，形成另一種層次的密友 (intimacy)。

共住計畫呼應了美學社群渴望「在一起」的感受，合作和參與在美學社群是非常重要的，在不同的情境脈絡和場合中，連結自我與他人的關係 (Jansen et al., 1998)。

2. 飛夢社區：用藝術妝點社區生命力 (康

旻杰、楊清芬，2001)

飛夢 (Fremont) 位於美國西雅圖北邊偏西的一個社區，在 19 世紀以前大部分以印度安人為主要人口，後來隨著外來移民的增加，開始邁向現代化的都市。飛夢的社區營造是草根式的發展，從「等待電車」公共藝術的設置，喚起了在地人的集體記憶與經驗，後來變成了社區的地標。

在飛夢社區，每個人都是藝術家！飛夢社區的藝術市集、夏至嘉年華、每日奇蹟花園……到處都充滿飛夢人的夢想，也吸引在地的居民投入。飛夢社區成功的經驗也引進到臺灣，宜蘭、新港的社區都有他們的芳蹤，例如協助宜蘭彩繪公車、春之祭禮遊行，在新港成立「夢想成真坊」，舉辦在媽祖的地盤熱舞遊街、舉辦大地之母環保劇……，讓飛夢跨海逐夢，協助更多社區彩繪自己的故鄉，演出道地的在地風情。讓夢想起飛並且成真是飛夢社區成功的地方。

五、結語

藝術家兼詩人李查茲 (M. C. Richards) 在《交叉點》(The Crossing Point) 說：我們這個時代的真相之一就是，全世界的人都在心裡深深渴望彼此產生關係。當代人類的意識正要邁向一個關卡，這個關卡就像當初人類意識從中古時代走向文藝復興一樣的艱巨。內心經歷了真實的感受，外在又經過如此艱苦的在自然世界中的定位，人類目前又飢又渴。他們將有勇氣要求自己需要的東西，要求活著與人相關、個人價值、機會均等…… (廖世德譯，1995: 79)。

新部落主義和美學社群的啟示如下：

- 1.社會新精神運動的崛起。
- 2.重視個人情緒的抒發和集體興趣的創作。
- 3.強調人與人在一起的感覺，是一種渴望。
- 4.自我的認同和社群互動有極高關係。
- 5.建立關係是關照自我、關懷別人的開始。
- 6.生活風格和品味是展演自我的重要途徑。
- 7.社群的聯結跨愈時間和空間的限制。
- 8.網路、科技是促進社群聯結的重要工具。
- 9.特定的議題吸引某一小眾或大眾族群關心和投入。
- 10.社群的形式不限於正式組織，也可

能是非正式的團體。

有關係才有關懷，人與他人或他物發生關係，才會產生關懷，如果人與他人或他物毫無關係，就無從關懷起。因此，關係是關懷的起點。生活在現代社會的人，愈來愈難以成為自足的實體，雖然他孤獨冷漠，但是他還是需要他人的關懷，只是現代人不知道如何去找找到關懷之路，於茫茫然的群眾之中，找到應有的定位（詹棟樑，2002：206）。

現代人如何在多元認同的社會找到自我？個人又如何能在多變的社會中實現夢想？或一同實踐新時代運動？渴望在一起是一種情緒上的支持與抒發，而短暫的幸福之後又如何自處？這些都是我們必須面對的重要課題！

（本文作者為國立臺灣師範大學社會教育研究所博士生）

參考文獻

- 文建會（2004）全國文史工作團體分區調查計畫，臺北：文建會。
- 吳玉鈴（2003）女性情緒體驗與自我轉換之研究－以網際空間為例，國立臺灣師範大學社會教育研究所博士論文。
- 徐震（1986）社區一詞的用法及其演進，載於社區發展的回顧與展望，臺北：中華民國社區發展研究訓練中心。
- 黃恆正譯（1988）柔性個人主義，臺北：遠流。
- 孟祥森譯（2001）你正在改變世界－有意識的演化（Barbara Marx Hubbard (1988). *Conscious evolution: Awakening the power of our social potential*），臺北：方智。
- 李佩真（1998）偶像文本的意義：迷與偶像關係之探討，私立世新傳播所碩士論文。
- 林雅萍（2004）歌迷俱樂部成員信任承諾與自發行爲表現之關聯性研究，國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳雪雲（2002）全球風險、知識與終身學習，社會教育學刊，31，19—54。
- 邵崇淳（2001）網路歌迷社群認同之研究－以交大機械歌迷版為例，國立交通大學傳播所碩士論文。

- 高家斌(2002)由資源理論看社區經營,載於社區教育學會主編「社區教育理論與實踐」,臺北:師大書苑。
- 郭奕伶(2004)四組情感密碼,掏空顧客荷包,商業週刊,2004年5月10日出版。
- 楊蕙菁(1998)從「小虎隊」到「四大天王」—臺灣流行音樂偶像崇拜現象,國立臺灣大學新聞所碩士論文。
- 廖世德譯(1995)寶瓶同謀〔Ferguson, Marilyn (1987). *The quarian conspiracy: Personal and social transformation in the 1980s.*〕,臺北:方智。
- 康旻杰、楊清芬(2001)飛夢共和國:藝術大遊行、社區輕鬆玩,臺北:遠流。
- 劉維公(2001)何謂生活風格—論生活風格的社會理論意涵,當代,168:10-25。
- 賴慈芸譯(1997)未來城〔James Trefil (1994). *A scientist in the city.*〕,臺北:時報。
- 蔡宏進(1985)社區原理,臺北:三民。
- 詹棟樑(2002)後現代主義教育思潮,臺北:國立編譯館。
- Beck, U. (1998) *What is globalization?* Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Giddens, A. (1994) *Beyond Left and Right.* Cambridge: Polity.
- Heath, S. (2004) Peer-shared households, quasi-communes and neo-tribes. *Current Sociology*, 52(2): 161-179.
- Jansen, T. et al. (1998) Reframing reflectivity in view of adult education for social responsibility: Reconciling the irreconcilable, 239-250 In D. Wildermeersch et al. (eds.) *Adult education and social responsibility.* Europaischer Verlag der Wissenschaften: Peter Lang.
- Lash, S. & Urry, J. (1994) *Economies of signs and space.* London: Sage.
- Maffesoli, Michel (1996a) *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society.* London: Sage.
- Maffesoli, Michel (1996b) *The contemplation of the world: Figures of community style.* University of Minnesota Press.
- Robertson, R. (1995) Globalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (Eds.), *Global Modernities.* London: Sage.