

Between You & Me? 新數位時代新距離

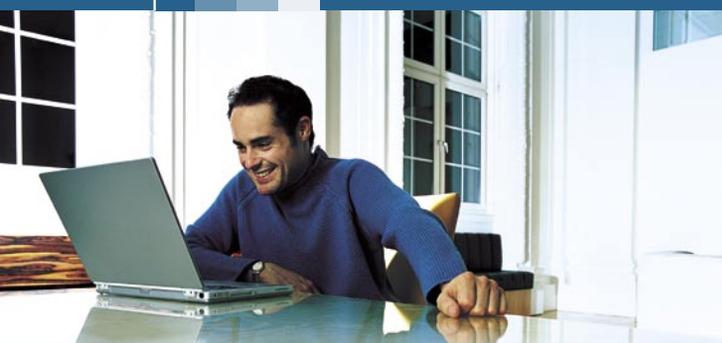
隨著科技的演變，人際距離不再凝斂在舊時代裡無限遙遠的時空裡，
相反地，在0與1的虛擬世界裡，演化出各種似假幻真的行為，
品牌，你抓得準這難以捉摸的數位距離嗎？

BenQ

BenQ

To contact us with feedback or suggestions , please email " myBenQ@BenQ.com " !

Between You & Me? 數位時代新距離



隨著科技的演變，人際距離不再凝斂在舊時代裡無限遙遠的時空裡，相反地，在0與1的虛擬世界裡，演化出各種似假幻真的行爲，品牌，你抓得準這難以捉摸的數位距離嗎？

■ 從門前遲行跡到電話處處通

「…門前遲行跡，——生綠苔…」

唐朝李白的《長干行》是一首寫愛情和離別的詩，以商婦的獨白、婉轉的筆調，抒寫了對遠出經商的丈夫真摯的愛和深深的思念，雖讀來語言坦白，但卻讓人深深地感受到商婦內心的纏綿悱惻。這是舊時代人們表「情」的方式，人際距離有一股時間與空間所營造出的淒美感。

這樣的情感，其實在十幾年前還是依稀可見的。

過去，親友出國留學是一件很了不得的大事，這代表著彼此會有一段不算短時間無法碰面，所以臨行前的機場總少不了哭戲連連的「送機」畫面；加上早期的通訊並不發達，如果你是活在電話剛發明的那個年代，想要撥一通國際電話回家報平安、拜年，可得要在線上等著接線生一國一國地叫號，好不容易等到了，對不起，你只能講5分鐘！

曾幾何時，這樣的情勢改變了，30年前Martin Cooper發明了「手機」，電話亭逐漸地被人們拋在腦後；加上無線通訊技術的出現，隨手拿起手機撥電話給身在國外的朋友不再是件難事，打電話不必再事先約時間，或苦苦地等著國際接線生為你服務，而且愛講多久、就講多久，只是，費用依然很可觀呢！

直到網際網路、Email的出現，你想寫就寫、想聯絡就聯絡，這樣的情況才有了改觀；MSN、ICQ更是普及的網路聯絡工具，要去德國之前，先與朋友進聊天室線上對談，輕輕鬆鬆就完成了旅遊計畫，人們之間的聯繫不再昂貴。

不過當網路與通訊兩大技術相結合之後，事情就有了極大的變化，Skype就是這樣的新應用。它的出現讓人際距離急遽地被壓縮，所以，你在大半夜裡接到北愛爾蘭的朋友打來問候的免費電話，可千萬別覺得奇怪！

或許我們還沒能達到Cooper所言，「在任何地方打電話給任何人、電話處處通」的夢想，但隨著科技的演進，人際距離在數位時代下有了巨幅的改變，更演化出各式各樣的嶄新樣貌。

■ 就是愛分享

潘美眉，輔大新聞系畢業，現任公關公司的執行秘書，也是一位標準的網路自拍美少女，擁有一副水汪汪大眼的她吸引許多網友注意。周水水，台大政治系畢業，現任國會立委助理，她的網路相簿已經有150萬人次造訪，而且以每秒鐘2到3人的頻率增加，她也因此成爲手機代言美少女。

有人秀自拍照與大家分享，也有人秀出寵物照、寶寶照、搞



怪照……。當然，不是每個人都這麼大膽，不敢以真面目露臉的藏鏡人則開始玩起「網路版的芭比娃娃」— Avatar。

“Avatar”源自於印度的梵語，有「化身、體現、替身」之意，在網路則泛指可以變身的「紙娃娃」遊戲機制。使用者除了傳統的文字代號(ID)之外，還可以虛擬出一個人物，更換各種造型，打造獨一無二的虛擬分身，從髮形、配件、服飾都化為商品，只要付費就能創造一個網路分身。

當然，也有人覺得這種「紙娃娃」不夠有趣，索性來一場「網路家家酒」，只不過，這個遊戲更真實。網路日誌、交換日記、同居日記就是其中的幾種型態。

「日記」顧名思義就是發生在身上的私己之事 — 上什麼網站、看什麼節目、結婚、離婚或是寵物……主題無所不包，目前很流行的「部落格」(weblog，或稱Blog)就是網路日誌的一種，網路日記可以說是「普通人的普通事」(A celebration on “nobody” & “nothing”)文化盛行的代表；而以「同居日記」出名的「愛情公寓」，比起網路日誌又多了更多互動的功能。

愛情公寓原本是為女性設計的專屬之交友網站。住在愛情公寓的人可以等人邀請或者去邀請自己心儀的對象搬進甜蜜小套房一起佈置房間、經營同居生活；除了甜蜜留言、同居日記之外，還可以互送對方小卡片、小禮物來表達心意，公寓裏也貼心地規劃了「心情廣播」、「灌溉愛情花園」、「兩人關係」等互動功能，讓網路情人/友人感情升溫。

「愛情公寓」的一切宛如真實世界，不同的只是這樣的關係是發生在網路而已，你也可以名正言順地「試婚」，當然更可以進一步往真實世界發展，其中更不乏邁向紅毯的成功案例。這樣的虛擬世界讓人們趨之若鶩，也難怪「愛情公寓」裡出現50多萬住戶、女生單身套房25萬間、兩人甜蜜小套房將近5萬間的盛況。

■ 人際新距離

在網路上人們更需要實體身分認同，而圖片比起文字更容易展現自我的風格，Avatar或是雅虎奇摩的「造型精靈」的出現就是一例，透過裝扮反應人們內在的理想典範、潛意識中的自我形象，透過移情作用完成自我實現。

當然，也有些人覺得這似乎是一種道德淪喪，「但讓大家找到一個情緒的出口不是很好嗎？」台灣知名電視主持人兼作家蔡康永提出這樣的觀察。所以，網路上有越來越多高學歷、富自信的人，透過網路自拍照，大膽現出自己的本錢、秀出自信！

有人說這些吸引人的新科技，是為等人們被「黏」在其中後，進一步結合目前所有的加值服務，畢竟網路還是需要獲利的。當人際的距離變得如此快速又難以捉摸，品牌該如何自處？我們可以行銷的角度正面看待。

例如雅虎奇摩的「造型精靈」讓網友可以付費下載的虛擬手機，當成人物的配件；而日前也與麥當勞合作舉辦「麥當勞服務員酷炫造型票選」，由麥當勞提供數種制服配件，供網友下載與票選，票選第一名造型就真的會成為麥當勞新的員工制服。

在虛擬的世界裡，真實的品牌依舊可以發揮很大的力量。無論是把品牌授權製作成虛擬商品，或是提供免費下載的置入性行銷，對許多品牌來說都具備高度誘因。說不定，下次打on-line game時，你會看見真實世界裡才會有的BenQ廣告看板哩！

抓得準數位人際距離的品牌，才能掌握這股商機！🍀



BenQ FP93V
Snow-white, exquisitely finished.
Ultra fast 8ms response time and 550:1 Contrast Ratio.
BenQ FP93V helps reduce clutter on your desktop.



Define your life with
style and design.



FP93V LCD Monitor



19 Inch

1280x1024
SXGA

Brightness
270 cd/m²

Contrast
550:1

D-sub
DVI-D

BenQ
Enjoyment Matters