

緒論

購買健康雜誌的人、在超級市場中的顧客、在城市空間中的開業者以及報紙報導與圖片中的消費者，這些成千上萬的人瞭解自身所「吸收」接受與付錢購買的是什麼？這些人又要拿這些作什麼？(Michel de Certeau, 1984, *The Practice of Everyday Life*, p. 31)

1

壹、在網路小島上的本地人之間

當我在一九九〇年代初期來到北美洲，而且第一次聽到所謂「網際網路」(Internet)與「網際空間」(cyberspace)時，這些字詞已經成為一種嶄新神話的主要圖像。我檢視了許多的媒體內容以及學術文獻，這些資料都詳細說明「網際網路」和「網際空間」所帶來的現象；因此，我得以接觸到一些關於「電腦網路會對個人與社會帶來什麼樣的影響？」的想像。然而因為一些緣故，我很難理解當地人對這類迷思的著迷。以我這種抱持懷疑眼光的局外人來看，不禁思考誰會對於體驗這些新科技奇蹟產生興趣？這些人又為何會對新科技發生興趣？

在一九九〇年代初期，提出這類問題是很合理。對我而

言, 那時媒體與學術有關網際網路的論述, 似乎透露出一種令人費解的矛盾。這些論述充滿了預言, 亦即電腦中介傳播將會如何改變社會的每一個面向。同時, 隱身在這些預言之後的網路使用者形象就更特別了。在大眾媒體的描述中, 這些網路使用者就是「電腦玩家」(computer geek), 他們年輕、有活力、是北美洲男性的中產階級(或是少見的女性), 並且對有關電腦的一切感到無比興趣。在學術討論中, 所謂電腦使用者就是典型的大學學生、教授, 以及電腦專業或半專業的**2** 玩家。當然, 這些形象確實呈現出第一波網路採用者的模樣。我之所以提出這類的問題, 是因為關於網路媒介將有哪些遠景以及網路媒介具有哪些社會意義的討論, 都僅基於這些早期使用族群的實踐方式。這些論述會強調上網、玩網路遊戲以及介紹可自行選擇人物角色的「多人世界虛擬實境」(Multi-user domains/dimensions, MUDs)^❶, 並延伸至專家、學生以及其他知識工作者所創造出之較「嚴肅」的應用程式, 這些就構成了大眾對於網際網路的認知。然而, 心照不宣的是, 社會其他成員將會仿效早期使用者的那套作法, 著迷於使用網路帶來的嶄新可能性, 而忽略使用網路所需要的代價。

關於這些對未來的預測, 我認為其中一些內容是錯誤的。由於我並沒有因為電腦而成長, 也沒有因為網路而使收支平衡, 我反而體驗到為了獲取電腦、軟體與網路配備、技術而必須承受的時間、金錢與投入心力的負擔。此外, 我也懷疑一般人在工作、家庭以及短暫社交生活間來回穿梭之後, 是否還找得出時間或願意坐在電腦前玩「龍與地下城」

❶: 多人世界虛擬實境(MUDs)是一種以文本為基礎的虛擬環境, 玩家可以在其中相互交談與互動。

(Dungeons and Dragons, 譯者按: 一種網路虛擬實境遊戲), 甚或是瀏覽最新的網站。畢竟, 在大部分人的工作過程中, 並不是一定要處理資訊而不得不投注於電腦網路。簡言之, 我能預見網際網路成為工作幫手與另類娛樂的實用性, 卻難以想像如何將網際網路廣泛地應用在家庭與大眾媒體上。如果這種情況真的發生了, 其背後的利益與目標會與電腦專業者和科技玩家所追求的大相逕庭。

在一九九〇年代尾聲之際, 北美洲統計資料顯示網路使用率的成長。甚至受教育與高收入的網路使用者也隨之日益普遍(參見 Industry Canada, 1999; US Department of Commerce, 1999), 這表示許多非專業與非玩家的使用者都在上網、購買電腦以及向網路服務提供者(ISPs)付費申請使用帳號。不證自明的是, 網路服務提供者的經濟活力就如同一種新興企業, 此係大部分人都是基於象徵性與文字性的意義而付費進入電腦網路世界。由於我並不採信科技決定論, 所以在這種熱切接受新科技的聲浪之中, 我認為一切現象都不是自然發生的。我不停地想, 為何人們如此熱衷追求網路世界? 難道他們被媒體宣傳所誘惑, 還是被廣告洗了腦? 有人斷言電腦與網路素養會影響孩子的未來, 他們是否對此有所警覺? 是否因為激增的全球資訊網上之閃爍網頁吸引了他們, 而讓他們做出不太合理的成本與利益考量?

我無法接受那些成千上萬在家使用網際網路的人們只是被愚弄了, 且被廣告促銷詞彙所操弄, 因為英國文化研究(我在東歐時所熟悉的努力洗腦方法, 雖然沒有網路行銷模式那麼難以捉摸)已經告知我大眾的抗拒力量以及相關常識。所以, 如果網路付費者都不是傻瓜, 他們應該會運用網路的一部份功能。我想要知道的是這些功能為何, 以及將網際網路視為傳播媒介的社會制度化(social institutionalization)是否將

這些功能納入考量。

本研究計畫的概念於焉誕生, 亦即會是一個以每日網路使用為主題的民族誌研究。本研究主題傾向由下而上來探討網路對社會的意義, 也就是說從一般使用者的日常生活經驗著手。研究工作會由「局外人」來執行, 這個人將試圖瞭解與文化相關的網路使用意義與行為。

在此, 我將更細緻地描述有關「局外人的身分」(outsider status)。自一九九〇年代開始, 加拿大成為我真正的家鄉, 儘管事實上我仍然把握每一次「返回」保加利亞家鄉探視的機會。我位處於兩個家鄉、兩種文化的引力場之間, 雖然其間有數不盡的相異點, 但相同的是我電腦化的程度。我在保加利亞唸大學的時代, 在那時電腦幾乎是一種來自未來的科幻物品, 跟我同年代的同學會帶著敬畏眼光看著電腦, 並不期待電腦變成可真實運用的物品。在我當記者時, 打字機一直是我工作上的幫手。在一九九二年初期, 我開始使用電腦, 這是因為擁有豐富電腦知識的朋友對我說了一些喪氣話。在那年代, 電腦屬於科技精英所使用的專業範疇內, 不該是我大膽進入的。當我搬到溫哥華寫博士論文時, 才遇到和我之前期望完全相反的情況——大學學習環境中充滿電腦。當我置身其中, 比起任何會使用電腦來進行剪下與貼上技巧的人, 缺乏電腦相關知識常讓我覺得技不如人, 因此, 我也不斷請求電腦技術人員的協助。幸好, 相較於我的保加利亞同胞(他們對電腦可說一竅不通), 這些年輕的電腦工作者從電腦獲益良多, 更不會露出對電腦蔑視的態度。

然後, 不知從何而來的網路讓我的生活更加複雜了。現在我不僅要在電腦上撰寫報告, 而且(更糟糕的是)要寄 E-mail 給我的教授。但是當時間過去, 早先接觸電腦的嚴重壓力與無盡挫折的經驗已成為我研究生活的一部分。更甚者, 我將

電腦帶進家裡, 並且發現自己不只有在寫作與編輯論文時才會盯著電腦螢幕看, 我還會使用電腦與朋友保持聯繫、閱讀新聞或監視我兒子玩遊戲。因此, 我第二個想法出現了, 我必須承認我的研究只不過是致力瞭解其他人在網路上做些什麼, 並且藉由對照被研究者的故事, 嘗試瞭解我個人的「科技學習演變史」(technobiography)(Henwood et al., 2001)。此外, 我意欲跨出自身的學術背景, 亦即不只是以我的經驗來定義網路。我推想, 如果這種新媒體會成為更大社會脈絡中的一項重要因素, 那麼網路使用者就應該還包括了一些不靠電腦網路來謀生, 因而並未被迫擁抱網路的人(不像我的狀況)。

我將我想面見與瞭解的網路使用者類型定義為「單純的顧客」(Latour, 1987, p. 137), 也就是那些對網際網路沒有專業技術經驗與衍生經濟利益者。這類網路使用者必須自己想辦法獲取電腦, 或者自己向商業(或者非營利)網路服務提供者^②購買網路線路連結。我意識到這樣的使用者定義太廣泛, 但是卻對我的研究意圖有所助益, 即被研究對象排除早期電腦採用者(如電腦專家、學術研究人員與網路成癮者), 而觀察其餘的人及其使用網路的意圖。

貳、為何在家裡？

我想面見那些電腦「單純」使用者之處是在他(她)的家

②：這是以用以區分大多數典型學術與專業人員而產生的另一面向, 學術與專業人員通常使用他們所服務的大學或公司所提供的免費服務來上網。

裡。相較於工作場所的電腦化設備與網際互連, 電腦與數據機進入到個人家庭生活是一九九〇年代晚期的新發展。那時, 多數西方國家的網路產業已開始帶動決定性的家用發展方向。行銷策略開始鎖定家庭, 並將家庭視為電腦服務與產品的最終接收者。當電腦產品與電腦教育(即透過網路, 來上不同程度的教育課程)漸漸因過多而四處傳散, 越來越多的家庭就會在家裝設網際網路^③, 而加速了配偶、孩子與其他家庭成員的網路接觸。此一過程中, 由於來自電訊傳播、電腦硬體與軟體工業等強大力量的驅動, 使網際網路逐漸融入了人們的家庭與日常例行生活中, 就如同電話、電視與影音設備等傳播設備。

我會盡力透過文獻來說明網際網路如何進入一般使用者的家庭, 就是想記錄此媒體在社會歷史中的重要面向。如同較早期科技與媒體曾發生的狀況(參見 Spigel, 1992), 對網際
5 網路的歷史學家而言, 發明、產品與規範都是研究興趣的焦點^④, 然而大部分日常生活使用者的行為仍未受重視。我相信, 在一九九〇年代接近尾聲時, 撰寫這些並不吸引人, 然卻重要的歷史故事的時機已經成熟。

③: 根據一九九四年的加拿大統計數據, 25%的加拿大家庭都有家用電腦, 其中三分之一擁有數據機。在一九九七年與一九九八年調查加拿大家用網路使用的數據指出, 一九九七年有 39.8%的加拿大家庭擁有電腦, 一九九八年則是有 45.1%的加拿大家庭擁有電腦。而這些年來網際網路進入加拿大家庭分別是 17.2%與 24.8%(Statistics, Canada, 1999)。在美國, 一個由商業部所執行的調查紀錄了家用網路可得性日漸增加, 一九九七年全美家庭擁有的比率為 18.6%, 攀升到一九九八年的 26.2%(摘自 Kraut and Cumings, 2002)。在英國, 一九九八年只有 10%的家庭得以在家使用網路, 但是接下來幾年使用指數卻日益增加(參見 National Statistics Online, 2004)。

④: 參見羅森斯威格(Rosenzeig, 1998), 作者對多種網際網路歷史作了一番重要評論。

其次, 傳播研究者認為就社會行動與社會互動而言, 網際網路是一種嶄新的環境, 因而熱切地將研究興趣放在觀察線上社會現象(這份研究的發表人是: Cornell, 1995; Jones, 1995, 1997; Reid, 1991; Smith and Kollock, 1999)。海恩(Hine, 2000)已經指出儘管這些研究產出許多富有價值的洞見, 卻傾向將網路本身視為一種具有自身權利的文化, 並且沒有簡要地說明線上活動如何相容於網路使用者的離線生活。採用吉柏森(Gibson, 1984)所喚起的印象, 網際空間被視為超越空間限制、脫離肉體的自由漂浮身分、可替換性以及在此虛擬世界中與其他成員進行隨意的交流交往。另一方面, 家庭是一個停泊處、地區、事發現場、實體與生活慣例的縮影。檢視家庭中的網路使用, 這幾乎與新媒體的趨勢以及所有吸引傳播與文化分析的事物相對立。

參、為何使用質性研究?

有一個由卡內基麥倫大學研究團隊所執行的家庭網路計畫(Homenet, 1999, 另請參見 Kraut et al., 1998), 此研究在逐漸崛起的網路研究中呈現出一個不同趨勢。當網際網路進入家庭, 這個研究確實點出有關「發生什麼事」此一具邏輯性且長期以來未見結果的問題。然而, 這個團隊在社會心理方面的研究調查, 明顯地聚焦在家庭內網路使用者的網路衝擊上。因此, 在家中網路使用脈絡的符號交換過程中, 家庭網路計畫無法提供需更加深入的觀察。最近幾年, 針對揭露意義製造過程(伴以在生活各個面向上的資訊採用與傳播科技)的質性研究取徑持續有所進展。「歐洲每日生活傳播科技

網路中心」已發表一系列聚焦在資訊科技家庭化議題之具有洞見論文(參見 www.emte12.org/)。例如賴利(Lally, 2002)已詳細檢視在澳洲家庭中被視為家庭物品的電腦消費行為, 其次, 米勒與史萊特(Miller and Slater, 2000)也透過文獻證明對千里達家庭中的部分使用者而言, 網際網路的不同意義與實用性。「他們(網路使用者)如何理解他們所『汲取』、接收與付錢購買的知識?」、「他們又要用這些知識來作什麼呢?」迪瑟多(de Certeau, 1984, p. 31)提出上述這些表面看似簡單的問題, 已開啟了強調並關切家庭網路使用者行為的研究。

我相信基於幾個重要的理由, 使我們必須將上述問題存乎於心以檢視家庭網路使用行為。首先, 在家上網的過程中, 個人的身體等於進入了網路世界, 因此我們可將網路使用者視為一種社會性個體, 而以其日常生活為背景來詮釋他或她的「網路相關行為」。那麼網路使用行為如何與組成家庭與社會的實踐相互結合? 網路使用行為是否有助在個體與廣大社會生活的實體之間建立出有意義的關係? 很多人都在深思這些問題, 因此要能夠正確評估網際網路的社會與文化角色, 只能藉由小心檢視採用此媒體者的直接涉入程度。

觀察家庭網路使用脈絡需使用質性調查的另一個原因在於, 藉由觀察因個人動機所驅使的使用者, 以發現使用此一新傳播媒體者所投入心力、物力的原因。使用者在接受與抗拒既存科技與文化形式之間的關係為何? 難道使用者自身基於使用此一新媒體, 而開啟了科技與文化的新形式嗎? 在新科技與傳播媒體遭逢社會形塑的初期, 產品功能的發明與對一般使用者的意義特別具有活力。但在產品形塑過程後期, 力量強大的政商利益所偏好的產品詮釋意義會趨向盛行。如果無法符合政商思考模式, 使用者提出另類產品的期

待可能會完全消失。因此, 在網路發展的例子中, 以文獻證明其另一些可能性也許有其歷史與政治重要性。這個由一般使用者所發明, 而我將稱之為「使用行為類型」的研究, 能夠提供政治性評論媒體的基準, 也能藉由參照對此媒體發展可能性的期待, 針對現狀給予批評(Lefebvre, 1991)。網際網路該發展成何種模樣? 如果在嚴肅且平等的基準上考量工程人員、專業經理人與行銷人員的利益與洞見, 以及一般使用者所認為的產品實用性與意義, 網際網路又該有哪些特徵? 這些反思有助於由下而上建立一個新傳播媒介的民主過程, 也就是將媒體視為一個社會科技系統。

肆、某些交易工具

某些有關媒體與科技的理論觀點, 對於我的疑問提供豐富的觀念。這些理論包括(但不僅限於此): 科技的社會建構論、科技批判理論、媒體文化研究與現象學式的社會學。由希歐佛史東等人(Silverstone et al., 1992)所發展並進一步由希歐佛史東與海登(Haddon)所闡釋的「商品家庭化模式」, 提供了一種可資利用的中程理論, 指導了我以家庭網際網路使用為主題的實證性研究。當我致力維持這些理論原文的真實, 在此計畫中同時也運用其來支持我的興趣與目標。

我首要的理論目標一直都在詳盡闡述使用者的概念, 亦即將使用者視為在科技發展與新媒體形塑領域中的行動者。為了達成上述目標, 我將四種概念融會交織。第一種概念, 就是人造物(artifacts)具有詮釋彈性的建構主義觀點(Pinch and Bijker, 1987)。其次是芬伯格(Feenberg, 1991)顛覆性

理性化理論(theory of subversive rationalization)與科技的民主轉型理論。第三,我從文化研究中擷取了「文本的另類閱讀」之概念,並將之延伸為「將科技視為語言」之觀點。

接著,我透過結合現象社會學(Schutz and Luckmann, 1973)與批判理論(Lefebvre, 1971, 1991)的洞見,來理解日常生活以及家庭在日常生活中的位置。針對人們如何體驗他們每日的生活世界以及生活世界結構如何構成人類行動的問題意識,現象社會學提供許多富含價值的解釋。因此,現象社會學旨在探討理解主體,意即必須瞭解主體在追求自己目標的過程中,有能力操控自身物質與社會環境。

相反地,批判理論的一項明確目標,就是確認出社會關係,此社會關係是持續外在於思考與行動主體的日常生活視域(everyday horizon),卻能深遠地影響主體在進行思考與行動時的限制與可能性。我透過擷取各派思潮中的觀點而揭露了「科技雙重性」,亦即科技一方面是日常生活世界中的客體,另一方面又是一種社會關係的具像體現。在此觀點脈絡之下,家庭中的科技既可被看作入侵者與俘虜,也是殖民者與被殖民者。

觀察家庭網路使用者的實證研究(這是我根據上述理論架構所設計出來)有著民族誌的性質,意即嘗試從使用者的角度瞭解科技實行的情況。在研究中,我們善用使用者的敘事並觀察他們如何安排與網路相關的個人空間^⑤。透過讀取受訪者的電腦記憶區之資料,來探索電子產品的「內部」,這種研究方式替早期研究電腦消費的民族誌學(ethnographies)工具箱增加了的新技巧(參見 Moorse, 1993)。

^⑤:總之,有二三位來自溫哥華的家庭網路使用者對我的研究有所貢獻。其中部分案例,這些主要資訊提供者的家庭成員也加入訪談。

最後, 我的目標始終是想引領出一種關於網路家庭使用者的創意研究。我想要捕捉日常生活中, 人們面對新媒體而做出選擇的時候, 所運用的眾多微妙方法, 並藉此打破主從位階的平衡關係。同時, 我也想以一些故事, 例如人們在每天日常生活中交談的事, 反駁與電腦網路相關的大敘事。大敘事以我們不可及的方式呈現在我們眼前, 個人小故事則告訴我們在特殊情況下應該如何反應, 其中蘊含了賦權於一般人的潛力。

網路試閱版聲明

1. 敝社目前對書籍翻譯品質管控日益嚴謹, 每本書都至少經過四校的把關程序, 本試閱版僅提供尚未上市的校稿版本, 目的是為了方便讀者先睹為快。所以, 此試閱版本不論是內容或排版, 都與最後上市的版本, 仍有某種程度的差異。
2. 讀者閱讀此試閱版本如果發現錯譯或不妥之處, 歡迎讀者儘速透過電子郵件 (Email: weber98@ms45.hinet.net) 向敝社反映, 以便在正式送印之前能做修正。
3. 如果讀者試閱此版本以後, 對本書的內容有興趣, 期盼各位讀者在本書正式上市後, 踴躍購買。您的選購就是對本社最具體的支持, 也得以讓敝社更加茁壯, 出更多好書。

版權所有, 請勿做具商業屬性的運用

韋伯文化

International Ltd