

美麗人生？網路相簿社群內階級與權力 關係研究

龐惠潔

東京大學大學院 學際情報學府

rachelpangtw@gmail.com

摘要

本研究以盛行於台灣的「網路相簿社群」為研究對象，主張網路相簿導入了以「影像」為主的溝通模式，並且擴張「觀看」對網路使用者的意義。本研究意欲探討立基於此前提所形成的網路相簿社群，其間內存的互動情形、階級與權力關係如何展現，對網路相簿社群成員又形成哪些影響，以期理解網路相簿作為一種網路新技術的社會及文化意義。

本研究循質性研究方法開展，採參與觀察與深度訪談蒐集資料，總計進行為期 2 年 10 個月的參與觀察，並邀請 13 名成員受訪。

匯整訪談資料，本文提出以下三點研究發現：第一，網路相簿社群使用者於平台內討論影像資訊，平台外發展私人關係；成員之間不均等的互動將導致次社群集結現象興起，互動緊密的次社群可能脅及原社群的存在，或與之分庭抗禮。第二，網路相簿社群成員可依管理職權有無與符號資本高低，區分為管理者、核心成員與一般成員三個等級。核心成員與一般成員的位置乃是相對關係，是社群成員轉換現實資本進入網路相簿社群，進而取得社群資本後再交換而來的階級差異。第三，網路相簿社群內的權力關係主要表現於管制的施行和動員行動。

一旦網路相簿社群內的階級與權力差異確立，網路相簿社群內將出現（1）依附行動、（2）互動行為轉變，反權力行為增加，以及（3）成員互動私下化等後續效應，進而改變網路相簿社群內的活動狀態，以及相簿社群對成員的意義。

關鍵字：虛擬社群、網路相簿、階級、權力

[收稿]2007/07/31; [接受刊登] 2007/12/25

一、研究緣起

(一) 研究動機

虛擬世界中文字互動的威力仍方興未艾，另股以擬真實像為基礎的新興風潮卻已悄然崛起。1996年，Jennifer K. Ringley¹首開視訊（Web-cam）自拍風氣，同時促成文字互動形式之外，另一股「以影像／相片寫日記」的網路熱潮（Snyder, 2000）現身。台灣的視訊自拍站台不若美國普及，但卻盛行另一種「網路相簿」功能，可與Ringley的自拍網站遙遙呼應。

網路相簿係由業者統一語法和規格提供的平台，使用者只要完成註冊手續，即可享有固定的存放空間，並於此上傳、收藏或展示數位圖片檔案，甚至進一步透過留言版與觀看者發生互動。1999年，國內僅有兩家業者提供類似的相簿服務，但截至2005年，具備相關服務的網站已增長為19家。在使用情形部份，單是網路相簿先驅TaipeiLink²一站，就曾擁有四十萬人以上的會員數量³，還曾寫下單日千萬人次以上的瀏覽量。而後起之秀如Pixnet⁴、無名小站⁵，也分別擁有數十萬不等的註冊會員。根據創市際市場研究顧問公司⁶公布的「ARO網路測量研究」報告顯示，截至2004年6月為止，曾到訪網路相簿的不重複使用者已逾整體網路使用者的四成以上（創市際電子報，2004年7月；創市際電子報，2005年4月），足見網路相簿在本地網路文化中據有重要地位。

網路相簿（Web-Photo-Album）承繼網路的「分享」特性，使用者可透過網路相簿公開數位影像圖檔，或與其他網友建立互動。而經網路相簿累積的高知名度，尚能進一步延伸至線下世界，為使用者帶來相應的名利、人脈：

¹ JenniCam原網址為：<http://www.jennicam.org>。但自2003年12月10日起，該站已遭平台業者取消帳號並關閉。

² <http://photo.taipeilink.net>

³ 協志聯合科技股份有限公司提供

⁴ <http://www.pixnet.net>

⁵ <http://www.wretch.cc>

⁶ <http://www.insightexplorer.com>

「(前 TVBS 主播)王怡仁則是以網路美女聞名...有當藝人的外表，王怡仁選擇在新聞界打拚，只爲了證明她不是『靠臉吃飯』，熟悉網路的她，更常上網跟網友互動，也難怪人氣狂衝，成爲 TVBS 最閃耀的一顆新星。」(星報，2005 年 5 月 2 日 5 版)

或演變爲無止盡的騷擾惡魔：

「傅上網瀏覽「無名小站」個人相簿，發現暱稱「韋韋」的盧姓女子照片...傅侵入盧家偷走盧女記事本，隨後躲起來想等盧女，不料盧母先行返家撞見，傅憤而持水果刀刺殺盧母。」(聯合報，2006 年 4 月 1 日：A8)

網路相簿的盛行還造就了「網路美女」現象興起，「容貌」在網路互動過程中的影響力逐漸擴張，也使網路互動與其原初承載的期待逐漸悖離。

在過去，網路未見形影的特徵，強化了網友對互動訊息中蛛絲馬跡的倚重，網路相簿的出現卻將容貌形姿的影響再度延攬上線；如今網友無需汲汲於文字線索拼湊螢幕後的形影姿容，只消一列網址、一本相簿，對方容貌即無所遁形，而缺乏相簿或姿容不佳者，也可能再度於網路世界中遭到排擠：

「新浪 BBS 網站...與一般 BBS 最大差異，在於提供照片、圖片等功能，不再是純文字，避免發生恐龍胖妹化身網路美女、上 BBS 站交友騙錢的事。」(經濟日報，2000 年 7 月 5 日：31 版)

換言之，網路相簿造就了一種在「已知對方形貌」前提下開展的互動形式，這不僅衝擊著網路的「匿名」特質，也使文字不再是網友彼此衡量的唯一基準，更讓容貌的影響力滲透虛擬空間。網路相簿的出現同時也向原有的人際互動投下變數；盜用、合成或爲報復散佈私密照片的行爲層出不窮，「現實中的嫌隙上網解決」的傾向，更使網路相簿一次又一次成爲社會事件的源頭。由此形成的網路相簿社群具有何種特質？相簿社群內的階層、權力關係如何展現？網路相簿的繁盛激起了重重問號，相關研究中卻罕見朝此而行的回應。

黃哲斌（2003）、詹明璋（2004）與林慧琪（2004）曾以網路相簿為題興文，惟黃哲斌與詹明璋聚焦於自拍動機和意義解析，林慧琪則關注相簿使用行為的探掘，三人均未將網路相簿視為社群現象予以討論，無從深入理解使用者在相簿社群中開展出的互動意義。而方瑞華（2002）雖曾朝 TaipeiLink 提問，然其觀察重點乃在平台功能的整理和成員滿意度分析，同樣也未能反映「網路相簿」引發的人際互動效應。有鑑於此，本文擬朝網路相簿社群發問，意圖探究網路相簿社群內的互動行為與社群內存的權力與階級差異，並進一步釐清左右社群內階級分化的關鍵要因。

（二）概念定義

本研究指稱的「網路相簿」涵蓋以下三種特徵：(1)網路相簿是將數位圖片存放於網路空間中的數位相簿，使用者透過業者提供的編輯與上傳軟體，將各種數位圖片檔案上傳於此。(2)網路相簿擁有獨立的網路位址，使用者可經此相互串連。(3)網路相簿僅接受數位圖片檔案，對程式語言的把關嚴格，惟使用者可在業者允准範圍內修改基本語法配置。

近年本地出現許多與網路相簿近似的功能服務，例如 Blog 和 Yahoo!奇摩交友。Blog 功能較似個人網站，「文字」訊息為主，圖片多係用以輔助內容，和網路相簿「以圖片為主、文字為輔」的形式有別。交友網站亦復如是，且交友網站乃是清楚定位於「網路交友」，迥異於以「分享」為目的但不強制成員互動的網路相簿。有鑒於此，本研究討論範圍將僅限定於「網路相簿」平台或平台中的「網路相簿」功能，至於 Blog 或交友網站的圖片刊載功能將不納入文中討論。

（三）研究目的

本文主張若欲理解新科技對人際關係造成的影響，首先應正視虛擬社群內存的互動關係、階級與權力差異。研究鎖定「網路相簿社群」為題，主張網路相簿導入了以影像為主的溝通模式，並且擴張了「觀看」對網路使用者的意義。而立基於這些前提形成的網路相簿社群，其間內存的關係形式、階級與權力分化情形如何展現，將是本文意欲

釐清的重點。易言之，本研究試圖探索作為一種網路新技術的網路相簿，如何牽動網路使用者的互動行為，以期理解媒介介面特性對社群互動的可能影響，並找出左右成員在虛擬社群中所據階級差異的要因。

二、文獻探討

(一) 虛擬社群內的階級與權力差異

網路先驅 Howard Rheingold (1993) 定義「虛擬社群」為「網路上的社會集結；是在足量的人們進行足夠時間的公共討論，並且投注充份情感，於網際空間裡建構個人關係網絡時所浮現」。當擁有共同「興趣／利益」的使用者在網上邂逅、互動，並營造出彼此「相互連結的意象」時，就具備了形成虛擬社群的基礎。這也意味著虛擬社群的內部文化，是深受系統介面、成員與社會脈絡等數股力量浸濡激盪的結果 (Jones, 1995; Schuler, 1996; Holmes, 1997; Wellman & Gulia, 1999; Lyon, 2002)。

過去的網路研究主要關注虛擬社群對成員認同的形塑、成員參與表現，以及虛擬社群作為公共領域的可能性，至於社群內部存在的各種衝突、分化和對峙，鮮少成為學者分析的焦點。這一來是因早期的網路世界缺乏中心化的使用者，社群內部的分裂情形並不明顯 (Davis, 2000)，二來則與研究者意圖在質疑虛擬社群存在意義的聲浪中，樹立虛擬社群研究的正當性有關 (Hills, 2002)。然隨網路普及、虛擬社群蓬勃發展，成員間的衝突對峙層出不窮，近年有越來越多的研究者開始正視虛擬社群內存的階級與權力差異 (Baym, 1995, 2000; Shade, 1996; Reid, 1998;)。

Andrea MacDonald (1998:136-137) 是率先倡導應正視虛擬社群內階級差異的先驅，她指出成員於社群內所據階級的高低，取決於其知識、社群參與、社會網絡和所能提供的資源多寡。Hills (2002:57) 則融入 Pierre Bourdieu (1984) 的「資本」說，進一步對 MacDonald 的論點作出分類，並主張虛擬迷社群成員同時持有「虛擬迷資本」與

「(現實)資本」,兩者之間相關但不相等。MacDonald 與 Hills 的分析突顯出兩個重點:(1)成員係以「虛擬社群資本」來交換(Exchange)社群內所據階級,(2)成員可以「現實資本」交換「虛擬社群資本」,惟兩者並不必然呈對等關係。至於是哪些「資本」、又如何影響群內階級,MacDonald 和 Hills 未提出細緻說明,但均點出了虛擬社群推崇的價值與特徵將是判斷線索。

何以虛擬社群內的階級現象值得注意?學者們指出其因有二:(1)權力伴隨階級而來,社群中的高階成員不但可司掌決策、對外發言,連對其他成員也具有卓越的影響。而為爭奪更高的位階與權柄,社群成員將進一步採行合作、對抗或排除的動作。換言之,(2)對群內階級的觀察有助於吾人理解新科技對人際互動施展的作用。

Dennis Wrong (1956) 將「權力」定義為「某部分人在另一部分人身上產生預期與預料效果」的能力,其中包含了意圖性、效應性、潛在性、非對稱的關係與多重表現形式等特徵。Peter Blau (1964) 延續此一觀點,直指「權力」伴隨位階而生,並經由各式各樣的社會交換為人取得,目的在促使其他成員對己產生服從。Wrong 與 Blau 的分析雖依傳統社群而發,但和虛擬社群情形相互呼應,他們都點出「權力」是一種遂行個人意志的能力,也都提及「權力」的取得端視個人如何對隸屬社群形成貢獻而定,本研究主張可引為檢視社群內權力問題的參考。

然而虛擬社群內的權力施行仍與傳統社群有別,Elizabeth Reid(1998)與 Nancy Baym(2000)就曾點出,虛擬社群因以出入自由與匿名等特質著稱,成員可以輕易切斷社群內的紐帶連結,並在不必承擔社會責任的情況下脫離社群而生。因此,一旦有成員不願接受社群的既有價值與規範,即可能採取沉默、外移或對抗的舉動,甚至和原有社群分庭抗禮(龐惠潔,2003)。這意味著虛擬社群內存的階級與權力俱含流動(fluid)的特質,僅在社群成員共同承認的基礎上才能發揮作用。

(二) 網路相簿社群內的階級與權力交換

Hills (2002) 對虛擬迷社群進行觀察時發現，社群成員掌握的迷文化資本（迷知識）、迷社會資本（社交網絡與社交對象身分）與迷經濟資本（蒐藏品、與會能力），將影響他們在社群中的表現和所據位置，因為這些資本是虛擬迷社群所推崇的核心價值。儘管 Hills 並未對前述資本間的交互關係作出細述，但他的論點為虛擬社群的階級來源提供了參考依據，當研究者意欲追問哪些資本可成虛擬社群階級交換憑據時，首先必須找出該虛擬社群所推崇的信念或價值。譬如，在電腦迷的討論社群中，成員所能提供的技術資訊質量，和實際開發、改寫、破解程式的能力，是在社群中擷取高位的關鍵。但到科幻小說讀者的討論社群裡，對科幻作品的熟知、創作能力與文采，才能贏取其他成員的敬意（Kollock, 1999；Hills, 2002）。換句話說，儘管虛擬社群內皆有階級權力分化的存在，但因各個社群標舉價值有別，因此即使是同一個網路使用者，也未必能在所有社群中贏得同等高位。是故，朝不同虛擬社群的階級、權力形成來源發問，不但是對個別虛擬社群的特徵進行考察，也是理解新科技多元面向時的重要取徑。

本研究鎖定網路相簿社群為題，網路相簿最大的特徵在於：成員是經由「圖片影像」展示自我、對外發聲。意即，網路相簿的出現修正了 CMC 必然等同文字溝通（text-based communication）的刻板印象，並且帶出另一種以「影像」為基礎的溝通（image-based communication）途徑，以及不同於過去虛擬社群內的「觀看」（watch）形式。Rheingold (1993:164) 嘗言，網路活動原為「觀看」行動所構成；一來人們會「環視」（look around）以確認誰在線上，二來網路流通的內容多是經視覺傳遞。但筆者以為，觀看「文字」和觀看「影像」仍然有別，在「文字」的屏障之下，使用者的個人線索是以碎裂、隱匿的方式流散，故而有網路使「性別、年齡、國籍與實質外貌不再重要」的說法浮現（Rheingold, 1993）；「影像」卻揭露了使用者的容貌、姿影與生活樣態，甚至使其成為吸引訪客的重點，Rheingold 的宣稱因而在網路相簿社群裡遭到顛覆。

Susan Sontag (1990) 在《論攝影》中言及，「沒有人曾透過照片

發現醜，可是許多人透過照片發現了美」。以展示照片影像為訴求的網路相簿社群亦具備此一特徵：

「自從數位相機漸漸普及之後，用網路相簿紀錄生活那可就更先進了。網友們選定網路相簿，**傳上自己最滿意的照片⁷**，不但可以自我欣賞陶醉一番，如果設定公開的相簿，供人欣賞傳閱，更可以達到『一美天下知』的無敵效果。」(星報，2004年9月12日：C5)

社群內最受歡迎的相簿，通常是妝容精巧、穿著亮麗、生活豐富的網路美女，美好、正面的影像，則是最受社群成員歡迎的作品：

「網路相簿近年來粉流行，更是許多大學生每日必逛的網路「景點」，到底其中有何迷人之處？學生說，**現實生活中能看到的美女不多，在應付繁忙功課之餘，有電腦上的「顏如玉」相伴**，黑白的研究生活都會變彩色哩。」(中國時報，2004年10月4日：社會綜合版)

Branwyn (1994) 在討論網路上的文字互動時戲稱，虛擬世界中迅捷的打字速度與優美的書寫方式，就彷彿現實生活裡的美腿與翹臀一樣動人。其語係對網路文字溝通形式而嘆，但網路相簿的出現與普及卻意味著，「美腿」與「翹臀」的影響力已經滲透入虛擬世界，甚至可和文字一較長短。

「美貌」在虛擬世界中的意義鮮少獲得討論，但在社會心理學與性別研究陣營中，卻是學者們爭戰不休的主題。「美貌」(beauty) 係指外貌身型富有吸引力，曾經是兩性共同追求的目標，十九世紀起逐漸被與女性價值劃上等號，並與社會權力發生串連，使得性別、美貌與權力的糾纏密不可分 (Wolf, 1991; Callaghan, 1994)。社會心理學對「美貌」的討論，著墨於容貌對社會關係的影響；過往研究顯示，「容貌」可以作為一種資本，在社會報酬的交換過程裡發揮作用，而「容貌」與權力的扣連，則將加深人們依附、親近與推舉「美貌」的行動。(Rudd & Lennon, 1999; Bull & Rumsey, 1988)。而忽略美貌與

⁷ 粗體、底線為筆者加註。

性別的拉扯，則是社會心理學研究最大的缺點。

Naomi Wolf (1991) 就指出，父權機制藉由對「美貌」與「社會權力」的扣連，使其成爲逐權資本，吸引女性投身，但所得權力祇是父權機制同意讓渡的部分，而不足以顛覆不平等的性別結構。曾有學者因而將對抗的希望寄託在新興媒介如網路之上，但據筆者觀察，近年的網路互動趨勢卻顯示了「美貌」的威力已經滲入虛擬世界。過去人們透過書寫與修辭建構關於「美貌」的想像，「讀」起來最貼近「美貌」理想的說明檔與 ID，是最易爭取虛擬愛慕的對象。網路相簿的出現則帶入了「影像」的力量，越能符合「美貌」的影像，就越易爲使用者累積虛擬聲望。是以，盜用、合成、仿造事件層出不窮，「若欲逐權，首先逐美」成了網路相簿社群參與最貼切的形容：

許多提供相簿空間的網站，不但定期發行相簿電子報還會統計人氣排行。很多人刻意拍攝特殊主題的照片，有的人專門「出外景」外拍，從燈光到服裝每個細節無一不講究，有的人甚至大方裸露身材。網路相簿內容五花八門，也產生許多相簿名人（聯合報，2003年11月2日：A3）。

但值得注意的是，網路相簿呈現的內容並非即時即刻擷取的面容線索，而是經過拍攝、篩選、影像處理與上傳等步驟的成果，意即網路相簿的使用者對影像的操控擁有更大的調整可能。在如此前提之下形成的網路相簿社群，已明顯與 Ringley 式的全天候自拍網站有別，其間的互動關係爲何？階級、權力關係如何展現？在觀看「影像」至上的基本信念下，又有哪些資本是影響社群成員擷取位階的關鍵？這些在過去未被釐清的疑惑，將是本研究朝網路相簿社群發問的重點。

(三) 小結

本研究以網路相簿社群爲題，旨在探討社群內部的階級與權力差異，並試圖導入 Hills (2002) 提出的虛擬社群資本概念，探索影響成員擷取權位的資本特徵、內涵，以及從現實世界到虛擬社群間的交換過程。易言之，本文擬探究社群內的互動關係，並檢視在「逐美」風潮之下，網路相簿內存之「美貌」內涵、意義與影響。

三、研究方法

(一) 研究取徑與抽樣

本研究擬採參與觀察與深度訪談並行的方式進行資料蒐集。虛擬社群原非理性與資料堆砌的成果，「情感」乃為貫穿其間的重要元件，研究者唯有親身涉足社群活動，才能理解「情感」對個別成員具有的獨特意義（Wilbur, 2000；Rheingold, 1993；Baym, 2000；孫治本，2002）。加以 Mitra 與 Cohen（1999）曾經指出「文本交換」（text exchange）對網路活動的重要性，主張任何可供訊息傳遞的物件都被視作溝通「文本」看待，因此在探勘虛擬社群內的互動行為時，不僅應正視網路文本的重要性，還須關照使用者傳遞的形式與過程，包括板面上明顯可見的互動，以及私下的魚雁往來等等。其中的部分資料雖可經由網路瀏覽獲取，但若欲知悉社群內部的活動細節，筆者以為唯有深入社群尋求群內成員的協助，才可能獲得充沛的參考資料。

有鑑於此，筆者採參與觀察佐以深度訪談的形式，涉入網路相簿社群收集資料。參與觀察係自 2003 年 7 月至 2005 年 5 月間展開，2004 年 3 月起與部分觀察對象進行聯繫，2005 年 5 月正式展開訪談，總計邀請 13 人受訪。13 位受訪者中有 12 位曾經使用網路相簿，1 位為 Beauty 板管理人員。擁有網路相簿使用經驗者的共同特性在於：（1）均曾使用相同的網路相簿平台；（2）均曾透過網路相簿／BBS 版面經營個人網絡，在網路相簿社群內部均有個人所屬的小團體。也就是說，本次受訪者符合卡布利與米勒（Carbtree & Miller, 1999/黃惠雯譯，2003）的建言，具有文化上部分同質性。再者，他們除了（3）經營各自的網路相簿之外，亦曾參與其他次社群的活動，可於同質經驗外提供不同的心得觀點，有助於擴增訪談所得。

(二) 研究問題

本研究針對網路相簿社群內階級與權力差異現象發問，提出研究問題如下：

1. 網路相簿社群內的互動行為為何？
 - (1) 成員以何種方式互動？

- (2) 互動對象為何？
- (3) 有何特徵？影響為何？
2. 網路相簿社群內的階級分化情形如何？
 - (1) 網路相簿社群內有何種階級存在？特徵為何？
 - (2) 社群成員如何區辨彼此階級差異？區辨標準何在？
3. 網路相簿社群內的權力關係如何展現？
 - (1) 權力關係的表現形式為何？
 - (2) 成員的反應與所受影響？

四、研究分析

(一)網路相簿社群互動情形

1. 網路相簿社群成員於平台討論影像資訊，平台外發展友誼

筆者整理訪談資料發現，(1) 數位相機、掃瞄器等影像設備的持具，以及(2) 現實生活中友人的引介，是網路相簿社群成員啓用相簿服務的契機。受訪者不約而同表示，他們最初啓用網路相簿時並無結交網友的念頭，純粹只是意欲藉由網路相簿無遠弗屆的特質，強化他們在實體世界原有的社交網絡：

「一開始是因為我之前在國外唸書，那一些朋友他們都在台灣... 相本的話你可以看到對方的近況，又可以聊天，我就覺得蠻不錯。」(R09, F, 25 歲)

這與 David Holmes (1997) 的觀察相互呼應，顯示網路新功能問世初期，使用者多傾向視之為「面對面溝通」的延伸，卻鮮少意識到其間可能開創的社交網絡、價值、時間感與文化過程。然隨參與時間漸長，受訪者對相簿平台的觀點也出現變化。如今影響他們續用網路相簿服務的因素，與(1) 相簿平台的服務品質，和(2) 網路相簿社群的社交網絡相關。Kollock 與 Smith (1999:8) 認為，WWW 環境兼納圖文影音，遠較文字溝通具有深度互動的潛能，故可助長使用者發展進一步的友誼。意即，結合影像與文字功能的網路相簿，不單是使用者建構個人形象的舞台，更是拓展社交的利基。而這種肇因於網路相簿的互動關係，影響力並不遜於實體世界的友誼，從其逐漸取代前者，並

成爲左右使用者續用網路相簿的要因即可窺知一斑：

「一方面是我有朋友就是剛開始有用無名，他就跟我講說那個容量大，傳輸速度也很快就是，然後就一直拖我們去。我本來還蠻支持 TaipeiLink，就說不行我們要在舊家，然後一看過去就說好吧，那就來吧。像我們現在這幾個朋友，大部分就是一整票過來的。」(R06, F, 22 歲)

受訪者 06 提及的「一票朋友」就是她在網路相簿社群中結識的其他成員，她們之間不但會互相瀏覽相簿、簽寫留言，就連選擇新平台時都是以集體方式遷移。這顯示使用者過去將網路視爲「面對面溝通之延伸」的想法已日趨瓦解，取而代之是網路相簿社群內各種零星集群的興起。

網路相簿社群內的互動方式可依訴諸管道區分爲(1)線上、(2)線下行爲討論。線上互動指的是使用者與其他成員在網際空間裡進行的各項連繫，可依據互動空間再細分爲「平台內」與「平台外」之別(圖 1)。使用者選擇的互動方式，與他們和互動對象關係的親疏遠近有關。關係緊密的成員，不只在平台內相互留言，平台外也會保持聯繫，進而將關係落實於實體世界，反之，交情不深的成員只會透過相簿平台維持點頭之交。再者，使用者之所以發展出平台外和線下的互動，與他們意識到網路相簿的公開性值可能脅及隱私有關。成員或逐漸傾向將私密、情緒性的討論匿入平台以外，形成「平台內討論相簿影像，平台外發展緊密關係、無所不談」的歧異。受訪者 09 就指出，雖然她並不喜歡以悄悄話留言的形式與朋友互動，但當涉及隱私話題時，她仍寧採平台外的溝通方式(如 MSN)向網友傾訴：

「我不太喜歡悄悄話，因為你講悄悄話大家就看不到你們在說什麼；有時候是真的很需要，那通常我們都會透過 MSN 講...感情的事情的話，跟我比較好的朋友知道我只是紓發當時的感覺，大家很少會真的留言在上面，會用 MSN 講。」(R09, F, 25 歲)

這顯示網路相簿社群的成員雖然同屬固定社群，但成員間的互動並不均等，關係亦有親疏遠近之分。部份成員將會開始訴諸多重連絡管道，並試圖把網路友誼帶回實體世界，進而助長網路相簿社群內「次社群」(Sub community)的集結。

2. 次社群集結現象興起 原社群意義轉變

次社群意指由少數社群成員自行集結的人際網絡，範圍與人數較少，成員間可進行更頻繁的聯繫。筆者過去觀察虛擬迷社群時曾有相同發現，當虛擬社群的規模擴大，互動情形出現衰減，部分成員就會自行集結，並發展出猶如初級團體的支持關係（龐惠潔，2003），網路相簿社群也展現了近似特質。

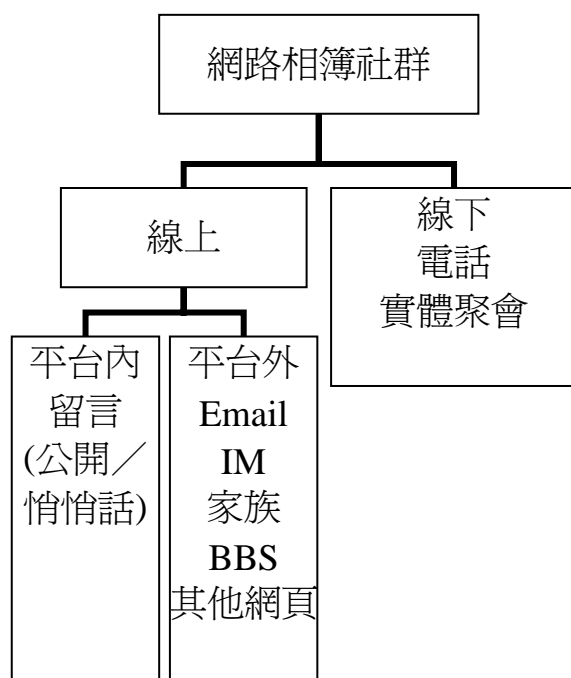


圖 1：相簿社群成員互動

次社群的來源包括：成員（1）在現實世界社交網絡的線上延伸，以及（2）在網路相簿社群中邂逅、建構的網路友誼，其中又以後者為多。值得注意的是，當次社群中建立了一定的互動關係之後，他們會進一步展開線下聯繫，將線上友誼帶入現實世界之中：

「之前在網路上大家會留言，會討論某些事情，會有共通話題，那漸漸地和他溝通的機會比較多以後，就會想了解他更多...通常都是一段時間以後，就是藉由

見面的互動來了解到說，跟這個朋友有沒有可能成為很好的朋友。其實我覺得你一旦跨出那一步到現實裡，大概就會知道你會不會跟誰很合」(R09, F, 25 歲)

次社群的關係類似於初級團體，成員會在互動中發展出專屬的行話、規範與價值，並藉由（1）發表私人聚會照片，（2）發表參雜行話的圖說／標題／留言相互呼應，或透過（3）集體響應的活動，公開宣示自己的次社群身分。其次，單一成員可能並不隸屬任何次社群，或同時隸屬多個次社群；譬如 13 位受訪者中，就有 12 位擁有自己的次社群團體，也有受訪者身兼不同次社群的成員身分。這除呼應 Wellman & Gulia (1999: 184) 所言，網路使用者將採多重、片段式的參與出沒於不同群體之間，也顯示虛擬社群內同時存在多重次社群的現象已趨普遍。

次社群（1）維繫了成員使用網路相簿的意願，（2）同時也是他

們在實體世界中的支持力量，次社群中的少數成員還可能因此成為社群內的意見領袖。而隨次社群的互動越趨緊密、活躍，他們與非成員的差異便越趨明顯，非次社群的成員將因而產生（1）依附、（2）自組次社群、或（3）挑戰行爲。易言之，次社群的存在揭露了群內互動關係不等的問題，也顯示伴隨網路相簿社群的發展，社群互動將出現私密化、分散化的傾向，原有社群對成員的影響力和意義漸趨弱化。

（二）網路相簿社群內階級差異

1. 網路相簿社群階分管理者、核心成員與一般成員 劃分標準涉及管理職權有無和成員符號資本高低

網路相簿社群成員係依據（1）管理職權有無、（2）成員符號資本（知名度）高低兩項標準區分彼此位階差異。筆者依據觀察與訪談資料，將網路相簿社群內的階級分化情形歸納如圖 2，即網路相簿社群內包含：（1）社群管理者（平台業者）、（2）相簿社群成員（相簿使用者）；後者可再進一步依照符號資本高低細分為（1）核心成員（符號資本高）與（2）一般成員兩種。

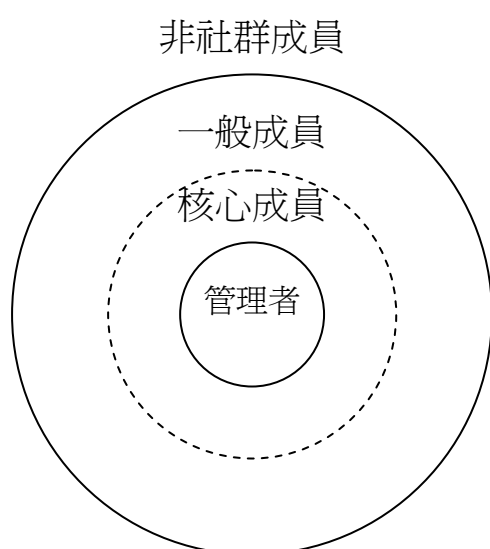


圖 2：網路相簿社群階級分布

「管理者」職掌平台空間，提供網路相簿社群運作所需設備和技術支援，可對相簿使用者施行管制以維持社群運作。「核心成員」係享高符號資本的使用者，他們不僅在網路相簿社群中具有知名度，會吸引成員依附、示好，名聲還可能延伸至社群之外或現實世界，成為網站賴以招攬會員的活招牌。核心成員並無固定制度認可，但仍具有實際動員力量，且多半是次社群中的意見領袖，可挾其號召力與管理者分庭抗禮。「一般成員」則係網路相簿社群最大宗的族群，他們

是社群基本服務的使用者，不若「核心成員」對社群擁有巨大的影響力；但有意提升個人地位、擠身「核心成員」一員的使用者，將會透過主動串聯、示好、依附核心成員的方式提昇個人位階。譬如，受訪者 04 就提及，她曾主動要求網路相簿社群中高知名度的網路美女將她加入好友名單，以期分享月暈效應：

「(主動要求加入好友名單)只有一次而已,就是那個網路美女。因為之前就有人在她的相簿留言說,怎麼你的好友都是美女(笑),我就想說我可以跟她們擠身並名之列。」(R04, F, 23歲)

2. 現實資本轉換虛擬資本 虛擬資本交換網路相簿群內階級

Bourdieu (1984) 曾講述經濟資本、社會資本、文化資本、符號資本與階級的關係, Hills (2002) 延伸 Bourdieu 的觀點, 賦予資本與虛擬社群內階級新的關聯性。他指出, 社群成員除了在線下擁有各級資本之外, 在虛擬迷社群中所持具的資本也有高下之分, 使成員在競逐群內階級時得以脫穎而出。本研究循 Hills 論點而發, 並試圖針對 Hills 未提出詳盡說明的現實資本和社群資本關聯進行考察。彙整觀察資料後發現, 網路相簿社群階級的形成, 意即現實資本、虛擬社群資本和群內階級的交換過程約可歸納如下(見圖 3 與表 1)。

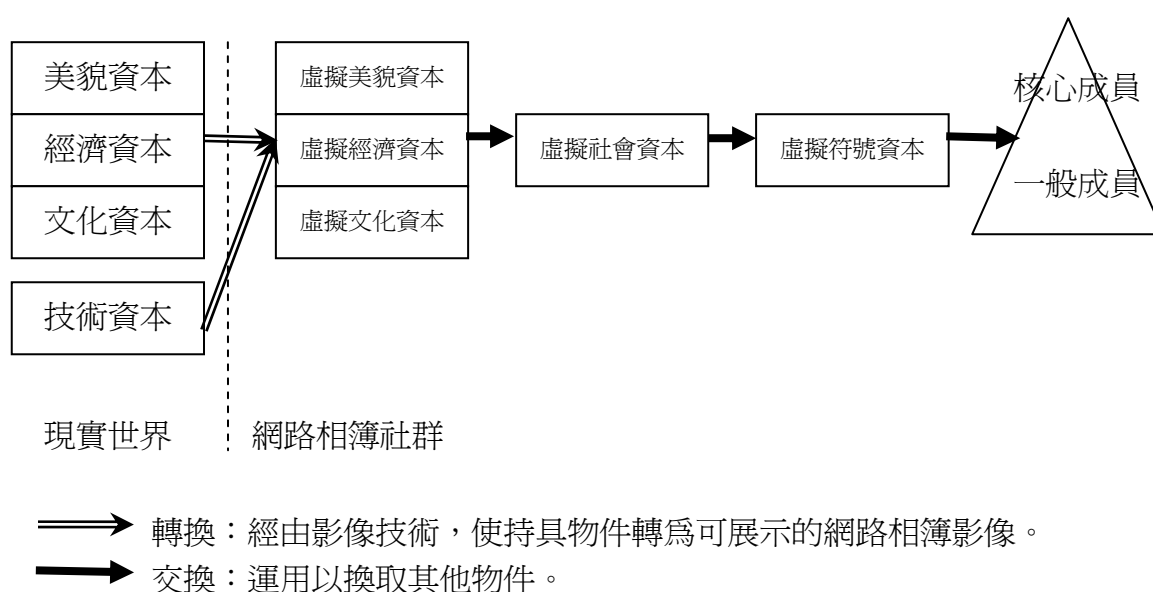


圖 3：網路相簿社群階級來源

「影像」是網路相簿社群中的重要溝通方式。筆者觀察發現, 網路相簿社群成員在觀看影像的行為上, 有偏好「正面」、「美好」事物的傾向, 成員會致力於挑選、展示符合上述條件的影像, 令人不快的人事物則罕能現身相簿:

「看美女吧, 我喜歡看美女的...就覺得美女賞心悅目, 然後看他

去玩又覺得很棒，就會想說下次我也想要去她玩過的地方，這樣也不錯。」(R08, F, 25 歲)

值得注意的是，本研究在此區分「轉換」(transform)與「交換」(exchange)兩種概念。「轉換」是指在成員持具的現實資本與虛擬資本之間，將現實資本經由一定過程處理，並以符合虛擬社群要求之形式展示的過程；被轉換的資本與轉換成果之間相關但不必然相等。譬如，在網路相簿社群之中，物件是以「影像」方式呈現，當使用者想與其他成員分享個人經歷事物時，首要步驟就是將之「影像化」轉為數位圖片上傳公開。而也正是因為有此「轉換」過程的存在，網路相簿內呈現的影像不但是挑選、製作的結果，也因此有了被戲耍、逆轉、仿造或挑戰的可能：

「我放上去的照片還是會經過篩選...我會放比較我覺得自己拍比較漂亮的，或者放一些比較代表性的，譬如說我去玩的景點的部份、跟我合照的人是誰。」(R08, F, 25 歲)

表 1：網路相簿社群中重要資本定義

美貌資本	使用者的容貌姿色	虛擬美貌資本	使用者於網路相簿展示圖片中呈現的容貌姿色
經濟資本	使用者的收入、經濟條件	虛擬經濟資本	使用者於網路相簿展示圖片中呈現的個人持有物或生活方式(打扮、用品、食衣住行風格)
文化資本	使用者的教育程度、品味	虛擬文化資本	使用者於網路相簿展示圖片或文字言談中呈現的個人品味、文采、智識
技術資本	使用者的技術知識、能力(影像處理、網路)	虛擬社會資本	使用者在網路相簿社群中開展的社交網絡(互動對象數量、互動對象聲名、互動對象影響力)
符號資本	使用者在現實生活中享有的知名度與影響力。	虛擬符號資本	使用者在網路相簿社群中的知名度與影響力；是區分使用者階級高低的關鍵，且亦能於現實生活中發生累積。

意即，網路相簿是以「影像」進行溝通，而非現實生活中面對面的直接聯繫，因此雖然承繼現實生活中諸如美貌、經濟與文化資本的影響，這些因素的作用卻比後者更加游離、浮動，精通網路或影像技術的使用者，甚至可以反向操作「影像」，仿造或捏造出根本不存在的個人形象以贏取其他成員的認同。譬如，曾是相簿社群知名人物的受訪者 02，就時常面臨相片遭到盜用仿冒的困擾：

「(我曾) EMAIL 給 YAHOO 的工作人員，我就會跟她們說這不是我本人啊什麼的，然後希望他們把那個檔案消除掉。可是後來我處理久後我就覺得算了，我就不想管了，因為畢竟不是我本人，你也不可能站在對方面前吧，那唯一的困擾就是人家會以為那個人是我，或者是用我的照片但是用別的名字。」(R02, F, 25 歲)

這顯示，網路相簿社群成員是否具備技術資本以及呈現意願，是現實生活中持具的經濟、文化與美貌資本可否經由「轉換」上線，並於相簿社群中發揮影響力的關鍵。而擁有較高技術資本的使用者，即便不具其他實質資本，卻仍可透過技術的操作或運用，進一步問鼎社群權位。

「交換」則意指以持具資本交換其他資本和階級之行。譬如在網路相簿之中，使用者若能展現較豐富的虛擬經濟資本、虛擬美貌資本、虛擬文化資本，在開拓社交網絡時就擁有優勢，不但能吸引大批網友依附、示好，還可成為社群管理者或業主倚重的靈魂人物，進而取得高虛擬社會資本，提升虛擬符號資本，躍為群內人人盡知的風雲人物：

「今天在沒有照片的情況下，你就會覺得遇到恐龍什麼...至少這個人你要看得順眼。不見得是帥哥美女，可是看她照片的風格、出去玩的感覺、她的文字，你會覺得說這個人蠻吸引你的，才想要跟他聊下去。」(R08, F, 25 歲)

此外，虛擬符號資本不但是決定成員於群內所據階級高低的基準，尚能進一步回到現實生活裡發生作用，同時提升使用者在現實生活中所

據各項資本的累積。譬如受訪者 02 就曾挾其於社群內的高知名度，獲取在現實生活中出任代言人、賺取薪資的良機：

「他們就是因為看到那個相簿，然後 EMAIL 給我，問我有沒有興趣參加。我就想說好像做的事情差不多，然後又可以賺零用錢，我就想說好啊，那就參加看看。」(R02, F, 25 歲)

(三)網路相簿社群內權力關係

1. 權力關係經「管制」與「動員」展現

「權力」是「對他人產生預期效果的能力」，通常是為達成某種目的而行 (Wrong, 1956)。本研究觀察網路相簿社群發現，相簿社群內的權力主要透過 (1) 管制 (刪除訊息、刪除帳號)，以及 (2) 動員行動發揮影響。

管制功能可依執行者再作細分：(1) 由社群管理者執掌：社群管理者可對成員發表的影像、文字、語法進行審核，並刪除言行不適當的訊息與帳號，以防止觸犯規範貨法令的訊息出現。然因社群成員數量極其龐大，管理者無暇一一兼顧，故多是由成員主動檢舉，經管理者確認無誤後再予以處理。(2) 由各相簿主執掌：網路相簿社群成員擁有各自的相簿網頁，並經管理者授權可對個人空間進行控管，自行決定是否 (1) 刪除其他成員與訪客的留言，或是 (2) 限制特定會員觀看相簿。其中，易遭刪除的留言內容多為 (1) 廣告、(2) 搭訕示好、(3) 挑釁攻擊的訊息，也有受訪者會定期刪去非次社群成員的訊息，使留言板維持其所意欲的樣態：

「就是除了是朋友留的之外，我都會刪掉，譬如說我今天上去看，只要是垃圾的我都會刪掉...譬如說他留言的時候，他會說想跟你做朋友，那種我都一概不理欸，就直接刪掉當作沒看到。」(R03, F, 24 歲)

惟需注意的是，相簿主自行設置的管制條例並不具有強制效果，無法完全杜絕騷擾訊息。當相簿主和訪客對管制條例出現意見相左情形時，甚至可能使相簿空間演變成筆戰、叫罵的舞台。這顯示相簿主雖

具有部分管制權，但因無階級身支持，因此難以遏阻同層級成員的挑戰，也顯示管制權力的施行充滿了不穩定和反抗的可能性：

「之前有人跑來，他是攻擊我男朋友，就說妳男朋友怎麼這麼醜，你也要跟他在一起，我就有回他，然後有點類似對罵吧。後來我就把相簿設成會員才可以留言，然後那個人更無聊，他還跑去申請會員特地要留言給我...真是莫名奇妙的人。」(R04, F, 23 歲)

其次，網路相簿社群中的權力關係還會透過「動員」行動展現。「動員」不同於「管制」，和管理者賦予的功能無關，而是成員憑藉網路相簿社群中累積的社會資本與符號資本，交換群內階級後相伴而來。換句話說，在網路相簿社群中擁有高點閱度、高人氣的核心成員，是最容易施展「動員」力的代表。再者，動員行動可細分為(1)「積極動員」與(2)「消極動員」兩種。

「積極動員」是由**使用者主動宣告個人需求，公開央請其他成員協助**的行為。例如，受訪者 07 就曾運用相簿號召網友一起蒐集、交換 hello kitty 磁鐵，在網路上引發熱切的迴響：

「我很喜歡這種全民運動，單調無趣的生活，因為 Kitty 磁鐵多了一份話題也多了一份熱情跟執著，我也因此感受到好多人的好心好意...如果這個 Kitty 磁鐵是金錢可以購買的，無形中就少了那個感情，就是因為缺少、因為等待、因為追求、因為交換，所以這些 Kitty 都是有故事的，看到這個豐富的磁鐵版，來自不同的地方、不同的人給我的割愛，我就覺得他們都是獨一無二，金錢無法取代的。」(R07, F, 30 歲)

「消極動員」則通常發生於使用者面臨騷擾和攻擊時，儘管他們並不主動進行回擊，路見不平的**其他成員卻主動代為辯護或予以反擊**的行動：

「其實我們在 TaipeiLink 就處理過很多這種問題，就有很多別人不友善的留言，你刪還是不刪？因為刪的話可能有人就繼續來攻擊，或是說你是心虛還是什麼...很多人後來就賭氣說我就不刪，

因為說真的，大部分的網路美女都有支持者，不刪其實倒楣的是發言的人，其他人會攻擊他。」(R08, F, 25 歲)

簡言之，網路相簿社群內的權力關係，主要透過「管制」與「動員」行為展現。「管制」的來源和平台業者／管理者的賦予相關，「動員」能力的豐寡則和社群成員所據群內階級、社群符號資本和社群社會資本相關。動員可依成員的主動性，區隔為「積極動員」與「消極動員」之分。

1. 權力的影響

一旦網路相簿社群內的階級與權力差異確立，成員的參與行動也將出現變化。研究觀察發現，權位差異導致網路相簿社群內（1）依附行動頻現、（2）互動行為轉變，反權力行為增加，以及（3）成員互動私下化 等效應出現。

（1）依附行動：隨相簿社群規模膨脹，成員要擴展知名度與社會網絡將更形困難，是以新成員或有意擷取聲名者，往往會開始依附網路名人、刻意示好，以求藉此提昇個人相簿點閱率。

（2）互動行為轉變與反權力行為增加：依附行為頻現將打亂社群內既有互動規則，大量的依附行為除造成核心成員留言暴增，也將開始分散他們參與相簿或回應互動的時間。不堪大量訊息湧入的核心成員，將會重新擬定回覆準則，甚至適時關閉相簿，以免個人空間進入失控狀態，或因未適時給予回復，遭到部分自覺被冷落的成員挑釁、攻擊

「現在就覺得說你認識那麼多人，有時候對自己會造成壓力跟負擔，你不可能顧得了那麼多人。像每個人都想要認識網路美女，就有人開始說你都不回我留言，怎麼只顧他不顧我，可是對他來講絕對不可能兼顧每一個人嘛。」(R08, F, 25 歲)

再者，反權力行為也將隨之浮現，知名的核心成員易成流言攻擊對象。由於網路空間具有匿名發訊功能，加以成員欣賞相片之餘常對核心成員私生活感到好奇，兩相結合促成匿名攻擊行為大舉出現，對

網路美女建構的形象與隱私產生嚴重威脅，也突顯出網路互動既能創造新的權力階級興起，也能在賦權的過程裡埋下顛覆、逆轉和反抗的可能，網際權力的取得與施行俱是充滿風險的過程：

「負面的就是可能會被我們拿出來討論吧，我覺得在背地裡被討論，看感覺，有的人可能喜歡，有的人會覺得不舒服吧。我是看得很開心啦，可是我覺得如果被說應該蠻難過的吧... (八卦板) 應該也比較偏頗啦，因為一定被誇大了，不過照片也被誇大了所以還好。」(R10, M, 22 歲)

然當原有的平衡遭到破壞，成員將採(3)互動私下化以為應對。此一情形尤以核心成員所涉足的次社群為最，他們會開始轉以電話、電子信件或是實體聚會的方式進行互動，而原先存於網路上公開閱覽的私人對話也將不復出現：

「那個時候好像是我問她問題吧，她就是意思是說，加 MSN 比較好講啦。因為那陣子她的留言板好像被人攻擊，就說她愛慕虛榮用名牌之類的，她就說她不想公開回增加自己的困擾，所以後來 MSN 比較私密，就跟她聊了一下。」(R04, F, 23 歲)

而當一般成員目睹核心成員經歷的衝突困擾之後，也會開始減少以網路相簿發表私密、重要訊息的行為，這將導致網路相簿社群內「寒蟬效應」的發生，最終致使社群意義出現質變。

三、小結

本研究經由參與觀察和深度訪談方式，透過網路相簿社群成員和 PTT 帥哥美女版管理者蒐集資料，並歸納出以下研究發現：第一，網路相簿社群成員傾向於平台內討論相簿刊載資訊，但偏好於平台外開展私人聯繫。這將導致社群內的互動行為出現不均等的發展，並助長以少數成員為中心形成的次社群興起；其中，規模強大的次社群甚至足以與原社群分庭抗禮。第二，網路相簿社群內可依管理職權有無與符號資本高低，將成員區分成管理者、核心成員與一般成員三種等

級。成員賴以取得較高位階的符號資本，與其展現或對社群產生貢獻的虛擬資本多寡相關，而此一虛擬資本又可能涉及成員於現實生活持掌的資本高低，其間轉換、交換過程，端視成員如何運用個人持具物對社群產生貢獻而定。第三，網路相簿社群內的權力關係伴隨階級差異而來，主要經由「管制」和「動員」的方式施展。惟須注意的是，當社群成員開始感受到階級與權力的堅不可撼，將會隨之出現對持權者的依附或反抗行爲，而頻發的衝突與爭戰也將導致寒蟬效應出現，進而改變網路相簿社群對成員所具意義與重要性。

參考文獻

● 中文文獻

- 方瑞華(2002)《虛擬社群網站之使用者評估--以台北市鄰里社區聯網(TaipeiLink)為例》，台北：台灣大學圖書資訊學研究所碩士論文。
- 林慧琪(2004)〈「網路相簿」瀏覽行爲與動機之初探研究〉，「2004年台灣資訊社會研究學會：資訊社會理論與研究工作坊」(2004年12月)，桃園：元智大學。
- 孫治本(2002)〈BBS上的社群〉，《當代》181：14—33。
- 孫非等譯(1999)《社會生活中的交換與權力》，台北：桂冠。(原書Blau, P.M. [1964]. *Exchange and power in social life*. NY: J. Wiley.)。
- 高湘澤、高全余(譯)(1994)《權力：它的形式、基礎和作用》，台北：桂冠。(原書Wrong, D.H. [1956]. *Power, its forms, bases, and uses*. NY: Harper and Row Publishers.)
- 康樂、簡惠美(譯)(1996)《支配的類型：韋伯選集》，台北：遠流。(原書Weber, M. [1978]. *Selections*. NY: Cambridge University Press.)
- 黃哲斌(2003)〈台灣自拍文化與相簿網站初探：鏡頭反轉下的網路自我〉，「2003年網路時代的新聞傳播教育研討會」，台北：文化大學。
- 黃惠雯(譯)(2003)《最新質性方法與研究》，台北：韋伯文化(原書

- Carbtree, B.F. & Miller, W.L [1999]. *Doing qualitative research*. London: Sage.)。
- 黃翰荻(譯)(1997)《論攝影》，台北：唐山。(原書Sontag, S. [1990]. *On photography*. NY: Anchor.)
- 詹明璋(2004)〈網路電子相簿「自拍」文化之研究—從社會依附的角度出發〉，「2004年台灣資訊社會研究學會：資訊社會理論與研究工作坊」(2004年12月)，桃園：元智大學。
- 龐惠潔(2003)〈初探迷社群內權力與階級差異：以台灣傑尼斯迷為例〉，「2003年網路與社會研討會」(2003年3月)，新竹：清華大學。

● 英文文獻

- Baym, N. K. (1995). "The Emergence of community in computer mediated communication," In S. G. Jones (eds.) *CyberSociety: Computer mediated communication and community* Pp. 138-163. London: Sage.
- Baym, N. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and on-line community*. CA: Sage.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. USA: Harvard.
- Branwyn, G. (1994). "Compu-sex: Erotica for cybernauts," In Dery, M. (eds.) *Flame wars* Pp.223-236. London: Duke University Press.
- Bull, R. & Rumsey, N. (1988). *The social psychology of facial appearance*. NY: Springer-Verlag.
- Collaghan, K.A. (1994). "Introduction. In Karen A. Collaghan," (eds.) *Ideals of feminine beauty: Philosophical, social and cultural dimensions* Pp.7-15. London: Greenwood Press.
- Davis, J.C. (2000). "Protecting intellectual property in cyberspace," In Baird, R. M. et al. (eds.) *Cyberethics: Social & moral issues in the computer age* Pp.243-256. NY: Amherst.
- Hills, M. (2002). *Fan culture*. London: Routledge.
- Holmes, D. (1997). "Introduction: Virtual politics—Identity and community in cyberspace," In Holmes, D. (eds.) *Virtual politics:*

- Identity and community in cyberspace*. Pp.1-24. London: Sage.
- Jones, S (1999). "Studying the net: Intricacies and issues," In Jones, S., (eds.) *Doing internet research: Critical issues and methods for examining the net* Pp.1-27. London: Sage.
- Kollock, P. & Smith, M.A. (1999). "Communities in cyberspace," In Kollock, P. & Smith, M.A. (eds.) *Communities in cyberspace* Pp.3-25. NY: Routledge.
- Kollock, P. (1999). "The economies of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace," In Kollock, P. & Smith, M.A. (eds.), *Communities in cyberspace* Pp.220-241. NY: Routledge.
- Lyon, D. (1997). "Cyberspace sociality : Controversies over computer-mediated relationships," In Loader, B.D. (eds.) *The governance of cyberspace: Politics, technology and global restructuring* Pp.23-37. London: Routledge.
- MacDonald, A. (1998). "Uncertain utopia: Science fiction media fandom and computer mediated communication," In Harris, C. & Alexander, A. (eds.) *Theorizing fandom: Fans, subculture and identity*. Pp.131-152. USA: Hampton Express.
- Mitra, A. & Cohen, E. (1999). "Analyzing the web: Directions and challenges," In Jones, S. (eds.) *Doing internet research*. CA: Sage.
- Reid, E. (1998). "The self and the internet: Variations on the illusion of one self," In Gackenbach, J. (eds.) *Psychology and the internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* Pp.29-41. CA: Academic Press.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. NY: Harper Perennial.
- Rudd, N.A. & Lennon, S. J. (1999). "Social power and appearance management among women," In K. K. P. Johnson & S. J. Lennon (eds.) *Appearance and power* Pp.1-10. NY: Oxford.
- Schuler, D. (1996). *New community networks: Wired for change*. NY: ACM Press.
- Shade, L. R. (2002). *Gender & community in the social construction of the internet*. NY: Peter Lang.

- Shade, L. R. (2002). *Gender & community in the social construction of the internet*. NY: Peter Lang.
- Snyder, D. (2000). "Webcam woman: Life on your screen," In Gauntlett, D. (eds.) *Web.studies. Rewiring media studies for the digital age* Pp. 68-73. London: Arnold.
- Wellman, B. & Gulia, M. (1999). "Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone," In Kollok, P. & Smith, M.A. (eds.) *Communities in cyberspace* Pp.167-194. NY: Routledge.
- Wilbur, S.P. (2000). "An archealogy of cyberspaces: Virtuality, community, identity," In Bell, D & Kennedy, B.M. (eds.) *The cybercultures reader* Pp.45-55. London: Routledge.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of female beauty are used against women*. NY: William Morrow & Co.

Questioning the Hierarchy and the Power Relations within Web-photo-album-community in Taiwan

Hui-chieh Pang

**Graduate School of Interdisciplinary Information Studies,
University of Tokyo**

Abstract

This study intends to understand the interactions, hierarchical relations and power relations among members of Web-photo-album-community and to recognize the cultural significance of them in contemporary Taiwan society. By my participatory observation in web-photo-album-community and interviews with 13 community members, it is an online community with the following characteristics: (1) the imbalanced interactions among community members results in the grouping of sub-communities, and may further grow into competitors to the original community. (2) Community members' hierarchical positions are differentiated according to their possessions of online community capitals and how they display those capitals. (3) Powers accompanying with different hierarchical positions are shown in practice of administration and the act of mobilization. As the attachment and the resistance to the superiority of community and the privatization of interactions among members increase as the hierarchy and power relations within community are recognized by its members, the significance of web-photo-album-community on its members would thus changes as well.

**Keyword: Virtual Community, Web-photo-album-community,
Hierarchy, Power**