

# 社交媒體時代社會性的未來：按Sherry Turkle的自我概念進行的考察

毛榮富

## 摘要

本文藉Sherry Turkle橫跨三十年的三部著作探討自我形象的嬗變，並考察社交媒體時代社會性的可能性。從個人電腦到當前的社交媒體，自我的形象歷經思維投射、身分認同和情緒牽絆三階段變化。藉由社會和經濟制度對技術挪用的納入考察，本文擴充了Turkle探究的人—機關係的社會心理維度，從技術發展與資本主義結合的整體條件來考察自我形象的變化。在資本主義邏輯支配下，社交媒體中的「人際關係」成爲商品，破壞了原初的社會性維度，流爲受機器自動連接的社交關係。最後，本文借用Bernard Stiegler的觀點，思考如何社交媒體的技術環境中重建社會性。本文指出兩個方向：其一，在社交媒體環境中重建真摯的人際關係；其二，扭轉社交媒體當前的資本主義邏輯，建立一種貢獻的經濟。

- ◎ 關鍵字：Sherry Turkle、Bernard Stiegler、受牽絆的自我、社會性、社交媒體
- ◎ 作者感謝期刊匿名評審對本文給予的支持與建設性批評。
- ◎ 本文作者毛榮富為慈濟大學傳播學系助理教授。
- ◎ 聯絡方式：E-mail：rfmao@gms.tcu.edu.tw；電話：03-8565301轉2813；傳真：03-8562370；通訊處：花蓮市中央路三段701號。
- ◎ 收稿日期：2016/06/30 接受日期：2016/12/24

# **The Future of Sociality in the Age of Social Media: A Consideration according Sherry Turkle's Concept of Self**

Rong-Fu Mao

## **Abstract**

The aim of this article is to explore the transformation of self according to the evolution of relationship of man-computational machines. Based on Sherry Turkle's concept of evocative object, this article argues that, as an evocative object, computational machines have evoked three images of self from the age of personal computer to the age of emotional robots and social media. These three images are the "second self", the "multiple virtual selves", and the "tethered self". This paper also argues that, in the age of emotional robots and social media, the capitalist appropriation of social media has disparaged the authentic sociality to an purely social relationship automatically connected by social media. This paper suggests two ways for a reconstruction of authentic sociality according to Bernard Stiegler's theory of pharmacology: the one is to reconstruct an authentic sociality within dissociated social media, the other is to reverse the commodity logic of capitalism to an economy of contribution.

⊙ Keywords: Sherry Turkle, Bernard Stiegler, tethered self, sociality, social media

⊙ Rong-Fu Mao is Assistant Professor in the Department of Communication Studies, Tzu Chi University.

⊙ E-mail: rfmao@gms.tcu.edu.tw

⊙ Received: 2016/06/30 Accepted: 2016/12/24

## 壹、前言

2011年，美國麻省理工學院著名的網路社會心理學家Sherry Turkle發表新作"*Alone Together*"（漢譯《群體性孤獨》），距離她第一本探討人與電腦關係的開山作"*The Second Self*"（1984）（漢譯《電腦革命》<sup>1</sup>）近三十年，兩部書之間則是探討網路世代身分認同的"*Life on the Screen*"（1995）（漢譯《虛擬化身》）。這三部書構成探討人機關係<sup>2</sup>的三部曲。其轉折是從人類如何看待電腦，轉移到人如何在網路空間中創造新的身分認同，及至晚近社交媒體和機器人新科技，前兩部書的問題在這個新時代一併浮現，就像《群體性孤獨》一書的副標題「為什麼我們對科技期待更多，對彼此卻不能更親密？」所顯示的，人機關係更困擾著自我的探索。因此，Turkle在這本書中也提出迫人的大哉問：如果社交媒體和機器人可以讓人獲得寬慰，為甚麼人們不直接訴諸與真實的人溝通？如果全球網絡的興起讓人們得以擺脫現實的重負，可以在虛擬世界探索自己身分的諸多可能性，而輕巧的行動通信設備讓人們能夠隨時與其他人建立連線關係，但是，何以二十四小時隨時在線通訊狀態並沒有讓人與人之間有更深入的對話？何以網路中的社會關係看似親密（intimacy），卻更為寂寞，最終產生一種「在一起卻孤單」（alone together）現象？（Turkle, 2014, pp. 19-20）

本文嘗試循著Turkle三部著作的理路，梳理出當前社交媒體發展的技術與社會軌跡。按照Turkle的看法，電腦是一種「具有喚醒力的客體」（evocative object），刺激人對自我進行探索。從個人電腦到晚近的情緒機器人及社交媒體平台，電腦對人刺激出三種自我的概念，分別是個人電腦時代的「第二自我」、網際網路虛擬空間時時

---

1 《電腦革命：人工智慧所引發的人文省思》，為施寄青譯，1994年由遠流出版社出版，是一本相當好的譯本。原書名 "*The Second Self: Computers and the Human Spirit*"。由於遠流譯本的书名喪失原書名的關鍵訊息——電腦乃自我探索的刺激物，是第二自我——，且Turkle在2005年為該書二十週年版另寫一長序，總結二十年間其研究和概念的發展，因此筆者在下文中引用MIT出版的二十週年版，並以《第二自我》直譯此書。

2 此處「人機關係」中的機器指的是具有計算能力的機器（computational machines），即計算機（或稱電腦）。

代「多元的虛擬自我」（multiple virtual selves），以及社交媒體時代的「受牽絆的自我」（tethered self）。電腦已經從人的自我探索、思考、實驗的客體，逐漸變成一種隨時驅迫人依循它的建議和指令行爲、沈浸在遭役使的環境中而不自覺。

Turkle一貫探究的是人機關係的社會心理維度，本文藉由將社會和經濟制度對技術的挪用納入考察，擴充了Turkle探討的維度，把人機關係置於技術發展與資本主義結合的這個整體條件來看。本文尤其指出，資本主義邏輯對社交媒體的技術層面的挪用，讓社交媒體的「關係」成爲商品，從而破壞了原初以友誼和參與爲動機的社會性關係，只流於受機器自動連接的關係網絡支配的社交關係。最後，本文借用法國技術哲學家Bernard Stiegler的觀點，思考如何在這個大規模破壞人際關係的技術環境中重建社會性。本文指出兩個可著力的方向：其一，在社交媒體環境中重建真摯的人際關係；其二，扭轉社交媒體當前的資本主義邏輯，建立一種貢獻的經濟。

## 貳、人機關係轉變中自我概念的嬗變

Turkle三部著作都是探討人與計算機器（computational machines）的關係。她將電腦視爲具有喚醒力的客體，「它是一種具有喚醒力的物體，一種令人著迷、擾亂平靜、使思想澎湃的物體。」（Turkle, 1984/2005, p. 19）這種擾亂是因爲它成爲人思考、探索和表現自我的對象。她認爲，電腦雖然是人類創造的一種無生命機器，但因爲具有反應和互動的特質，刺激人們思考生命和無生命的界線：我們會將客體當成另一個與我們對話的主體。（Turkle, 1984/2005, p. 17-29, p. 288）

從《第二自我》出版至今近三十年，計算機器的發展迅速，不僅計算能力大增，更有電腦間連接起來的電腦空間（cyberspace）這樣的虛擬世界，對人的自我而言，不僅是探索，也是試煉。《第二自我》探究的是人和單機電腦的關係。此階段的電腦有兩種形態：一種是電腦玩具，另一種是透過撰寫程式讓其執行的個人電腦。這兩種型態刺激自我把機器投射爲第二自我（second self）。

在《虛擬化身》中，計算機器循兩條路線發展：一條是透過電腦對現實的模擬（simulation），包括由蘋果麥金塔（Macintosh）電腦所代表的視窗作業系統，以及各種模擬遊戲；另一條是由世界各地的電腦透過電信系統串連起來的網際網路，俗稱

電腦空間。自我在這兩個領域的探索塑造出多重自我（multiple selves）。

到了《群體性孤獨》一書，線索依舊有兩條：一條是進化得更精緻、以關係為取向的社交機器人；另一條是由網際網路和行動通信結合，也是以關係為取向的社交媒體平台。在這種關係取向的刺激下，個人和機器的連結形成一個受牽絆的自我（tethered self）<sup>3</sup>。

## 一、《第二自我》時期：機器是自我的投射

Turkle在2004年為《第二自我》二十週年版撰寫的序言中指出，該書紀錄了歷史中的一個時機點：「人們第一次面對其行為和運作模式都引發心理學解釋的機器，並且，這種機器刺激人們以不同的方式思考人類的思維、記憶和理解。」（Turkle, 1984/2005, p. 1）Turkle（1984/2005, p. 1, p. 290）用了一個弗洛伊德（Sigmund Freud）的詞「詭異不安」（uncanny; Das Unheimliche），長久以來熟悉的東西如今看來不僅全新，而且完全陌生。電腦就像精神分析中的「意識」一樣，在弗洛伊德引進「無意識」（unconsciousness）概念後，突然變得陌生、令人不安，成為有待探索的領域。

《第二自我》可說是人—電腦關係心理學的入門書。電腦這個具有計算能力的物體，介於生命和無生命之間，既是自我的一部分（因其生動之故），又是一個外在的世界（因其無生命之故）。在該書中，Turkle從電腦的兩種展現方式探討人與機器的關係。一種是人和電腦玩具的關係。這些玩具內建電腦程式，通常會發出聲音與人簡單互動，實際上就是初期的機器人，使用者多為兒童。兒童對這些發出聲音、甚至能下井字棋的電腦玩具的生動性倍感好奇，從而讓他們像哲學家一樣思考電腦是不是具有生命。

---

3 tethered self一詞，黃厚銘、曹家榮（2015）譯為「鍊結的自我」，較為強調由行動通信設備的隨時在線連結起來的狀態，亦即由原本的主動役物動機變為「役於物」的被動狀態。此一意涵在Turkle的文章及書籍中是相當清楚的，顯現在機器性連結（connectivity）這一面向。不過，本文將之譯為「受牽絆的自我」，試圖貼近Turkle在《群體性孤獨》一書中討論人與機器人的關係以及網絡化自我的心理狀態時所側重的面向。

另一種關係由裝配電腦、撰寫程式的年輕人和青少年發展起來。這些人看著自己撰寫的程式指令在電腦中執行而滿心愉悅，對這些程式撰寫者而言，電腦是透明的、嚴格遵循規則的機器，只要你徹底分析出它的規則，你就知道一切。這些人在意的是電腦是不是像人一樣思考，或者反過來，人是不是像電腦一樣思考，端視你的主體位置。電腦就像個微觀的世界，讓人們透過這個客體思考自己。與電腦玩具互動也好，寫程式也好，人們在電腦上投射出關於生命與思維的問題，這是一種人格投射，就像著名的「羅夏克效應」（Rorschach effect）一樣，人的人格乃至文化差異就投射在電腦的運作當中。（Turkle, 1984/2005, p. 6, pp. 20-21; 尤其是第一章）

## 二、《虛擬化身》時期：虛擬世界中的自我角色扮演

1990年代，人與電腦的關係仍舊在兩個領域引發討論。其中一個延續了人與單機電腦的關係，另一個是新發展起來，由多部電腦連線起來的網際網路，它引發虛擬／現實（virtual/ real）界線的熱烈爭議。

人與單機電腦的爭議是兩種電腦語言和架構爭議的延續。蘋果電腦在一九八四年發表第一部視窗螢幕的個人電腦麥金塔，採用的是使用者圖形介面，使用者透過滑鼠點擊螢幕上的小圖形（比如電腦、垃圾桶、畫筆）便能讓電腦執行工作。與第一代個人電腦的程式撰寫者所理解的透明性不同，麥金塔使用者理解的透明性，是指透過充滿吸引力的圖形互動便能讓電腦運作，不必再像傳統電腦使用者那樣，必須懂得寫程式。

這是兩種電腦文化之爭，人們稱之為「麥金塔 / IBM戰爭」（Macintosh/IBM wars）。因為，在麥金塔採用視窗及圖形使用者介面初期，IBM電腦依舊採取撰寫程式讓電腦執行的模式。這也是兩種「透明性」之爭：對IBM的支持者而言，電腦的透明性在於其程式，懂程式規則就是懂電腦；對於麥金塔使用者而言，透明性就在螢幕表面的視窗和圖形介面。（Turkle, 1998, pp. 37-50）由於麥金塔電腦進入市場，人們對電腦的感受性從一種機械的觀點，逐漸轉向從一種表面（或說介面）（(inter)face）的價值來看待機器。（Turkle: 1984/2005, p. 9）

在泥巴遊戲中，遊戲者一起建立虛擬世界。透過使用相對簡單的程式語言，玩



家可以在泥巴中建立起「房間」(rooms)：布置舞台、設定規則、邀請他人進來互動、交友。泥巴遊戲是參與者完全根據自己的構想，然後透過文字建構出的世界，具有極大的想像空間。這種角色扮演的虛擬空間讓人擺脫現實肉身、現實社會角色的限制，盡情展現自我的各種樣貌。

這些自我的片段和現實自我之間的關係如何呢？Turkle研究泥巴遊戲時期，泥巴玩家基本上都是中產階級的大學生，他們把這種遊戲當成玩耍(play)和逃避(escape)。剛經歷過八〇年代末的經濟衰退、愛滋病的恐慌，現實生活是不安全的，這些玩家可以透過虛擬世界去達成社會流動——在累積財富、地位上升以及自由且安全的性。Turkle在《虛擬化身》一書中訪談的許多泥巴玩家都有的共同經驗：現實上找不到適合的工作，便在網路的虛擬世界中完成美國夢。MUD為這些人提供重回「中產階級」的機會，在虛擬世界中，他們覺得更像他們自己。(Turkle, 1998, pp. 339-343)

Turkle提到，有些網路使用者告訴她，網路比真實的街頭、真實的性要來得安全；網路中的朋友比真實世界中的朋友要有趣多了；那些在現實中從不關心政治、從不投票的人，會在網路中積極參與政治議題的討論和投票。顯然，這些人在虛擬世界中用一種創造性的方式解決了現實中的個人問題。那麼，這究竟是一種治療，還是逃避？在個人電腦時期，人們還試圖以電腦為工具去重建現實的社區<sup>4</sup>。而今，人們是在一部機器(單機遊戲)或在多部電腦連結起來的虛擬空間內部建造社群。網路上的政治狂熱對比於對現實政治的冷漠，如何呢？Turkle認為，真正的解決是現實社區以電腦、網際網路為工具來解決問題或修補、強化聯繫，不是僅僅著眼於虛擬社群的建立。(Turkle, 1998, pp. 347-351)

---

4 1972年，有一批基進的計算機迷在舊金山建立一個「社區計算機公用社區」，稱為「社區記憶」。這是一個具有社會性和公共參與性質的項目，向群眾開放、可以自由使用的的資訊系統。發動這個計畫的動機，一方面是擺脫科層體制的中央控制模式，另一方面是重建遭到都市化以及六〇年代社會騷動破壞的傳統社區精神。相關介紹及討論見Raszak(1994)。

### 三、《群體性孤獨》時期：受牽絆的自我

Turkle在《虛擬化身》中著重在模擬世界的研究，二十一世紀初她再度投入一對一的人機關係研究。此時，情況已有所不同。八十年代的人機互動是引發知性思考，到了2000年左右，互動的機器人除了擁有逼真的人或動物外觀外，更具有人格和情緒，它在人身上引發了情緒關係（emotional relationship）的議題。

在第一代電腦玩具階段，兒童認為電腦是理性的機器（rational machine），而人類則是情緒性機器（emotional machine）。但在關係性機器人引入市場後，這個投射改變了。數位寵物和各種類似人的機器人都是有情、有感（sentient）的創造物，隨時可以和你形成陪伴關係。它們或者能夠模擬人的情緒，或者具有照顧人的能力，甚至能夠對觸摸及比較複雜的語言產生反應，也會要求使用者把它們當伙伴，而非工具。

（Turkle, 1998, pp. 288-289; 2014）這些人造物讓人們習以為常的電腦文化再度變得陌生、令人不安。與《第二自我》中所探討的電腦玩具相比，新的關係性機器人也是生動的，但生動的意義似乎已經不同，必須重新思考。

Turkle認為，從二十一世紀初關係性機器人推出後，關鍵不再是機器能夠為人做甚麼，而是人和機器人之間的情緒連結，以及幻想機器人如何感受到與之作伴的人之情緒。此刻，早期電腦玩具那種投射（projection）的心理學，已經過渡到投入（engagement）的心理學；從類似羅夏克試驗的投射過渡到對關係的關注；從在意機器是否具備某種能力，過渡到與機器之間的情緒連結。（Turkle, 1984/2005, pp. 292-293; 2014, part I）對於像活物甚至像人一般的機器人，兒童不再將它們當成純粹的玩具，而是他們的一部分，是他們所愛，而這些機器人也回報以愛。這是投入和另一個主體的關係當中。

這樣的電子幻想源自何處？「最重要的一點，源自需要關懷。」（Turkle, 2014, p. 35）但是，當人們和機器人發展出愈來愈親密的關係時，人會變得如何？在八十年代，人們關注機器是否會思考的問題；二十世紀初，當人們談到關係或社交機器人時，關注的是人的脆弱。這些新一代的機器人在使用者身上激發出的是讓人意識到自己的脆弱性。於是，在《第二自我》一書中屬於邊緣的問題如今成為中心議題：和一部機器的合宜關係是甚麼？



Turkle認為，與機器人的關係是一種簡化的關係，因為機器人欠缺「異己性」（alterity），也就是換位思考的能力。異己性的缺乏也是同理心的缺乏，只將他人當成實現自我的客體，而且這個客體並非一個完整的人，只是我們欠缺的部分，我們從中獲得是滿足這個欠缺的寬慰。這是一種社交關係，並具有擴散性的社會關係<sup>5</sup>。（Turkle, 2014, pp. 62-63）

這種心理風險同樣展現在連接性（connectivity）<sup>6</sup>構成的社交媒體平台上發展的人際關係當中。在《群體性孤獨》一書的另一部分，Turkle展現了她花了十五年時間研究行動連結（mobile connection）的成果。她發現，在行動通訊時代，我們習慣說「我在手機上」（on my cell），指我的手機是開著（on），你隨時可以打我手機；在線上（online）、在網路上（on the Web）、在即時訊息上（on instant messaging）等等習慣用語意味著一個受牽絆住的自我。（Turkle, 2008, pp. 122-123）

「受牽絆的自我」這個概念不見於Turkle早期的兩部著作，是在《群體性孤獨》這部新作中才成為核心概念。Turkle運用這個概念重新審視人與電腦及網路關係的不同階段。「受牽絆住」的處境是從網際網路上的身分實驗開始。在早期網際網路階段，自我在虛擬世界重新搬演現實生活，而且往往反過來搬演一性別轉換、美醜轉換、畏縮與攻擊的轉換、懦弱與勇敢的轉換，等等。在網路角色扮演時期，自我在虛擬空間中創造出的各種角色，所從事的各種活動，不論和現實生活的自己差距有多大，也不論多麼不符現實世界的道德檢查，總是反映出自我的種種面向，此時，自我已經在「情緒上被牽絆住」。（Turkle, 1998; 2008, p. 126）

這種情緒的牽絆在當前的行動通訊和社交媒體平台時期更為深刻。社交媒體平台不斷問「在想甚麼嗎？分享給朋友吧！」要我們立即在平台上發表，好讓別人分享並有所回應（按個「讚」，或回個表情符號）；但我們卻少有動機反思這種關係的性質。在一個有數百個甚至上千個朋友的臉書平台上，除了不斷發訊息和反應外，還能做甚麼？這種不斷發出訊息、不斷要求他人回應以及自己也不斷被要求回應的狀態，讓人只能感到寂寞（lonely），而無法獨處。當人無法獨處，便只剩寂寞，必須用替

5 關於社會性的探討，參見Oevermann（2000）、黃聖哲（2012）。

6 connectivity（鏈接或連接性）特別指由行動通信系統連通的人際關係網絡。

代性的關係來填補這種情感上的空虛。這種關係不是雙向的，不具同情，而是自身寂寞的反映。Turkle（2014, p. 289）認為，在關係性機器人和社交媒體中所形成的「關係」，讓人們逐漸產生一種幻覺，

我們期待於科技者多，期待於另外一個人者少；並且，似乎逐漸傾向提供憐憫幻象的科技，不再要求關係。隨時開機、隨時和你連線的設備提供了三種強有力的幻想：我們隨時被聽見；任何地方，只要我們想要都可以立即投入注意力；我們不曾孤單過。實際上，我們的新設備已經把孤單轉換成可以解決的問題。孤獨是我們能夠單獨和直面自己的能力。我們缺乏孤獨的能力，只好找上他人，但卻不像他們那樣去體會他人。這只是在利用他人來支撐我們自己日漸脆弱的自我。

### 參、人機關係的社會與政治經濟條件

進入社交媒體時代，自我因為依賴即時行動通訊造成一種受牽絆住的狀態。Turkle所強調的是一種情感上的牽絆，若從技術層面來看，這是技術條件把人拴住，讓人極度依賴由數位技術替人架構起來的關係網絡和生活節奏。

在網際網路早期，風景似乎有所不同。自稱為網民（netizens）的網路使用者對線上生活充滿樂觀的心態，認為網路將成為創造虛擬社群的所在。（Rheingold, 1993）隨著網際網路骨幹的私有化，網民逐漸被網路商業公司吸收，轉化成消費者（consumers）。在Web 2.0初期的網誌書寫（blogging）<sup>7</sup>階段，消費者確實一度成為內容生產者，讀者也因評論而與內容生產者互動，成為集體協作生產的一份子，又再度成為網民。但是，隨著社交媒體的出現並迅猛地成長，這種互動也已淪為以「社交」<sup>8</sup>為取向的人際關係。

技術確實構成思維和行為的框架，並影響自我的形成；但技術並非內在的決定因

---

7 或稱部落格書寫，中國大陸則慣稱博客書寫。

8 the social或sociality在本文中翻譯為「社會性」，與社交媒體（social media）中「社交性」有別，當中的區別正是本文的一個核心的論題：社交媒體已經將人與人之間的擴散性、交雜情感和理智複雜性的社會性關係簡化成平板、單調的社交關係。

素，若能將社會和經濟制度對技術的挪用（appropriation）納入考量，將有更廣闊的視角。本節將把Turkle所探究的人器關係架構，放在社會和政治經濟脈絡下來探討，藉以擴充自我嬗變的社會維度。Turkle所探討的人機關係三個時期中，每一個時期內部都歷經從原本非營利、自由的交流，轉變成由資本主義體制（甚至結合政府）主導、受到限制的交流。面對資本主義和政府科層體制不斷挪用技術以為己用，自我也不斷嘗試抵禦或突破其封鎖。筆者認為，可以析釐兩個重要主軸來分析自我和資本主義—政府複合體之間的頡抗關係。這兩個主軸分別是壟斷與民主的頡抗以及禮物文化和商品化的頡抗。

### 一、壟斷與民主的頡抗

在電腦還是大型主機時代，電腦工業是由少數公司所壟斷，最著名的就是IBM，它一度就是電腦的代名詞。網際網路的前身ARPAnet<sup>9</sup>，則是美國國防部高等研究計畫署為因應核戰陰影而建立的去中心化通信系統，也是在軍事—工業複合體內部發展起來。因此，這個工業和政府一樣，是一個高度集中化的科層體制。

Turkle指出，第一代電腦使用者（涵蓋個人電腦和ARPAnet時期）因為擁護電腦程式的清晰，並嚴格遵循規則的透明性，也希望這種程序能夠普及到政治領域，促進資訊近用的民主化。其雛形是六十年代末、七十年代初美國西岸一群具有嬉皮精神的電腦工程師，嘗試利用電腦的技術潛力瓦解政府與軍事工業的資訊壟斷。七十年代初，一群電腦工程師建立一個「社區電腦公用設施」的社區資訊流通系統，它實際上就是個電子流通的報紙或說布告欄，用戶可以直接獲得資訊，不經集中的編輯或控

---

9 ARPANET全名為Advanced Research Projects Agency Network，建立於1969年，是由美國國防部和國家科學基金會支持，由幾所大學和政府部門的幾部超級電腦連成。最初供軍事研究和學術交流之用，後來軍方於1983年退出，APARnet獨立成專供學術社群研究通訊之用，後來轉為由國家科學基金會支持的NSFnet。1995年，國家科學基金會將營運完全轉給私營公司，正式開啓網路商業化的紀元。不旋踵，美國線上（AOL）取得網路骨幹的經營權，在1990年代中期後成為網路網路服務供應商（ISP）的霸主，並且逐一併購許多傳統媒體鉅子。

制。於是，資訊的權利首度交給了公眾。（Roszak, 1997）

這是一種由下而上、解除中央管制的資訊透明運動。由於美國是電腦普及最為先進的國家，這種資訊透明運動可以說是美國獨有的，有人稱之為早期的「加州意識形態」（Californian ideology）。（Barbrook & Cameron, 1996）早期的網際網路成員多具有這種草根意識，將電腦視為抵抗集中化的科層體制的戰略工具，不論這些科層體制是政府、軍火工業還是教育體制。虛擬社群的擁護者也持這樣的心態。虛擬社群早期最具代表性的鼓吹者Rheingold（1993）便強調網路社群的精神是言論自由、個人主義、平等和開放的近用等原則。當然，這是標準的美國原則！他樂觀認為，只要網路中浮現的社會聚集，能夠維持夠長的時間在公共討論上，變能夠形成具有充分人類情感的個人關係網絡。

但問題就在這高度樂觀的宣告中出現：強調個人原則的自由和強調集體原則的共同體如何調和在一起？Rheingold的虛擬社群強調的是興趣的結合，導向一種共同的精神及明顯的社會連帶，這是一種理性個體的結合。這種社群可以討論共同感興趣的話題，可以討論公共議題乃至於形成監督力量，甚至也可以形成對抗政府封鎖資訊不透明性的草根民主，比如在2011年讓人們津津樂道的「阿拉伯之春」。不過，我們也不能忽略網際網路的匿名性和虛實交錯特性，對自我受到社會抑制的面向的釋放，也就是Turkle描述的「多元的虛擬自我」的探索與實驗，涵蓋著理性與非理性的面向，既可以在某一時刻是積極參與的網民，也可能在另一刻是跟著網路起鬨的網路大眾。換言之，網路中的社會聚集是流動的，游移於個人和社會的心理需求之間。（黃厚銘、林意仁，2015）

伴隨著壟斷與民主這兩股勢力的對抗中浮現的，是隱私議題。雖然網際網路發展以來，隱私一直就是議題，但從不像今日這般迫切。這種迫切性來自兩方面：一方面是九一一恐怖攻擊之後，美國政府以反恐之名利用網路監視特定帳號，在反恐過程中頻頻施壓Google交出可疑人士的相關資訊；在2013年6月美國前中情局雇員斯諾登（Edward Joseph Snowden）揭發美國「稜鏡」（PRISM）監聽專案後，人們才意識到隱私性受到政府侵犯。另一方面，是商業社交媒體平台利用平台後端的演算法循跡技術（algorithmic tracking technique），紀錄用戶的個人資料、網上行爲，再利用數據挖掘（data mining）的技術製作成可以販賣、行銷的數據。

斯諾登事件後，人們首度意識到政府和搜尋引擎、商業社交媒體平台之間在破壞使用者的隱私性上是共謀的。像臉書這一類社交媒體，將用戶的隱私資料傳輸回美國，並且配合反恐需要而提供給美國政府。最近一則相關新聞是，奧地利籍的學生Max Schrems告贏臉書。此一訴訟源於美國及歐盟在2000年簽訂「安全港協議」（Safe Harbour），容許企業無視歐盟法律，把歐洲地區客戶的搜尋數據、社交網站及其他網上活動等資料傳送至美國，從事其廣告用途。但斯諾登披露的密件顯示，儲存在美國伺服器的資料可能被美國情報部門獲取，侵犯歐洲民眾私隱。Max Schrems向愛爾蘭法院提起訴訟，要求禁止臉書的歐洲總部將用戶資料傳輸至美國。2015年10月初，歐洲最高法院宣判，「安全港協議」無效。法院批評美國政府進行「無差別監控」。這意謂臉書等數千家企業無法從歐洲將用戶資料直接傳回美國<sup>10</sup>。

在早期公共網域時期，人們強調的是網民形成的虛擬社群；到了網路公司狂熱的黃金時代，這些全球性的網民已經被當成顧客，是網路公司生產的內容的潛在消費者；自從九一一恐怖攻擊、網路泡沫化以及隨之而來的金融危機之後，網路監視（surveillance）則成為網路使用者和壟斷者（巨型網路服務公司和政府）之間新的對抗焦點。

## 二、禮物文化和商品化的頡抗

透過電腦及網路的使用者生產及流通的資訊，究竟應該是禮物還是商品，一直存在著爭議。由早期的黑客文化所拓展出來的空間，以及網際網路初期的公用網路型態所塑造的生態，讓網路中形成一種禮物文化，它是資訊自由與共享理念的原型。（賴曉黎，2004）不過，這種文化在1995年美國政府將網際網路的骨幹（backbone）釋出，交由私人經營之後，產生了極大的板塊位移。首先，是少數幾家大型的公司壟斷網際網路服務供應的業務，也就是俗稱的網際網路服務供應商（ISP），早期最龐大也最著名的就是美國線上（AOL），極大比例的網際網路使用者必須透過這些ISP

10 〈歐判「安全港」無效 數據無權傳返美國 掣肘fb等4400美企〉，鉅亨新聞網，2015年10月7日。新聞網址：<http://news.cnyes.com/20151007/20151007103018228552811.shtml>



上網。其次，隨著網路頻寬的擴張，網路內容的供應急速增加，資金紛紛投入網路，形成九〇年代末期的網際網路狂潮（dotcommania）。自此，商業邏輯主宰了網際網路。過去那種互惠的、有施有受的互動關係，轉變成網頁瀏覽人次和點擊率掛帥，網民成了消費者。（毛榮富，2001）

從技術的角度看，網路中傳遞的東西並無不同，仍然是數位化的資訊，但是設定與詮釋資訊的體制已經換手。當資訊被當作分享的贈與，它的重點不在可計量的價值，而是溝通的需要，也就是早期網路的分享精神；一旦資訊被認定是有價格的，就進入了經濟交換領域，這是銀貨兩訖的商品交易關係。當然，作為禮物的資訊和作為商品的資訊是並存的，但趨勢是資訊商品逐漸攻城掠地，成為網路空間中生產的主要內容。

網際網路發展第一階段從資訊共享到資訊商品化的轉化，在從Web1.0到Web 2.0的技術進化中又再重複一次。以HTML語言書寫網頁、建置網站、提供內容服務，屬於Web 1.0，其特色是由網站的擁有者生產內容，由使用者閱讀。這種生產方式和傳統的媒體並無不同，是一種先過濾後發佈的信息交流形式。雖然後來發展出留言版，基本上，交流依舊是單向的。Web 2.0則是通過網路應用促進網路上人與人間的信息交換和協同合作，其模式更加以使用者為中心。此時讀一寫是雙向的，強調互動分享；在流程上是先發佈後過濾，過濾機制為RSS訂閱模式及Digg點閱率等。

Web 2.0的網路模式大約在2000年之後出現，最初是為了對抗由網站擁有者生產內容、瀏覽者點閱的傳統方式。不過，Web 2.0不是一種技術標準，而是包含了技術架構及應用軟體的平台（platforms），特點是鼓勵信息的最終利用者透過分享讓資源變得更豐盛。最著名的一些Web 2.0平台像維基百科（Wikipedia）、部落格（Blog）、照片分享的Flickr、影片分享的Youtube，以及現在盛行的社交媒體推特（Twitter）和臉書（Facebook）。這些平台起初通常寄生於商業性網站或由商業網站推動（網誌書寫多半屬於此類），有一些則從校園一類的公用伺服器開始（比如臉書）。

按學者van Dijck的觀點，2005年是一個關鍵年。此時，大型媒體公司開始收購社交平台；2006年之後，「社交的」一詞開始意指技術上可管理的和經濟上可開發的關係形式。在發展早期，商業模型同時保有同儕生產、非市場原則的混生模式。這些公司初期還會小心謹慎，避免暴露其營利動機；但隨著這種雙向互動的協作式生產



的盛行，商業模型便直接借用維基百科的創新模型中的一個特殊元素——使用者參與（user participation）——將它圈進利潤模型以及企業治理的結構中，並創造出維基經濟學（Wikinomics）這個新術語。（van Dijck, 2013a, pp. 15-16）

這就是Don Tapscott及Anthony D. Williams這兩位經濟學家鼓吹的維基經濟學（Wikinomics）。他們還學當時極為著名的信用卡廣告的口吻說，「關係，終究是唯一無法商品化的。」（van Dijck, 2013a, p. 17）換句話說，關係是無價的。諷刺的是，恰恰是這些大公司最清楚「關係」才是它們的金雞母——從連結當中產生使用者的行為和特徵數據，然後銷售給對這些數據有興趣的客戶。這種透過平台後端的機器建立的連通性（connectivity）原本屬於技術術語，但被平台的擁有者轉化成社會資本，進一步變成它的經濟資本。十多年來，唯一仍在抗拒這種社會資本轉化成經濟資本的巨大勢力的，是維基百科。

當「關係」成為商品，Web 2.0也就進入了社交媒體時代。社交媒體一開始有許多先行者、開發者，但逐漸鞏固和整合成少數主宰的品牌。如今，人們一談到社交媒體，馬上想到的是臉書、推特，或者也會加上LinkedIn（專家網絡）以及Google+。原本Web 2.0中的參與者是想「讓網路成為社會性的」（making the Web social），在商業社交媒體平台眼中實際上意味著「讓社交成為技術性」（making sociality technical）。（van Dijck, 2013a, pp. 11-12）人們在社交媒體中形成的關係網絡是由技術編碼所設定的，這種技術編碼對人們的慾望和喜好有著鉅細靡遺的紀錄和分析，同時也顯示某一使用者的朋友群看甚麼、聽甚麼、讀甚麼、買甚麼，平台便依據這些數據開發各種工具去創造和引導使用者的行為和需求。

與Web 2.0早期主要依賴個人電腦連線不同，社交媒體更強調移動性（mobility），利用行動通信、智慧型手機、衛星網路，讓人們在任何地方都可以連線上網。於是，我們看到兩股趨勢同時存在：一股是社交媒體主宰網路和智慧型手機；另一股是同時興起的壟斷性權力、商業化和商品化。這兩股趨勢同時存在，意味著社交媒體既促進交流，同時也對社會關係進行商業掠奪——換言之，社會關係成為商品，尤其透過大數據（big data）技術對社會關係的各個面向進行拆解、分析、重組，成為可銷售的商品。

由此看出，個人電腦到網際網路的發展一直存在著兩副臉孔：一方面，因為規

模迅速形成，早期的推動者可以創造新的公眾，吸引創投並成立公司進而獲利，這幾乎是Web 1.0到Web 2.0的標準發展模式；另一方面，是分散的、去中心化的、非正式的准私人一面，使用者還是有空間發展新的互動模式和社群。當然，後來的發展是社交媒體的公司強調前者，忽視後者，執迷於超速成長，若加上九一一恐怖攻擊以來國家對網路監視的介入，企業—國家控制的暗面必須透過介入的方式凸顯出來，並進而付諸行動。這個國家、資本主義邏輯和使用者之間複雜且動態的關係還會繼續下去。

(Lovink, 2013, 2014; Sprenger, 2015; Pasquinelli, 2016)

## 肆、受牽絆的自我的當前處境

在當前的社交媒體時代，隨時在線、機器自動連接的社交網絡、大數據技術等重塑著人機關係中的自我形象，在商業邏輯和政府治理力量的圍攻下，負面後果日益明顯。本節將集中分析當前的社交媒體平台的技術在商業邏輯的支配下，自我的主動性、認知模式以及人際關係如何被導向被動、不具創造性的方向，並在下一節當中嘗試提出對治的出路。

### 一、大數據技術腐蝕社交網絡中的主體性

本社交媒體表面上豐富了我們的生活，但在使用者看不到的平台後端，是利用先端的技術精密紀錄並分析我們留在網路上的動靜態資料。在社交媒體日益強調大數據的時刻，這個兩面性也逐漸浮出檯面。在網路的發展過程中，公民維度的網民一度成爲以顧客、消費者，就像大眾媒體中的閱聽人一樣；社交媒體平台重新宣揚使用者在網路上的社會網絡（social networks），試圖重新喚醒人們對網民時代的記憶，但是，這個「社會性」已經技術化了。如今，社交媒體平台上由技術自動連接的人際關係網絡，從大數據技術的角度，就是一種經過計算的機會。

大數據依賴自動化的數據分析，也就是數據挖掘（data mining）。這種自動化的分析是透過演算法（algorithm）獲得的。在設計者眼裡，演算法是「由邏輯支配的一系列步驟，用於組織和操作某個數據庫，目的在快速獲得所期望的結果算法只有在

『模型』（model）產生後才存在。」（Gillespie, 2016, p. 19）也就是說，為了達到某個目標（比如交友的偏好），要把獲得這個目標的步驟依據事先設定的值加以程式化。如果目標是要給一個用戶最相關的搜尋結果，那麼，可以「透過有效計算在索引數據庫中預先加權對象的組合值（combined values），提高用戶點擊前五個結果中其中一個的百分比。」（Gillespie, 2016, p. 19）Google的網頁排名（PageRank）所依據的就是這種演算法。使用者以為自己依據審慎考量的查詢行為，實際上已經在系統的另一端被事先模型化了。（Pasquenelli, 2009）

因此，作為「使用者」，我們屬於哪一類，是依據演算法事先設計好並用來監測我們的意向、行為、癖好、風險的模型來分類的。這些個人特質通常發生在人的前意識（preconscious）層面，是自然流露的自我表現，演算程式把這些個人特質翻譯成各種變量、步驟和指標之間的功能性交互作用（functional interaction），在網頁上展現成為設計好的格式，使用者就依據這些格式描述、解釋和修訂自己。使用者的這些行為成為反饋（feedback），再度進入數據庫，成為演算法組合個人檔案（personal profiles）和修正模型的依據。（Pasquenelli, 2009; Gillespie, 2016; Hallinan & Striphas, 2014）

職是之故，社交媒體中的個人檔案（profiles）並不像臉書執行長祖克柏（Marc Zuckerberg）要我們相信的那樣，是一個人的身分的反映。這種「個人檔案」是演算法依據任務需要和目標生產出來的。誰在設定任務的需要？在當前所謂大數據時代，有這種企圖並擁有資本和技術能力的，是巨型公司和政府。因此，同一個使用者按照不同任務目標演算出的「個人檔案」，可以是潛在的消費者，也可以是潛在的罪犯。營利的社交媒體依據使用者登錄的帳號、瀏覽的行為、喜好或偏好、購買的行為等等，透過數據挖掘和分析所描繪出來的個人簡介。在這過程中，我們已經被植入一個「消費者的位置」，然後銷售。而政府則利用演算法所具有的學習系統，根據個人的身份資料、上網行為、時常造訪的網站、交友內容、關注的議題與發言等等特質與行為跡象，透過循跡的演算技術將這些數據合併在一起，形成盡可能完整的數據礦（data-mines），可以進行更「精確的」預測對風險社會中潛在的犯罪和危險份子，並予以監控。（Rouvroy, 2011）

讓人們無法意識到搜尋引擎和社交媒體對使用者掌控的是「免費的神話」：使

用者免費登錄，留下個人簡介和一些偏好資料，然後便可以享受這些網站或平台所提供的免費服務。這裡存在著兩重欺詐：首先，我們在平台上交付由循跡演算法技術紀錄的個人上網數據，換來的是一些無關痛癢的枝節服務（按讚、加好友、動態更新、即時通知、雲端服務等等）；其次，這些資料成為大數據的基礎，透過數據挖掘技術製作成符合各種客製化需要的數據商品，尤其是使用者的個人數據分析（personal profiling），轉賣給廣告商。這種精密的數據蒐集、分析和販賣動機與流程並未讓使用者知道，因而成了一種新的不透明性。這些自動代理者所形成的決定和預測，是將人類（以及世界）轉變成一個黑箱。在這個黑箱內，人的內在生活、意向和心靈狀態被「技術地」當成不存在，至少在它攸關重要之處（比如情感、情緒的複雜性）被當成不存在。如同學者Pasquale（2015）所形容的，我們活在一個「黑箱社會」（black box society）中。

使用者對這個「黑箱」並無清楚意識，一方面留下個人資料登錄換取免費服務似乎天經地義，另一方面則不知道平台後端對自己網上行為的循跡紀錄。不過，社交媒體時代人們和數位網路的關係已經不同以往。在網際網路初期，人們還能分辨虛擬世界和真實世界，不管偏好哪一方；如今，隨著行動通信和網路的結合，線上生活已經是我們生活的一部分——甚至可以說，就「是」（is）我們的生活。因此，線上生活所留下的數據就是我們生活的表徵，而這份資料並未徵得我們的同意便賣給廣告商，甚至交給政府。在這無意識過程中，社交媒體的使用者正一步步喪失作為主體的自己主動性的一面，成為另一種形式的「i奴」<sup>11</sup>。

## 二、過度飽和的認知和訊息導致注意力和關心的喪失

們都可能有一個經驗：弄丟了一隻手機。這意味著丟掉電話通訊紀錄的痕跡，同時也體認到這些人和事根本不在我們的心理記憶當中，而是在手機裝置裡。一旦裝置不見了或被刪除了，這些人與事就「不再存在」了。從有書寫技術以來，人們逐漸將

---

11 「i奴」是iSlave的簡稱，原指電子製造業工人不堪的勞動條件，後來也涵蓋使用電子產品和網路不能自拔的數位勞工（digital labour），包括社交媒體的使用者。見邱林川（2014）。

原本由心理記憶的負擔逐漸轉交給技術性工具—文字書寫、印刷術、攝影術、留聲技術、數位儲存技術等等，法國技術哲學家B. Stiegler (2010a, p. 68) 稱之為記憶的置換 (displacement of memory)。我們日益把認知和記憶功能託付給當代的記憶技術設備，託付把這些功能網絡化的服務工業，讓這些工業認知和記憶模組化，把知識定位成記憶科技的系統，對人有意義的一切事物的篩選、儲存都交給這種已經程式化了的技術性記憶系統。這些外在的設備、裝置逐漸超出人的掌握，讓人的記憶成為知識控制的對象。當我們認為雲端儲存的那些隨時可以取用的龐大數據庫就是知識時，人的心理記憶便無足輕重了，也不再具有屬於由個人體驗所累積的知識，這無異於「人的消失」 (obsolescence of human)。在這些現代記憶科技的霸權下，人發現自己愈來愈處於一種喪失和內部的空虛。(Stiegler, 2010a, p. 68; Lemmens, 2011)

Stiegler以技術哲學聞名，他主張人本身就是需要依賴技術的動物，技術性的外化或補充是人的記憶能力中不可化約的維度。西元前一萬年，有意識的記憶儲存方式 (精確的說，是記憶的技術) 出現了，從象形文字到拼音文字 (人們至今仍用來記得會議和某人的生日)，到個人數位助理 (PDA)，人類逐漸發展出有系統處理記憶的各種現代技術。Stiegler (2010a, p. 66) 用「語法化」 (grammatization) 這個概念形容記憶技術對人記憶經驗的組織。「語法化」就是記憶以不連續的標記 (marks)、痕跡等形成回憶的記憶環境的這些形式將記憶外化 (externalization)。記憶外化同時涉及硬體 (書寫和儲存的材料) 和軟體 (特別指語法)。

從二十世紀初發展起來的無線電廣播、電視和數位科技，是有系統組織我們的認知和記憶方式的最新技術，具有大規模儲存記憶的能力，並透過節目表制約人的意識與生活節奏 (吉見俊哉，2013)，更依照市場調查和行銷技術不斷誘發的人購買欲望。在人們處於一直在線、隨時傳送和回覆訊息的社交媒體時代，資訊的氾濫更導致認知和情感的過度飽和。

認知飽和引發認知的喪失，也就是知識的喪失；同時，心靈也變成荒漠，發展成一種愈來愈無心的意識遲鈍；情感飽和則產生一種普遍化的喪失情感過程 (a generalized disaffection)。於是，作為人種的我們生活在一個從內部毒化自己的體制 (regime of internal poisoning) 中。(Stiegler, 2013b, p. 8)



這種由認知和情感的飽和所引發的意識和情感的喪失，也引發對注意力（attention）的破壞。注意力是一種專注與關心的能力，是在面對周遭的環境中，能夠透過專注於一件事物的方式，連接過去的記憶、當前的處境以及對未來的籌畫的能力。這種能力既是心理的，也是集體的。說是心理的，是因為它是個體注意力集中於某個對象的能力；說是集體的，是出於它是關心這個對象的社會能力。因此，注意力的破壞也是心理裝置和社會裝置的破壞，造成精神貧乏，人們所失去的不僅是「實際知識技能」（know-how），也喪失了「知道如何好好生活」（knowing-how-to-live-well）的能力，剩下的只是盲目消費的被動性、資訊飽和卻無知識的狀態。（Stiegler, 2010a, p. 68-69）

Stiegler告誡我們：記憶的環境若缺乏個人心理實際的聯想、想像，包括遺忘、取捨、預期的能力，便是一個解除連結的環境（dissociated milieu），也就因此解除了人的社會性的環境。這樣的環境沒有可供交流的共同意義背景，這個共同意義背景就是現象學所稱的「世界」（the World），是我們存在與認知的背景條件。在日常生活中，自我（或說我們自己）的行動、思維並非在真空進行，而是以它的關注（care）形成一個周遭世界；而且，這個世界並非我獨自一人，我和其他人一同生活、互動、共享既有的傳統並為未來的世代創新傳統。這是一個共同的世界（Mitwelt），我們和他人處在一種「共在」（Mitsein）狀態。既然與他人共同存在，人們會根據關聯性（relevance）將世界依親疏遠近賦予秩序，社會學家舒茲（Alfred Schütz）稱之為「多重真實」（multiple realities）——有家人圈、朋友圈、同事圈、種族（民族）圈等等。（Schutz, 1992, p. 235-287）

### 三、遭圍困的社會性

前面所提到的共同的意義世界是人和人之間社會性（sociality）的基礎，人們在其中透過友愛建立連結，這個連結是人的選擇和投入的結果。但是，行動通信和社交媒體讓人們處在一種全天候的線上生活和社交狀態，心理牽掛著線上的種種，一旦關機或離線，其失落感甚至不亞於現實的死亡。這是人的連結性和機器的連接性之間的混淆，將社會活動等同於由純粹的演算概念為我們建構的世界，人們並沒有意識到，



在現實世界中人與人連結的關係在線上都成了量的演算，質的差異完全遭到抹除。

社交媒體平台雖然強調連結性，但偏重由演算法自動連通的部分，因為那是商業利益所在。因此，整個趨勢逐漸由自動連接所主宰，這是演算法架構的社交性，對人們慾望和喜好的詳細分析，開發各種工具去創造或引導出特定的需要，讓人們的活動成為形式的、可管理的和可操作的。如今，生產數據似乎已經成為社交媒體最原始的目標，不再是副產品。

顯然，社交網絡技術社會與經濟條件變異甚大，既可能引向連結（associated）關係，像Web 2.0早期部分網誌書寫那種參與文化；也可能造成分離的（dissociated）關係，使用者並沒有真正參與意義的建構，像當前的臉書那樣，幾乎只剩不斷「按讚」（liking）和自我推銷這種純粹的社交和行銷模式。Stiegler（2010a, p. 67-68; 2013b, ch 3 & 4）批評這種社交性只會造成心理個體化過程變得貧乏，或說解個體化（proletarianization of individuation, or disindividuation），導致個體社會化的重要資源一個人所處的意義世界也日益貧乏，無法在世代之間傳承真正的知識傳統。

表面上看起來，社交媒體是鼓勵回應的空間。對社會學家而言，不受禁止的相互對話、回應，是真摯性的所在。（Baudrillard, 1981, p. 169）人們在社交媒體上發表想法，有人肯定按讚，有人追蹤，有人回應，確實像是相互性的呈現。不過，這只是表象，在這個交流動態的平台後端，是機器人依循演算法不斷把妳的朋友網絡所發表的感想、動態更新傳送給妳，要求妳回應、說話。這些演算法在背景當中進行，紀錄分析每一個點擊、鍵盤敲擊以及某一個按鍵的使用，不需人們直接參與問卷回答之類的動作就能形成所謂的網路輿論。這些自動的捕捉裝置對人們所說的內容根本不關注，它關注的就是數據。（Pasquinelli, 2009）這不是社會性本身，而是社會性、相互性的擬像（simulacrum），人與人關係的社會性面向完全被吸收到機器的自動性當中，這甚至比勞動的異化還糟。（Langlois, 2013）

使用者被鼓勵把他們的社會生活化約成「分享」資訊，持之以恆地將生活的點點滴滴廣播給毫無面貌、麻木的所謂的「朋友」群。社會性那種擴散的、針對特定個人特性發展的關係完全遭到抹平成純粹的連接、即時的反應，這樣的群聚就像Andrew Keen所下的註解「在連結著的群眾當中孤立的人的寂寞」（loneliness of the isolated man in the connected crowd）。（轉引自Lovink, 2012, p. 11）這樣的論斷和Turkle在

《群體性孤獨》的論調不謀而合。她指出，人類關係是豐富的，煩亂且嚴苛（要求甚多）。不過，人們已習得用科技一舉清除、簡化。從談話移向連接就是這個清除的一部份。但這恐怕是一個自欺的過程。更糟的是，久而久之我們便不再關心，忘掉當中是有差異存在的，並進一步用這種狀態來取代和人們面對面聚在一起。這反而造成一種弔詭：當現實上難以建立友朋關係或對朋友關係厭倦時，人們反而找上純粹的機器（機器人）或軟體。

## 伍、在社交媒體時代重建社會性

在《群體性孤獨》一書中，Turkle雖然通篇展現一種悲觀論調，但她也提出一個重點：透過社交媒體的使用，在一個號稱可以代替人類讓世界變得有意義的科技裝置面前，我們暴露了自己的脆弱——我們需要連結，需要他人的承認，需要意義。這是新的人機關係所給出的啓示。正像她在該書最後所說的：關鍵在於，甚麼是「關係」（relationship）。（Turkle, 2014, p. 305-309）作為受過精神分析訓練的心理學家，Turkle強調親密和真摯性的關係（relationships of intimacy and authenticity），這必須透過面對面的、費時的對話去建立，在關係機器人和社交媒體這些備受質疑的關係技術中，似乎難以重建親密和真摯性。（Turkle, 2014, p. 7）對此，筆者部分同意，畢竟面對面互動是無可取代的；但行動通訊和網路已經是我們的「現實生活」了，並無全然退出的可能性。因此，筆者將循著Stiegler（2010b; 2012b; 2013b; 2013c）毒／解藥學批判（pharmakological critique）的觀點思考這種兩可情境：既然這個具有大規模破壞社會性能力的技術已經成爲我們的生活，就必須思考在這個技術環境中重建社會性的可能。換言之，行動通信和社交媒體技術既是毒藥，但也能是解藥。如何進行？筆者認爲Turkle和Stiegler兩位學者分別提出的方案，是值得吾人省思的途徑。其一，在社交媒體環境中重建真摯的人際關係；其二，扭轉現有的資本主義經濟體制，建立一種貢獻的經濟，這種貢獻的經濟立基於關心一對自己與他人的關心，也是對世代之間傳承的關心。

## 一、 在社交媒體中重建真摯的社會關係

真摯性 (authenticity) 從何而來？按傳統的社會學觀點，有兩個方面：展現在面對面的對話、互動中；同時，必須建立一種尊重人格性的擴散關係。(黃聖哲，2012；Oevermann, 2000) 這種關係不應該只是「我連結，故我在」，或「我擁有人氣，故我在」這種替代性的心理寬慰。

Stiegler (2013a, p. 20-22) 建議，我們最好先將網絡技術設定的「朋友」視為在動物之間可以看到的相互依偎，或者退而求其次的「替代伙伴」。青年人從社交媒體中、老年人從關係性機器人身上發現他們先前所錯過的，即友愛 (philia)。年輕人需要另一個年輕人的注目，他們認為這些網絡真正提供了這個條件，這也是何以他們躲進同儕社交網絡的原因。但是他們何以依舊感到孤單、空虛？關鍵在於，這樣的「朋友網絡」只是機器連通所構成的，並且由機器驅動妳不斷擴大網絡、累積人氣。這個「關係」是形式的、空洞的。

如何扭轉這種情況？不是要完全拒絕社交網絡，也不是要忽略其危險。最重要的是在社交網絡當中與社交網絡一起創造新的可能性。只要我們能夠理解，這些網絡是科技的，同時也是社會的；在獲得這樣的理解之後，我們便有能力成為反身性的施為者 (agent of reflexivity)，像臉書這樣的一種社會網絡，仍然有可能成為一種反身的個性化 (reflexive individuation) 的媒介。(Stiegler, 2013a, p. 20)

但是，要形成這種反身的個性化，就必須將社交媒體那種透過機器自動連通的網絡，轉化為具有社會性的友誼關係。Stiegler (2010b, 2012b, 2013c) 所提出的跨個體化過程 (process of trans-individuation) 概念對此頗具啟發性。這個概念指的是，在一種社會關係的過程中，確保某種一直社會性地共同個體化，從這當中可以建立一種相互共享，同時又能夠傳遞給下一世代的知識遺產。這個跨個體化也是一種雙重的共同個體化過程 (processes of dual co-individuation)，是兩個人 (當然也可以是一群人) 在交流互動中同時形成他的個性以及集體特質。在這種共同個體化當中，友誼和愛是形成我們的心理個體的必要場合。

這意味著，跨個體化不是單純的動物層面的情感依偎，而是透過相互連結形成規則的東西。在社會學領域中，這就是集體連帶 (collective solidarity)，這種連帶是集

體之間的團結感，可以是成文法律的，更可以是情感乃至無意識的。這樣一種跨個體化就會形成集體，把共同形成的意義穩定下來。這個文化傳統是一個共同建立的意義世界，它賦予這個世界一種由那些個體化和共同個體化的人們所共享的一種理解。這些人生活在這個世界中，寓居於其中（dwelling）<sup>12</sup>，讓意義衍生、演變，把一個單純的個體網絡轉化成一個真正的共同世界。

這種思考過的、在對話中、在對集體貢獻中以及在對他人的關心（care）中建立的關係，不是孤單的在一起（群體性孤獨），而是真摯的相互承認的關係。人們會質疑的是：網際網路能否建立真摯的人與人之間的關係？也就是社會學所說的具有人格性的「擴散性關係」（diffusive relation），而非「角色關係」（role relation）。這兩種關係都是社會學所稱的「社會性」（sociality）。具有人格性的擴散性關係具有四種結構特性：不可逆性、無條件的信任、以身體為基礎，以及愛。（黃聖哲，2012）雖然「面對面」這個結構條件特性在網路上無法滿足<sup>13</sup>，但其他三個結構條件有可能

---

12 這個字眼的靈感來自著名的傳播學者克裡斯琴斯教授（Clifford G. Christians）在「全球媒體融合時代的挑戰與機遇」國際學術論壇（2015年10月17日，北京外國語大學）的專題演講中所提出的概念。他主張，在媒體融合時代的倫理不能忽視對人本身的研究，而這個應該著重在dwelling這個角度。Dwelling是借自二十世紀最重要的哲學家之一海德格爾（Martin Heidegger）的概念，德文aufhalten，意為棲居、寓居、逗留等，一直是海氏哲學，尤其是論藝術作品起源的核心概念。（海德格，1994）從現象學的角度講，dwelling就是人的條件，就像藝術作品是把自身閉鎖著大地帶入一個敞開的世界一樣，人也在其熟悉的生活視域中擺脫閉鎖的孤單（alone）、單向的關係，建立一個敞開的、具有相互性的意義世界。這也是一種真摯性的關係。克裡斯琴斯教授的觀點與本文的核心論點不謀而合。顯見，即使在大數據翻天覆地的潮流下，新聞和傳播依舊需要立足於人本身，才有意義。

13 這或許是Turkle強調離線的原因。她自承是個談話的擁護者—除了談話的空間外，必須記得，談話就是傾聽他人，即使大部分時間都是無聊的片段，未經思索、編輯。她提到自己的一個經驗：每年夏天，她都會到麻州的鱈魚角度假，漫步在梭羅也同樣走過的沙灘上，以前，看到每一個漫步的人都抬著頭望著水、天空、沙灘，談話；現在，每個人都低著頭滑手機、打字，即使身旁是親友陪著，每個人也只顧著自己的通信設備。見Turkle（2012）。

在網路（包括社交媒體平台）上重建，重點在於選擇。不要忘記，人們在網路發展初期積極參與社群的建構，在Web 2.0初期發動自由軟體運動和使用者即生產者的貢獻式參與，讓這些社會化的創造潛能受到抑制的是經濟體制—新自由主義經濟體制那種徹底實現「萬物商品化」，對社會後果不負責任的經濟模式。因此，喚醒並推動讓使用者的關注點從連結性（connectivity）轉向真摯的承認（authentic recognition），轉向對關係的自主取捨和投入，也就是一種基於關心的友誼關係，這個環境的轉化依舊有其前景（Stiegler, 2012）。

## 二、邁向一種貢獻的經濟

對社交媒體能否重建真摯的社會性關係，認為必須離線以重建面對面關係的論者多半持否定態度，但有另一群學者主張可以在社交網路中重新建立Web2.0初期那種同儕協作、無私貢獻的模式，Stiegler即是其中之一。社交媒體確實具有潛力，但因追逐利潤的商業取向抵銷掉和他者的真摯邂逅所形成的創造性。我們只要回想一下網際網路發展的歷史，便明瞭這種潛能如何一再受資本主義商業邏輯的壓制：從公共網路時期的駭客文化、禮物分享的文化變成網路公司所凸顯的消費者形象；從Web 2.0初期的雙向互動、使用者生產內容的貢獻式互動，到臉書、推特將使用者的無償貢獻剝削成社交媒體平台的私人利潤來源。

要扭轉社交媒體當前的商業邏輯，首先要區分資訊（information）和知識（knowledge）。雖然我們看到「知識社會」、「知識經濟」這樣的術語充斥在學術和日常生活領域，但這種術語中的「知識」實際上指的毋寧說是「資訊」，它基本上隱含的是商品潛力以及可以從不斷產生差異中形成新的商品。

按照控制論始祖Norbert Wiener的定義，對資訊是「從周圍世界的噪聲中所完成的一種統計選擇，這隱含著有一套能夠進行真正選擇或取捨的裝置。」（轉引自Gallowy, 2010, p. 284）資訊理論強調量的資訊觀，甚至犧牲了質與內容的維度。資訊不應和（語言的）意義混淆：兩個訊息，一個充滿意義，一個毫無意義，從資訊的角度可以完全等值。因此，這種資訊觀對語意內容及解釋較不關心，其重點不是詮釋，而是控制論的解析、掃描、重新排列、過濾以及插入。這就是社交媒體平台後端的演



算法所依據的資訊觀。演算法把當每一件事都實時紀錄下來，成為龐大的數據庫，再運用數據挖掘的方式，從中建立各種差異，也就是資訊，然後化為商品銷售；當然，這些數據可以經由重組形成一份細膩的個人數據分析，進行商業的和政治的循跡監控（Pasquinelli, 2009, 2016; Rouvroy, 2011）。

當社交媒體的數據量每天以難以估量的數量累積，被紀錄的事件和光速一樣快，但其消失（實際上是沒有辨別出差異，沒有產生資訊）也和光速一樣快，資訊商品的價值隨著時間的過去而貶值。但知識不同，按照Stiegler（2010a, p. 67）的論點，知識也是一種記憶技術外化的結果，它是「經由痕跡的形式把人的思維外化，藉此把思維組織起來。這些痕跡就是讓思維變得可重複、可傳遞的象徵（symbols），是反思的具體物（actual objects of reflection）。簡言之，就是知識。」

另一方面，由於現代技術的知識形式在設備和裝置上使用了機器語言，這些知識的介面都已經超出參與者的理解，因此人們談「知識社會」、「知識工業」時，或者談大家熟知的「認知或文化資本主義」時，實際上產生的是一種「知識的喪失」，因為不論是從技術的角度，還是從規範技術生產的知識的現代資本主義體制來看，知識的獲得幾乎都集中在生產者這一端。這種技術在消費主義模型支配下擴展到全球、深入到人生活的所有層面，刺激出一種碩大無比的浪費；知識也是一種消費商品，隨時成為熱門商品，也隨時被拋棄，在個人的認知上不具累積性，在世代之間更不具傳承的價值。

對此，Stiegler（2014, p. 18）主張，可從

一種新的、政治的角度提出關心的問題，而非侷限在醫療或倫理領域：關心問題必須直指政治經濟學核心（the question of care must go to the heart of political economy）。帶著這樣的提問，明顯地就會產生出一種能夠關心世界（taking care of the world）的新文化的、教育的、科學的和工業的政治文化。

雖然今日的資本主義往破壞的方向發展，但顯然試圖控制整個人群的數位網絡本身仍浮現出新類型的經濟，這種經濟不僅是發明新的生產模型，比如開放原始碼運動和同儕協作的知識生產方式，也緩慢創造出一種可以發明新的生活方式。可以在破



壞社會連結的同一個技術基礎上發展出一個新社會，在從今日的消費者社會轉化成 Stiegler稱之為一個「貢獻的社會」（society of contribution）的過程中，數位網絡可能是首要的觸媒。

這種貢獻的觀點，不會排斥新技術的種種可能性；相反，它的目的是把這些可能性社會化（socialization），也就是讓這些可能性為社會服務，而不是新自由主義的資本主義模式為了解決自身困境所發明的那種「創造性破壞」服務，這種創造性破壞仍是以資本主義邏輯任意處置生產過程和產品。相反，貢獻式經濟是立基於一種社會創新，讓迄今為止由資本主義經濟權力所壟斷、替消費主義的行為控制服務的電子科技，變成精神技術學（nootechnologies），也就是精神技術學（technologies of spirit），為專業知識、處世智慧及理論知識的去貧乏化和重建服務。（Stiegler, 2014, p. 21-22）

## 陸、結論

本文借Turkle在三十年間關於人與電腦關係的三部著作，探討自我意象在這過程中的嬗變。本文嘗試指出，自我已經從第一代電腦和網際網路時期那種具有主動性探索的形象，轉變為社交媒體時代受牽絆住的自我。這個自我在隨時在線的狀態下，不僅在情緒上受牽絆住，更被平台後端的演算法機器拴住、操控。不可否認，在數位行動網路時代已經無法再區分虛擬／現實生活，網路已經「是」我們的生活，但是，就像Turkle在她的新書中所評論的，人們對這個頗能滿足情緒上需要的新人機關係仍有缺憾，即使隨時在一起，卻依然感到失落、孤單。歸根究底，是這種新技術所塑造的關係欠缺真摯性，本文建議透過重建具有人格性的擴散關係，以及在資本主義邏輯主導的社交媒體中形成貢獻經濟的模式來重建這種真摯性。

這樣的立場似乎隱含著面對面溝通和擴散性的社會關係的優先性，隱含著共同體（community; Gemeinschaft）邏輯的優先性。確實，這是社會學傳統中一個持續爭論但至關重要的議題。從十九世紀末德國社會學家騰尼斯（Tönnies）提出共同體與社會（Gemeinschaft/ Gesellschaft）之分，二十世紀初法國社會學家涂爾幹（Durkheim）區分機械連帶／有機連帶（mechanical/organic solidarity），到哈伯馬斯（Habermas）致

力於「理想溝通情境」的理論建構，社會學一直有著一種渴求「共同體」的傳統，除了以全面的情感連帶為基礎外，它還意味著「真摯的溝通」，也就是擴散的社會性（diffuse sociality）。這種烏托邦色彩預設是無可避免的。現代社會則被認為是真摯溝通的中斷，借用哈貝馬斯的說法，就是「生活世界逐漸被系統殖民」的過程。筆者認為，社交媒體的機器連接性凌駕人與人的連結，也是系統殖民的一種最新狀態，如何在這個既成事實中恢復真摯的溝通，是社會理論（同時也應該是傳播領域）追求的目標<sup>14</sup>。

---

14 傳播領域的傳統中，這種對真摯性的思考雖非主流，但仍是執拗的低音。見Czitrom（1994），尤其是第四章關於杜威及芝加哥學派的討論，以及Peters（2003）中更為宏觀、野心也更大的視野。

## 參考書目

- 毛榮富（2001）。〈從APARNET到沖繩IT憲章——數位落差的政治經濟考察〉。  
《思與言》，39（1）：29-87。
- 何道寬譯（2003）。《交流的無奈：傳播思想史》。北京：華夏出版社。（原書：  
Peters, J. D.[1999]. *Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication*.  
Chicago, Illinois: The University of Chicago Press.）
- 邱林川（2014）。〈告別i奴：富士康、數位資本主義與網路勞工抵抗〉。《社  
會》，34（4）：119-137。
- 李尚霖譯（2013）。《聲的資本主義：電話、Radio、留聲機的社會史》。台北：群  
學出版有限公司。（原書：吉見俊哉[1995]。《「声」の資本主義：電話、ラジ  
オ、蓄音機の社会史》。日本東京：講談社。）
- 周遠、劉菁荊譯（2011 / 2014）。《群體性孤獨》。杭州：浙江人民出版社。（原  
書：Turkle, S.[2011]. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and  
Less from Each Other*, New York, NY: Basic Book.）
- 苗華健、陳體仁譯（1994）。《信息崇拜：計算機神話與真正的思維藝術》，北  
京：中國對外翻譯出版公司。（原書：Roszak, T.[1986]. *The Cult of Information:  
the Folklore of Computer and the Art of Thinking*. New York, NY: Pantheon Book.）
- 陳世敏譯（1994）。《美國大眾傳播思潮》。台北：遠流出版事業。（原書：  
Cztrom, D. J. [1982]. *Media and the American Mind: From Morse to McLuhan*.  
Chapel Hill, NC: The University of Carolina Press. 1982.）
- 黃厚銘、林意仁（2015）。〈流動的群聚（mob-ility）：網路起鬨的社會心理基  
礎〉。《新聞學研究》，115：1-50。
- 黃厚銘、曹家榮（2015）。〈「流動的」手機：液態現代性的時空架構與群己關  
係〉。《新聞學研究》，124：39-81。
- 黃聖哲（2012）。〈社會性的雙重性結構〉。《社會理論學報》，15（1）：115-  
133。
- 孫周興譯（1994）。《林中路》（原作者M. Heidegger）。台北：時報出版。

- 賴曉黎 (2004) 。〈網路的禮物文化〉。《資訊社會研究》，6：149-172。
- 盧嵐蘭譯 (1992) 。《舒茲論文集，第一冊：社會現實的問題》。台北：桂冠圖書。(原書：Schutz, A. [1961]. *Collected Paoers: I. The problem of social reality*. The Hauge, The Netherlands: Martinus Nijhoff.)
- 譚天、吳佳真譯 (1995 / 1998) 。《虛擬化身：網路世代的身份認同》。台北：遠流。(原書：Turkle, S. [1995]. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York, NY: Simon & Schuster.)
- Baudrillard, J. (1981). *For A Critique of Political Economy of Signs*. St. Louis, Missouri: Telos Press.
- Barbrook, R. & Cameron, A. (1996). The Californian Ideology. *Science as Culture*, 6(1), 44-72.
- Hallinan, B & Striphas, T. (2014). Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture, *New media & Society*, 1-21.
- Langlois, G. (2013). Social media, or towards a political economy of psychic life. In G. Lovink, & M. Rasch (Eds), *Unlike Us Reader: Social Media Monopolies and Their Alternatives*, (pp. 50-60). Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Lemmens, P. (2011). "This system does not produce pleasure anymore": An Interview with Bernard Stiegler. *Krisis*, 1, 33-42.
- Lovink, G. (2012). What is the social in social media. *E-flux Journal*, 40, 1-12.
- Lovink, G. (2013). After the social media hype: Dealing with information overload. *E-flux Journal*, 45(4), 1-9.
- Lovink, G. (2014). Hermes on the Hudson: Notes on Media Theory after Snowden. *E-flux Journal*, 54(4), 2014.
- Oevermann, U. (2000, May). „The analytical difference between community („Gemeinschaft") and society („Gesellschaft") and its consequences for the conceptualization of an education for European citizenship". In *Developing Identities in Europe: citizenship education and higher education. Proceedings of the second Conference of the Children's Identity and Citizenship in Europe* (pp. 37-61).

- Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Pasquinelli, M. (2009). Google's PageRank algorithm: A diagram of cognitive capitalism and the rentier of the common intellect. *Deep Search: The Politics of Search Beyond Google*, 152-162.
- Pasquinelli, M. (2016). *The spike: On the growth and form of pattern police*. open access monographs published by Meson Press(<http://meson.press/>).
- Rouvroy, A. (2011). Governmentality In An Age Of Autonomic Computing: Technology, Virtuality And Utopia, in Hildebrandt, M. & Rouvroy, A. (Eds.) *Law, Human Agency and Autonomic Computing*. New York, NY: Routledge.
- Sprenger, F. (2015). *The Politics of Micro-Decisions: Edward Snowden, Net Neutrality, and the Architectures of the Internet*. open access monographs published by meson press(<http://meson.press/>).
- Stiegler, B. (2010a). Memory. In Mitchell, W. J. T. & Hansen, M. B. N.(Eds.) *Critical Terms for Media Studies*. Chicago, Illinois: The University of Chicago Press.
- Stiegler, B. (2010b). *Taking Care of Youth and the Generations*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Stiegler, B. (2012a). A Rational Theory of Miracles: on Pharmacology and Transindividuation. *New Formation*, 77, 164-184.
- Stiegler, B. (2012b). Care: Within the Capitalism, Economizing Means Taking Care. in Cohen, T.(Ed.) *Telemorphosis: Theory in the Era of Climate Change*. Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Library.
- Stiegler, B. (2013a). The Most Precious Good in the Era of Social Technologies. In Lovink, G. & Rasch, M.(Eds.) *Unlike Us Reader: Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam, Netherlands: Institute of Network Cultures.
- Stiegler, B. (2013b). *Uncontrollable societies of disaffected individuals: Disbelief and discredit*, 2. Cambridge, UK: Polity
- Stiegler, B. (2013c). *What makes life worth living: On pharmacology*. Cambridge, UK:



Polity.

Stiegler, B. (2014). *The re-enchantment of the world: the value of spirit against industrial populism*. London, UK: Bloomsbury Publishing PLC.

Turkle, S. (2005). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. 20th Anniversary Edition. Cambridge, MA: The MIT Press

Turkle, S. (2008). Always-on/Always-on-you: The tethered self. In Katz, J. E. (ed.), *Handbook of Mobile Communication studies*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Turkle, S. (2012). The flight from conversation. *The New York Times*.

van Dijck, J. (2013a). *The Cult of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford, UK: Oxford University Press.

van Dijck, J. (2013b). 'You have one identity': Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2), 199-215.