

國立政治大學 傳播學院

傳播碩士學位學程碩士學位論文

「貼」了更靠近？

從技術哲學初探 LINE 貼圖與身體

A Preliminary Research on LINE Sticker and Bodies from a
Perspective of Philosophy of Technology



指導教授：謝杰廷 博士

研究生：鄭淇方

中華民國 112 年 8 月

謝辭

總算走到碩士生涯的最後一哩路，三年多的研究生生涯即將劃下句點。回頭來看，寫論文的日子像是一段漫長的時光，伴隨一股看不到終點的無力感，還有遲遲沒有靈感與不知道如何下筆的無助感。在這段路上雖然遇到許多瓶頸，也在過程中有過無數次想放棄的瞬間，但因為路上一直有很好的天使與我相伴，因此特別想感謝這些人。

首先是我的指導老師謝杰廷博士。自從在碩二上身體與書寫課堂中深獲啟發後，便與技術哲學結下緣分，同時也是這份論文的起點。謝謝老師耐心聆聽我方方面面卡關的地方，並且用心給予建議與鼓勵。每次開會結束後，心裡總是如釋重負。如果說碩士生涯是馬拉松，比起教授與學生的身份，更感覺老師像是與跑者我並肩同行的配速員，是堅定且令人放心的存在，就如我總是對他人說，您是寶藏老師。同時也要感謝兩位口試委員劉慧雯博士與李立鈞博士，無論是計畫書提案或畢業口試都給予許多建言以及大力鼓勵，令我受益良多也充滿感謝。

感謝我的家人在生活上給予支持，信任我可以做到；謝謝祐亘、正妍每次開會都給我很多建議，尤其在口試期間到場給予鼓勵；謝謝榕珊、家芸、麗微，一起分擔寫論文的喜怒哀樂，你們總能照亮我的那些低落時光；也感謝在政大傳碩幫助過我的師長們、過去讀書會的夥伴。謝謝筱筑、子滢、碧翎、沂庭與高中的夥伴們，一直與我保持聯繫、到處走透透，還對我無聊的碩生大小瑣事充滿好奇；謝謝廷靜無時無刻的陪伴甚至特地送上花束，最喜歡我們這兩年總一起上貓空的時光；雖然很多時候很討厭，但還是謝謝翔翔，謝謝你一直都在。深知自己不足之處還很多，因為有你們才能使我有成長。

最後的最後，我想要感謝的人是自己，謝謝你選擇走到這裡沒有放棄。雖然慢了一點，直到收尾時才感覺到那麼一些些的成長，但還是很開心能夠覺察自己的進步還有因為完成一項大事油然而生的滿足感。期許未來能好好照顧自己與身邊的人，珍惜每個當下。謝謝大家，謝謝看到這裡的你。

摘要

LINE 貼圖作為一種溝通工具，官方廣告宣稱使用者能夠因為貼圖「貼」了更靠近彼此。回顧貼圖的發展脈絡，從表情符號到貼圖的出現，以及貼圖種種設計與取材，顯示貼圖與「身體」的關聯性。又以貼圖增添許多媒介元素企圖強化貼圖角色在場的效果，再次凸顯貼圖圖像的「身體」存在。而在貼圖的技術實踐過程中，其所牽涉到的不僅是貼圖圖像的身體，還包括使用者的身體涉入，以及乘載貼圖的手機的身體。貼圖作為一項技術，與使用者的身體、手機的身體、貼圖圖像的身體將建立起什麼關係以及如何結構，相當值得探究。

本研究以「貼圖作為身體技術」為研究取徑，採納現象學與技術哲學的分析觀點，從 Heidegger「及手性」與技術作為「解蔽」的本質，以及 Ihde 從「體現關係」、「詮釋關係」、「它異關係」對技術與身體之觀點作為切入視角，從此打開對於貼圖技術與身體的詮釋空間。本研究針對手機的身體、使用者的身體、貼圖圖像，以現象學式的厚描，考察貼圖與身體並且呈現貼圖技術的本質。

研究結果發現，貼圖這項技術物的本體仍然是身體，而使用者的身體則在經過漫長時間熟悉技術、與技術互動之下，也將自身構造為技術的實存。因此，以貼圖這項技術而言，身體總是在貼圖裡，貼圖也總是在身體中，我們都是在技術裡的身體(bodies in technology)。貼圖與使用者建立起的「人—技術」結構，是一種具流動性且混雜的自我的呈現。因為身體早已允許技術參與至身體構造裡，技術也將身體納入設計與規劃。使用者一方面能夠透過貼圖揭露自己，一方面卻也可以同時藏身於圖像／技術的身體之後，而以遮蔽的方式來揭露自己。因為如此，使用者很有可能在無意間使得數位環境上的對話同時產生「貼了更靠近」與「距離疏遠」兩種情況，而非官方廣告或實證研究中所宣稱貼圖必定正向影響溝通。

關鍵詞：LINE 貼圖、現象學、身體、技術

Abstract

LINE stickers, as a communication tool, are officially advertised to bring users closer to each other through the use of stickers. Reviewing the development of stickers, from emoticons to the emergence of stickers, and the various designs and sources of stickers, it demonstrates the connection between stickers and the "body." Stickers add various media elements in an attempt to enhance the presence of stickers, highlighting the "bodily" existence of sticker images once again. In the process of sticker technological practice, it involves not only the body of sticker images but also the involvement of users' bodies and the body of the mobile devices carrying the stickers. The relationship and structure that stickers, as a technology, establish with the user's body, the mobile device's body, and the body of sticker images are worth exploring.

This research adopts the perspective of "Stickers as Body Technology" and incorporates phenomenological and philosophical perspectives on technology from Heidegger's "readiness-to-hand" and the essence of technology as "unconcealment," as well as Ihde's perspectives on technology and the body from "embodiment relations," "hermeneutic relations," and "alterity relations" as entry points, opening up interpretive space for sticker and the body. This research examines the essence of sticker by conducting a thick description, focusing on the body of the mobile device, the user's body, and sticker images from a phenomenological perspective.

The research results reveal that the ontological essence of sticker technology remains the body, and over time, the user's body, through familiarity with the technology and interaction with it, also constructs itself as an existence of technology. Therefore, in the context of sticker technology, the body is always within the sticker, and the sticker is always within the body; we are all "bodies in technology." The "human-technology" structure established by stickers and users is a fluid and hybrid presentation of the self. Because the body has already allowed technology to participate in its construction, and technology also incorporates the body into its design and planning. Users can reveal themselves through stickers while also hiding behind the image's body, using concealment as a way to disclose themselves. As a result, users may unintentionally create both "getting closer" and "distancing" situations in digital conversations, rather than the official advertising or empirical research claims that stickers always have a positive impact on communication.

Keywords: LINE stickers, phenomenology, body, technology.

目次

| | |
|--------------------------------|----|
| 第一章 緒論..... | 9 |
| 第一節 研究背景與研究動機..... | 9 |
| 第二節 研究目的與研究問題..... | 19 |
| 第三節 小結與章節規劃..... | 23 |
| 第二章 文獻探討..... | 25 |
| 第一節 科技中介下的溝通數位化..... | 25 |
| 壹、電腦中介傳播的表情符號發展..... | 25 |
| 貳、貼圖之功能性轉變..... | 30 |
| 第二節 回到貼「圖」..... | 35 |
| 壹、串起貼圖：故事性..... | 35 |
| 貳、貼圖圖像構成與分類..... | 37 |
| 第三節 文獻探討小結..... | 42 |
| 第三章 貼圖作為身體技術之研究路徑..... | 44 |
| 第一節 技術哲學與現象學的分析觀點..... | 48 |
| 壹、現象學與技術哲學..... | 48 |
| 貳、現象學描述..... | 50 |
| 第二節 貼圖作為身體技術之觀點建構..... | 54 |
| 壹、從「手」出發的身體技術：「手」機與「貼」圖..... | 54 |
| 貳、身體與技術的互動：體現關係、詮釋關係、它異關係..... | 56 |
| 參、貼圖是否被文字所「座架」？..... | 62 |
| 第四章 「貼圖」的身體技術與「身體」的互動..... | 66 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第一節 「貼」的貼上、撕下、覆蓋..... | 68 |
| 第二節 手機的身體..... | 72 |
| 壹、「貼」貼圖的具身：先手機，後貼圖..... | 72 |
| 貳、手機的身體與使用介面..... | 75 |
| 參、離型紙般的使用介面..... | 76 |
| 第三節 使用者的身體..... | 79 |
| 壹、體現關係下的貼圖與身體：貼圖成為「我」..... | 79 |
| 貳、體現關係的轉化作用：從「貼」了更靠近到「黏貼」的痕跡..... | 83 |
| 第四節 貼圖的身體..... | 92 |
| 壹、詮釋關係下的貼圖與身體：貼圖「不只是」我..... | 92 |
| 貳、詮釋關係的轉化作用：動物形象化的貼圖圖像..... | 94 |
| 參、它異關係下的貼圖與身體：貼圖作為使用者的「面具」..... | 98 |
| 第五節 是否圖像的技術仍然被文字座架..... | 106 |
| 壹、關鍵字的座架..... | 106 |
| 貳、貼圖依舊是標準化下的結果..... | 110 |
| 第五章 結論與建議..... | 115 |
| 第一節 身體在貼圖裡，貼圖也在身體中..... | 117 |
| 第二節 研究限制與未來研究建議..... | 121 |
| 參考文獻..... | 123 |

表次

| | |
|-----------------------|----|
| 表 1 LINE 貼圖類型與發展..... | 12 |
| 表 2 表情符號類型..... | 29 |
| 表 3 貼圖功能分類..... | 32 |
| 表 4 貼圖造型分類..... | 38 |
| 表 5 貼圖效果分類..... | 41 |



圖次

| | |
|--|-----|
| 圖 1 LINE FRIENDS..... | 35 |
| 圖 2 致敬致敬 LINE 第一組貼圖！LINE 原創市集特別企劃..... | 104 |



第一章 緒論

第一節 研究背景與研究動機

溝通是人們通過口頭或非語言的方式，包括口頭和書面的文字、手勢、圖像、行為等，將自己的意見、感受、想法、態度、看法和指示傳遞給他人的社會互動過程（Lee and Lin, 2019）。在網際網路快速發展及行動裝置日趨普及之下，更是形成多元化的溝通方式。現在人手一台，甚至數台智慧型手機，除了內建既有的電話、簡訊等通訊功能，即時通訊軟體（IMS）也如雨後春筍般出現，讓溝通超越了時間和空間的限制，實現了線上的社交互動，常見軟體包括：Messenger、LINE、What's App、WeChat 微信等等。其中，LINE 在台灣的使用率高達了 95.7%。也就是說，幾乎全台人人都在使用這項通訊軟體。每天早晨，手機跟著人們甦醒；起床後的第一件事，就是檢查 LINE 是否有未讀取訊息。在人人都是賽伯格的 21 世紀，手機不離身早已成為常態。而對於長期依賴 LINE 維繫社交關係的使用者（如筆者），無論是家人、朋友、同事、各種社團社群，任何線下的生活圈幾乎都能與 LINE 同時進行，與他人即時互動。不只無法離開手機，更是無法不使用 LINE，彷彿一離開就與世界失去聯繫。

LINE（日語：ライン，中文譯為連我、連加、連線）由南韓 NHN 公司旗下的 NHN Japan 日本分公司於 2011 年 6 月開發的即時通訊平台，使用者之間可以透過網際網路在不額外增加費用情況下，與其他使用者傳送訊息及觀看直播，並可透過 LINE 使用購物、行動支付、計程車、旅遊資訊及取得新聞等功能。LINE 服務性質相當於傳統電信商提供的多媒體簡訊或簡訊等服務或即時通訊之演進，並進一步演化為整合各項生活機能的平台提供用戶包括封閉式的網路訊息傳送、視訊通話、以及即時動態分享功能。

LINE 起始平台以 Android 和 iOS 為主，後期陸續擴展至 BlackBerry（2012 年 8 月）、Nokia Asha（亞洲和大洋洲，2013 年 3 月）、Windows Phone（2013 年

7 月)和 Firefox OS(2014 年 2 月)的應用程式。此外還提供在 Microsoft Windows、Mac OS 和 Chrome OS 平台上彼此通訊。在基本架構上，LINE 須在使用者的智慧型手機或與其相容的平板電腦註冊使用(維基百科，2014)。根據 LINE 官方在日本舉行 LINE CONVERGENCE TOKYO 2016 年度大會宣布，在 2016 年 3 月以來，LINE 於全球擁有超過 10 億人註冊使用，其中約有高達 2.15 億活躍使用者¹。

LINE 於 2012 年引進台灣。根據 LINE 台灣官方數據指出，LINE 使用人數，從 2013 年的 1200 萬人，一路攀升，截至 2020 全台活躍用戶達 2100 萬，年齡層涵蓋全台 12 歲至 65 歲人口(LINE 官方，2021)；國內最新一期《Digital 2022: TAIWAN》由 We are social 與 KEPIOS 攜手進行的數據調查也指出，LINE 在台灣的使用率也來到 95.7%，成為國內使用人數最多的社群平台(數位時代，2022)。LINE 提供使用者多種溝通方式。除了一般文字訊息、表情符號、圖片、影音、即時通話和視訊外，「貼圖」也是此軟體的一大特色，並且在線上的溝通場域中扮演著極為重要的角色與優勢。利用貼圖搭配文字訊息，能讓使用者更靈活地表達自己的想法與情緒，彌補數位溝通上無法被看見的非語言線索，這也是 LINE 受到大眾歡迎的主要因素之一。根據 LINE 統計，每日透過 LINE 傳送的訊息使用量超過 10 億則，貼圖高達 18 億筆²；台灣民眾愛用貼圖的數量高出日本約 1.5 倍，成為全球數一數二的國家³；而根據銷售統計，台灣民眾最愛幽默搞怪的貼圖。2021 恰逢 LINE 貼圖十週年，LINE 官方也順勢推出 2022 年「貼圖訂閱制」超值方案⁴。顯見 10 年來，貼圖使用穩健成長，已儼然成為台灣用戶日常溝通之必要。

¹ 〈服務上線將滿五周年 LINE 舉行 LINE Conference Tokyo 2016 宣佈開故事業平台資源 目標成為匯流豐富資源的「智慧入口」 台灣將推 LINE Points 及 Pop-Up 貼圖〉(2016 年 3 月 25 日)。取自 LINE Corporation 網頁 <https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2016/1297>

² 〈台灣人每天傳 10 億則訊息，蘊藏多少商機？看 LINE 如何把「分享」變現〉(2022 年 10 月 16 日)。取自數位時代 <https://www.bnext.com.tw/article/72001/line-converge-2022-summary>

³ 〈LINE 統計 台灣民眾最愛幽默搞怪貼圖〉(2015 年 7 月 27 日)。取自大紀元 <https://www.epochtimes.com/b5/15/7/26/n4489343.htm>

⁴ 〈LINE 推「貼圖訂閱制」，最低每月 40 元能用 400 萬組貼圖，背後在打什麼算盤？〉(2021 年 6 月 23 日)。取自數位時代 <https://www.bnext.com.tw/article/63520/line-stickers-subscription>

LINE 在初入市場之際便以軟體中的吉祥物 LINE Friends 的官方貼圖吸引用戶下載，透過虛擬角色來與 What's App 等對手做出區隔。現在貼圖是成為與朋友「賴」在一起的重要環節。有鑒於過去傳統的表情符號主要是簡化人類臉部表情的展現，雖可辨識出情緒，但都是千篇一律的黃色臉孔。LINE 一改以往，早期推出原創貼圖四大角色「熊大(Brown)、兔兔 (Connie)、饅頭人(Moon)、詹姆士(James)」，以可愛的漫畫造型、豐富的表情、切合情境的肢體動作，累積大量貼圖粉絲，成功俘獲使用者的心。不過當時貼圖的元素仍較為單純，貼圖上的文字同質性高，不外乎「你好」、「謝謝」、「抱歉」、「生日快樂」等，主要用途停留在傳遞文字表達不足的情緒和語氣，或是試圖呈現簡單的日常情境等。現在貼圖不只有許多不同的面孔反映各種情緒，還帶出豐富的肢體動作，或是反映事件與場景，部份也開放讓使用者能夠直接編輯文字，傳遞真心話。目前 LINE 官方銷售貼圖的場域命名為「貼圖小舖」，商品分為「貼圖」及「表情貼」二者，故此篇研究定義之「貼圖」，實屬包含「貼圖」及「表情貼」。

隨著時間發展，貼圖的組成元素也日趨複雜。自 2014 年官方推出免費「原創貼圖」起，幾乎年年推陳出新，讓貼圖的樣貌變得更具異質性。同年 6 月推出「動態貼圖」；2015 年加入配音成為「有聲貼圖」；2016 年有滿版款「全螢幕貼圖」；2019 年更推出「隨你填貼圖」，能夠自由填寫名字或任何文字。LINE 也在 2018 年推出新服務「表情貼」，與一般常見的表情符號類似，都是放在對話框內的可愛小符號，不過種類更為多元有趣；也於 2021 年推出「動態表情貼」，讓原先靜態的表情貼動起來。貼圖的發展由靜態轉動態、由無聲轉有聲，一次次轉變都增加不同媒介設計，企圖帶入視覺和聽覺等身體經驗，為了讓對話場景打造得更為擬真。透過貼圖讓說話的那方彷彿「在場」，更增添幾分社會臨場感，好像你我共處一個空間。

表 1 LINE 貼圖類型與發展

| 時間 | 貼圖發展 | 表情貼發展 |
|-------------|-----------|---------|
| 2014 年 5 月 | 第一組原創貼圖上市 | |
| 2014 年 6 月 | 動態貼圖上市 | |
| 2015 年 1 月 | 有聲貼圖上市 | |
| 2016 年 6 月 | 全螢幕貼圖上市 | |
| 2018 年 4 月 | | 表情貼上市 |
| 2019 年 12 月 | 隨你填貼圖上市 | |
| 2021 年 9 月 | | 動態表情貼上市 |

LINE 貼圖於 2021 年正式迎來十週年，官方為了歡慶便發布【貼了更靠近！】廣告，此系列共含三則小故事⁵。以第一則「主管篇」廣告中為例，女主角是一名辦公室職員正於午休時間享用午餐，然而手機卻在此時突然響起，訊息上寫著：「把今天會議資料整理給我」，傳送訊息的人正是女主角的上級：男主管。一開始，女主角因男主管不在實際現場，無法得知他的情緒；又以螢幕上僅出現短短十一個字的文字訊息，難以揣摩對方語氣，便心裡惴惴不安地推敲並且想像著：主管有可能將產生兩種不同的態度：一個是憤怒的，一個是喜悅的。憤怒版主管眉頭緊皺、語氣帶著憤怒、聲音高亢，說話像是上對下命令般；而喜悅版主管則面帶微笑、語氣溫柔，像是善意提醒自己工作進度。正當女主角糾結不已時，隨即又收到一則貼圖，是法鬥犬的臉部表情搭配「感謝您」的字樣。此時女主角才鬆下一口氣，明白主管的態度是和善的、喜悅的，就像他傳來的法鬥犬貼圖一樣面帶微笑，方才的擔憂頓時煙消雲散，原先腦中想像的憤怒版主管也跟著消失殆盡。在這則廣告的尾聲，女主角因為貼圖的出現，將實際上不在場的男主管，藉由貼圖的想像，將喜悅版的男主管「召喚」到眼前，不僅除去物理距離的障礙，

⁵ 〈[LINE 貼圖] 歡慶 10 週年 貼了更靠近！| 完整版〉(2021 年 12 月 24 日)。**【Youtube 影片】**取自 <https://www.youtube.com/watch?v=02WtWM60KZM>

也避免文字的曖昧不清，貼圖也克服因為時間讓訊息延遲所產生的不確定性。這則廣告似乎是想告訴使用者，只要擁有貼圖，手指輕鬆一「貼」，就可以隨時隨地傳遞情緒，不但能夠化解了線上談話中缺乏非語言線索的危機，更是拉近談話雙方的距離，讓彼此的心意更加貼近、沒有距離。只要有貼圖，就能夠「貼」了更靠近。

在這三則貼圖小廣告裡，有幾個有趣的部分引起筆者注意，也因此激發起本次研究的研究動機。首先，拿著手機是非常「自然」的事，傳遞貼圖也非常稀鬆平常。廣告中的主角們（使用者）都是拿著手機傳訊息，打完文字訊息後很自然而然地查找貼圖、貼貼圖。從拿起手機傳訊息到貼上貼圖的瞬間，這一連串的行為已經是現代人在日常生活中視為理所當然的溝通樣貌。廣告似乎早已預設所有人都應該能夠流暢地使用貼圖、傳遞貼圖，好像每個人對貼圖的系統都瞭若指掌、易如反手。而正是因為熟悉，在廣告中大家傳遞貼圖的速度很迅速，但不僅如此，筆者感覺到廣告裡隱隱約約地透露一種彷彿貼圖與主角們自身能夠成為連續一體的訊息。就以上述第一則小廣告來說，男主管作為貼圖的使用者，當他自己將貼圖傳到聊天室時，廣告畫面出現他本人做出和貼圖一模一樣的表情與肢體動作，似乎暗示著貼圖是自己的情緒與表情的延伸。講得更精確一點，就是男主管似乎將貼圖當作自己的延伸，彷彿貼圖這個圖像就是從自己身體延伸出去一般。又或是，貼圖的身體能夠與使用者的身體重疊或是能夠有類似的呈現。

最後，筆者也注意到在這三則廣告中頻繁出現「在場」的概念。讓我們先回到 LINE 貼圖廣告，從畫面中的真人拍攝及後製動畫可發現，當貼圖「在場」出現時，能夠幫助召喚原先「不在場」的對話方（男主管）「現身」於女主角的辦公室，使女主角能夠感受到主管的情緒、語調和姿態，想像對方的神情姿態就如同這個討喜的法鬥犬貼圖，才能讓她的心裡不禁溫暖了起來。也就是說，貼圖讓明明不在身旁的兩人卻感覺非常貼近，然而事實是這個物理距離從來沒有改變過，卻因為貼圖「消除」了某種程度的距離，才能讓對話雙方變得如此靠近，使不在場的對方「在場」，讓無法跨越的距離彷彿消失。而且廣告中出現的法鬥犬貼圖

也不是單純的靜態貼圖的圖像，它融合不同媒介元素集合於一體，包括動畫和音效等效果。影片中可看到女主角收到貼圖時，該法鬥犬貼圖的臉自動放大至螢幕滿版，讓使用者能在第一時間、清晰明確地看見貼圖，甚是感覺它會動、就好像快躍出手機螢幕般；接著將跳出「感謝您」的字樣，背景一朵朵的玫瑰花，也會圍繞著法鬥犬的臉綻放，看起來十分生動，好像講話時自帶花開的美好意象；字樣出現的同時，貼圖還搭配「感謝您」一詞的配音；不僅圖文相符貼切，連聲音的效果都顧及，令整張貼圖無論是看起來或聽起來都極其活潑可愛，令人心花怒放。

廣告中不斷呼籲，只要有貼圖在場，就能夠「貼了更靠近」。而當貼圖出現時，能夠幫助使用者想像對方的出現、或是想像對方與自己置身於同個空間。這也是為什麼在這則廣告最後出現的畫面是女主角與男主管置身同個辦公室，因為有貼圖於聊天室在場，便能夠達到「貼了更靠近」的效果，透過貼圖的角色讓使用者雙方進行溝通。而事實上，若想要事物能夠在場，都必須要有「身體」的存在。貼圖本應是作為一項數位化的溝通工具，存在於虛擬的網路世界中。然而我們可以看見貼圖卻以具體的形象出現在廣告中，這隻法鬥犬有臉、有手、有上半身，甚至有擬人化的表情與聲音。從這點即可看出廣告凸顯出貼圖的「身體性」。也就是說，貼圖作為一種數位圖像，事實上也具有「身體」。貼圖是個經過擬人化的圖像，並且透過乘載如此多樣的媒介元素，更能讓使用者感知到貼圖也具有某種程度到「身體」。

從上述看來，貼圖具有圖像性的身體，操作貼圖的使用者也具有肉體性的身體。在操作貼圖的過程中，也有一個不可忽視的身體，即是手機的身體。使用者從頭到尾都不是直接性地與貼圖接觸，而是首先拿著手機，無論是以單手或雙手來握著手機的身體，才得以操作貼圖這項技術。如此看來，這則廣告已經明確點出貼圖的使用過程事實上是牽涉到三種身體的存在：手機的身體、使用者的身體、貼圖的身體。也就是說，貼圖是一個必須由此三種身體共同建構起來的技術。

技術由身體操作，貼圖更是由手操作。對 Heidegger 而言，我們所經驗到、

感知到的，都仰賴於或是受限於用具(equipment)與技術的使用。也就是說，我們總是透過用具知曉世界發生的事情，用具也不斷揭示世界的樣貌到我們眼前。因此，「手」在技術的操作裡扮演很重要的角色。「手」，事實上也就是身體，從 Heidegger 的觀點就已經強調身體之於技術的重要性。使用者的身體是如何操作貼圖，以及手機的身體與使用者身體以及貼圖圖像的身體之間的互動應該被進一步詮釋與打開，尤其當我們越是使用此用具，越是能體認到此用具的真正面目。不過就目前現有的貼圖研究，並無學者去指認「貼」是什麼樣的技術。

貼圖與身體的關聯似乎不僅限於線上聊天，在現實生活中也可窺見一二。筆者與朋友面對面聊天的經驗裡，就曾與朋友聊到貼圖的使用經驗。不少人表示使用或購買特定貼圖，是因為該款貼圖與自己的個性或風格「很像」，彷彿貼圖就是自身；亦或是因為貼圖能夠讓當事人表達平常不敢在日常使用的語言，貼圖幫自己講出真心話、助於內在的本我發聲，因而能夠於數位環境中盡情使用之。LINE 官方部落格過去就曾指出貼圖的使用偏好透露使用者不同的溝通風格與個性⁶。該篇報導也採訪歌手瘦子 (E.SO)，透露自己特別喜歡搞笑貼圖，越白癡的貼圖越深得他的心。筆者甚至也曾聽過朋友表態：「現在心裡的情緒跟某某貼圖很像」、「那款貼圖完全是我心裡聲音的化身」、「如果現在有某某貼圖我就不需要用口語表達得那麼辛苦」等說法，彷彿貼圖早已存在於我們的身體裡，我們的身體及情緒似乎也擁有著貼圖的樣貌，貼圖逐步成為我們情緒的表徵。而貼圖作為媒介、作為一種技術，將我們內在感受情緒等，透過貼圖的中介傳遞給他人，試圖使對方感受到自身的感受。很顯然地，貼圖這項技術與身體的連結是密不可分的。

廣告中把貼圖視為一項具商業用途、加速溝通的工具，而多數實證研究中也視貼圖之目的為促進正向溝通，卻始終忽略了貼圖這項技術或許本身就具備「身

⁶ 〈貼了更靠近！LINE 貼圖 10 週年 累積在地精彩創作能量 創作者人數達 65 萬人 貼圖總數破 810 萬組〉(2021 年 12 月 24 日)。取自 LINE Corporation 網頁 <https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2021/4012>

體性」的本質。筆者回顧目前國內對於貼圖的相關研究，大多聚焦於貼圖與社交互動關係的探討，常見的理論包括從情境線索、通訊軟體黏著度、媒介豐富度、社會臨場感等切入，主要應用於線上對話脈絡、不同情境下的貼圖意涵解讀、親密效果、愉悅感、信任關係、溝通有效性及滿意度等。這些研究證實，貼圖消除了單純文字訊息背後模糊的交流意圖，有助於補強文字訊息無法帶出的非語言線索；此外，貼圖可愛生動且生活化的設計也能夠增添線上溝通的趣味，能夠幫助使用者之間建立積極的社交關係。由此可見，針對貼圖使用的討論，大抵離不開貼圖能夠增進社會臨場感及親密感，達成較高程度的溝通有效性及滿意度，這些研究的目的是為了證實貼圖能夠在線上交流過程中產生正面效果。

然而，如果我們重新以身體性檢視貼圖技術的本質，有沒有可能將產生其他發現？有別於一般我們所認知的「貼紙」，雖然說使用者在「貼」貼圖，卻也不是真的「貼」；一般貼紙能夠產生黏性，貼圖能夠產生黏性嗎？貼紙在物理上確實覆蓋於某處，然而貼圖好像能做到覆蓋，卻似乎不完全是；貼紙若貼上後再撕下，將可能在附著處產生痕跡，貼圖有可能在數位環境裡留下痕跡嗎？另外，雖然筆者自身也對貼圖的操作十分熟悉，相信許多貼圖愛用者也足夠瞭解貼圖這項技術。但誠如以上所述，貼貼圖仍與貼貼紙不同，貼圖的「貼」是如何成為這樣的技術、如何使使用者「貼」？之所以會這樣提問的原因在於，事實上筆者的母親對貼圖的操作並不能說到熟稔。平常三番兩次詢問筆者：「怎麼貼貼圖」、「如何切換不同貼圖角色」、「怎麼從貼圖換到表情貼」。母親對貼圖技術的陌生與廣告中早已對貼圖駕輕就熟的使用者形成強烈的對比，後者這些角色似乎已經將貼圖視為自己的一部分、作為身體的延伸了，才有辦法如此快速輕鬆地操作。基於這層疑問，不禁讓筆者產生好奇貼圖是如何在貼的，乃轉變成為現在「貼」的身體經驗。過去在即時通及簡訊還很流行的時期，尚無網路能夠搭載圖片或表情符號。若筆者欲傳遞當下的心情給收件者，都是以英文字母或標點符號組合而成的表情符號為主。可想見貼圖的使用者絕不是一出生就知道如何「貼」貼圖。而身體卻能夠在逐漸對貼圖上手之後，產生如此不同的轉變。

回到過去貼圖相關的實證研究，都一再證實貼圖能夠在線上交流過程中產生正面效果。然而筆者也在第二則廣告中發現，貼圖的精確性，也有可能是假的。女主角小桃雖然傳遞一個啦啦隊大聲疾呼「加油」的貼圖給男主角，但事實上小桃表現出來的樣子卻只是以一個平淡、幾近冷漠的語氣說出「小桃最愛你」，然後自顧自地做手邊的事。從這則廣告就可以看出，其實貼圖官方也很清楚，貼圖的目的應該並不完全在於為使用者「精確」地傳達某種訊息，甚至貼圖與使用者當下的真實表現多多少少存在某種程度上的差異。如此，過去實證研究的種種宣稱還可以成立嗎？有沒有可能這些實證研究的結果，都帶著研究者具有偏向的認知態度或是某些商業利益上的預設呢？如果真如筆者所言過去的研究都帶有既存的價值取向的話，也許我們應該從貼圖技術的本質重新檢視貼圖與使用者的關係。因此，筆者所想討論的面向在於：貼圖本質上是個什麼樣的技術？另外，由上述可見，使用技術將對使用者帶來某些程度上的影響。Ihde 在技術哲學中最關注的即是技術對身體產生的作用，以及操作技術的經驗是如何「結構」的。目前既存實證研究的結果都非常雷同，然而從上述的觀察可以看出事實很有可能不如結果所示。因此筆者更進一步好奇：貼圖與使用者將建立起什麼樣的關係？又以貼圖技術牽涉使用者的身體、貼圖圖像的身體、手機的身體，這三者身體間又是如何互動？在這些關係中，貼圖還可能扮演什麼樣的角色？現在多數貼圖使用者早已熟稔於貼圖技術，然而技術將對身體帶來什麼樣的影響應該繼續深入討論。

雖然過去文獻提供了非常多豐富且多元的視角切入貼圖的使用對人們溝通產生的效果，並進一步將貼圖視為溝通的基礎工具，卻幾乎沒有回頭檢視貼圖作為一項技術，其存在的本質及所處的文化脈絡為何？也未從貼圖的操作方式——「貼」與「圖」——所涉及的社會心理現象進行分析，探問貼圖的技術對於我們在線上的語言跟情緒表達，產生什麼樣的中介作用。學者唐士哲（2017）說，文化的過程涉及的不只是人，還有非人的技術，作為溝通觀念或意念的註記系統 (notation system)，向來就不只有書寫文字，而且它們就跟文字一樣，並非被動地

為主觀意念所驅使。甚且在人類表意的發展歷程中扮演不亞於文字的重要地位⁷。
故當貼圖愈介入我們的溝通語言或是成為身體的一部分，愈是有必要了解這套系統背後的運作模式。



⁷ 唐士哲 (2017)。〈作為文化技術的媒介：基德勒的媒介理論初探〉，《傳播研究與實踐》，第 7 卷 第 2 期，頁 5-32。

第二節 研究目的與研究問題

如果智慧型手機就像我們手指的延伸，那麼傳遞訊息就像觸摸人和事物。(Chen, 2016)。既然要探討貼圖與身體的連結，必然得從貼圖的「貼」這個動作出發。所謂「貼」圖的「貼」，既不是如市面上實際販售的貼紙，真的將某個圖案從哪裡撕下來，貼上某處；即便貼圖某程度上被視為語言符號，但也不是如書面文字般被「書寫」下來。筆者使用 LINE 「貼」貼圖，我能看見貼圖使用介面，但手指觸碰到的是手機鍵盤，若想觸摸實體的貼圖，卻只能摸到螢幕顯示器，可見貼圖它不具物理實體的條件，而是存在於數位編碼的作業系統中。筆者思考到的是：那貼圖的「貼」，究竟是什麼樣的技術？「貼」貼圖時，是透過我們的「手」拿著手機進行操作。而「手」，即是身體的一部分。同樣的，手機，也是由「手」持握的「機」器。手機是手的載體，也是貼圖的載體。也就是說，從這點看來，貼圖這個技術本身，是否就暗示著它是一種具有身體性的技術？筆者要談論的是：指認貼圖是什麼樣的技術，尤其當它不具物理實體（如：眼鏡），貼圖的使用也不像貼貼紙的經驗（從某處撕下到覆蓋於另一處的過程），那貼圖是如何在貼的，乃轉變成為現在「貼」的經驗。以及「我」，與貼圖作為一個「技術」，這兩個東西如何混雜、如何分開。

由於本研究聚焦於技術與身體之間的關係，而現象學及技術哲學能提供本研究一個視角來觀察此事件。首先，技術哲學關注技術與身體的根本性關係，現象學著重於現象的觀察與經驗上的描述，而本研究所關注的即為技術之現象，或是更準確地來說，是人與技術之間關係的現象。現象學家總是懷疑以科學理性為核心的現代性，摒除各種企圖強行簡化世界的解釋。本研究也否定將貼圖視為單一化的商業性溝通工具，主張貼圖這項工具是由手機的身體、使用者的身體、貼圖的圖像性身體共同建構起的一項身體技術，並且能對使用者到感知造成影響。回顧技術哲學家的理論與觀點，其中以馬丁·海德格 Martin Heidegger 與唐·伊德 Don Ihde 給予本研究重要的啟發。馬丁·海德格 Martin Heidegger 寫過一系列關於思考

科技的文章，認為技術將揭示世界的樣貌到眼前，而關注操作技術的「手」，也就是使用者的「身體」，扮演關鍵性角色；唐·伊德 Don Ihde 則從「人—技術」的結構中分析技術與身體之間的關係，並且聚焦於使用者操作技術的經驗與感知。兩位皆是當代對科技最有思考的哲學家之一，他們對技術的思考也總是與使用者的「身體」密切相關，這也是為什麼本研究需要他們的觀點，藉此幫助筆者透過他們的視角進一步對貼圖這項技術開展新的詮釋。

馬丁·海德格 Martin Heidegger 為德國哲學家，其書寫過許多有關於技術與科技的文章，其中一特別的觀點即是點出「及手之物」(Zuhandenheit, readiness-to-hand)與「手前之物」(Vorhandenheit, presence-at-hand)的概念。對海德格來說，周遭世界中的物是什麼呢？用具(Zeug, equipment)就是周遭世界中的物。用具之為用具，是因為它們有某種用途而被使用⁸。而用具又能分為「手前」與「及手」兩種狀態。舉例來說：當我們的手拿起槌子並且要使用的當下，通常不會太在意槌子的存在，只會專注在槌子的使用上，此時槌子呈現「及手」狀態；而當槌子只是放在桌上沒有要被使用，或是使用的當下突然出現障礙（如：斷掉、掉落），以及槌子本身出現在不合時宜的地方（如：電影院的椅子上），人們才會對此感覺突兀，進而意識到槌子的存在，此時槌子即是處於「手前」狀態。從「及手」與「手前」的概念，就已經隱含了用具本身與身體之間的關係，故顯示出技術的「身體性」概念，也就是：「手」事實上就已是身體。而藉著「手」來進行「貼」這個動作的貼圖，以及作為貼圖與「手」的載體的手機，是否就已經暗示著貼圖是一種身體技術。貼圖中「貼」的技術，與使用者身體經驗之間的連結為何，本研究認為，從 Heidegger 對於技術的相關觀點，有助於填補當代貼圖研究領域中較少談論到的關於技術與身體之間連結的面向。

另外，唐·伊德 Don Ihde 更進一步認知到「身體」是人與技術交互的重要媒介，而「知覺」(perception，又譯為感知)是理解所謂的人類與世界之間的關係

⁸ Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology, and other essays* (W. Lovitt, Trans.). New York, NY: Harper & Row. (Original work published 1952, 1954, 1962)

的關鍵。從這點意味著，技術將對使用者的身體與知覺產生影響。這樣的觀點則能夠幫助本研究繼續探問貼圖將與使用者建立什麼樣關係、並且關注貼圖的技術與身體經驗將如何結構、在不同的關係中扮演的角色為何，以及是否能夠做出有別於過去實證研究進而打開其他詮釋的可能性。

最後，又以 Heidegger 認為技術能夠開啟人對世界的認識，我們對世界的認知與理解，將會因技術的「解蔽」而發生變化，海德格深究技術目的在於提醒後人是否能夠藉著思考技術而非一味地受技術框架、掌握。雖然貼圖為一技術、溝通情感的語言，卻也同樣是被商業化的「商品」，歷經市場運作機制、審查，所留下的「持存物」(Bestand; standing-reserve)。這一連串篩選過程似乎也試圖讓貼圖變得更精簡準確，而忽略掉某些細膩、難以覺察的感受（此類貼圖往往被認為表達曖昧、模糊不清的）；然而過於依賴貼圖的使用者，因無適當貼圖可以表達，又出於惰性或疲於以文字書寫，是否連帶著讓使用者傳遞情感的能力悄悄被化約？會有這麼一說是因為過去就有學者提問「線上社交是否可能影響言語表達能力」，其中報導即指出：「因各式各樣的貼圖與表情符號雖提供了快速、圖像化的表達，但這些貼圖並無法適用所有情況、所有對談，有時使用者僅是挑選與自己想表達的意涵『類似』之圖像，進而有可能使『精確表達』的能力下降。不僅貼圖加速溝通，通常在線上社交的對談也較趨向簡短、簡單，比較容易出現語句沒頭沒尾的現象。尤其對於學生來說，習慣如此快速的對談步調之後，可能會減少大腦學習表達的機會，包含詞彙、語句、文意表達。」⁹，認為「媒介的操作方式不僅是科技使用的實際操作，它甚至會影響、形塑人們的知覺方式」，這種變化會進一步影響我們的理解與思考的方式。換言之，有沒有可能在我們自認為掌控貼圖的同時，其實貼圖也已經反過來支配了我們對於情緒感受的表達，反而若有一天失去貼圖時將不知道該如何溝通互動、失去表達的能力？而文字的確在貼圖傳遞訊息的功能上扮演重要角色，如此貼圖與文字具備什麼關係、是否將影響

⁹ 〈線上聊天超方便？貼圖萬用？小心影響青少年表達〉(2021年12月27日)。取自健康醫療網 <https://www.healthnews.com.tw/news/article/52349>

使用者對貼圖的選擇？

作為一項技術，貼圖的操作方式必然蘊含一套邏輯，而這個技術的操作方式則代表了這套思維邏輯對實踐的想像，所體現的是一種新型態的實踐過程，並且，這個實踐過程正在對人們的認知方式產生影響。也許我們可以說，貼圖的媒介技術，它正開啟了一個新型態的知覺模式。如果我們不能回答貼圖的技術的本質與身體之間的連結為何，就無法回答貼圖是如何中介我們於線上的溝通，進而產生貼圖廣告中所宣稱的「貼了更靠近」。

循此，本研究試圖從技術哲學出發，從 Heidegger 與 Ihde 的觀點去理解貼圖操作方式背後的邏輯思維，進而去釐清這種新型態實踐的內涵為何。因此，本研究所要探討的是以下三個研究問題：

1、「貼」貼圖是什麼樣的身體技術？

承接研究問題 1，結合 Don Ihde「人—技術」關係結構的觀點，提出：

2、貼圖與使用者建立不同關係結構下的意義為何、扮演什麼角色？

以研究問題 2 為基礎，進一步分析框架，嘗試發現貼圖在技術哲學的意義下：

3、文字是否對貼圖產生座架？

筆者期望此篇論文能夠填補此研究視野上的空缺。根據 Heidegger 與 Ihde 的觀點來對以上三個研究問題進行討論與打開詮釋的空間。技術從不只是人類的達成某種目的的工具，而是參與了我們的現實之構成（黃厚銘，2001）。言下之意表示，技術確實有其目的性，當今的資訊科技尤其是如此；但社會如何運用技術與科技也會決定我們未來的走向，而其中關鍵性的轉變便在於我們對技術與科技本質的認識以及未來將如何運用之。從他們對於技術和媒介的思考，來探索貼圖此項媒介技術是如何產生影響的。嘗試利用理論理解「貼圖」這項媒介技術，解剖貼圖從設計製作到傳送與使用，究竟中介了什麼？將技術哲學的視角帶入貼圖場域中，專注於媒介是如何參與使用者的書寫中，如何牽動互動溝通層次，乃至社會與文化中人們與媒介的關係。故此篇研究歸納以下兩點研究目的：

1. 從「貼圖作為身體技術」的研究取徑出發，厚描技術與身體之間的關聯
2. 揭示透過貼圖媒介將如何影響使用者、使用者將成為什麼

第三節 小結與章節規劃

綜上述所言，從 Heidegger 與 Ihde 的對於技術整體的思考脈絡，能夠幫助本研究對貼圖一技術進行分析，並且跳脫官方以情感表達作為貼圖存在的既有框架來了解貼圖對使用者的使用意義。以下將說明各章節規劃與內容安排：

在本研究第二章文獻探討中，由於研究對象是貼圖這項技術，故此章將回顧過去貼圖相關文獻。然而，筆者在資料搜尋階段注意到目前無論國內外的研究，針對貼圖的文獻多數是以量化的實證研究為主，並且常以商業視角關懷貼圖技術；其他則從圖像設計的角度切入分析貼圖之圖像構成要素。然而，以上皆不是本研究所關心的部分。針對貼圖與身體之間的關係，本研究將既有文獻經過重新整理與爬梳之後，從中點出過去研究忽略的部分以及筆者愈深入探討的面向。因此，此章分別從「溝通數位化」以及「回到貼『圖』」兩層次進行開啟討論：溝通數位化一節中，談論電腦中介傳播的表情符號發展與貼圖之功能性轉變；回到貼「圖」一節中，談論故事性串起貼圖以及圖像構成與分類。從這兩層次找到本份研究所欲分析的面向。

第三章中，本研究以「貼圖作為一項身體技術」作為研究方法。在第一節「技術哲學與現象學的分析觀點」，闡述為何本研究需要從技術哲學與現象學出發，以及定義本研究之對現象的厚描是什麼；第二節「貼圖作為身體技術之觀點建構」中，從 Heidegger 與 Ihde 兩位哲學家的分析觀點進行理論建構。第一小節，將「從『手』出發的身體技術：『手』機與『貼』圖」，談論貼圖和手機與手和身體之間的關係；第二小節「身體與技術的互動：體現關係、詮釋關係、它異關係」，從不同人一技術關係中開啟貼圖與身體之間的討論；第三小節「從貼圖來看，身體是否正被技術「座架」？」，以 Heidegger 座架之觀點重新檢視技術是否有座架；如果是，如何是？

第四章正式進入「『貼圖』的身體技術與『身體』的互動」的討論。筆者將針對貼圖技術與使用者身體及牽涉到的物件進行現象學式的厚描。論述的次序將從「『貼』的貼上、撕下、覆蓋」開始，接著依序以「手機的身體」、「使用者的身體」、「貼圖的身體」的順序來結構。除了以現象學描述厚描身體經驗，也會從兩位哲學家的視角分析此技術對使用者的意義，包括貼圖整體的製作到使用如何在現代背景之下產生出新的座架及揭蔽，以及是否有哪些幽微的東西在技術之下被排除掉了，或是貼圖還具備哪些可能性存在於使用脈絡中，能夠對使用者的身體與感知帶來什麼樣程度的想像或影響，試圖補充過去實證研究中缺乏討論的部分。

最後筆者將於第五章「結論與建議」總結分析概況，並且提出本文尚未處理的議題，以及對未來研究給予方向或建議。



第二章 文獻探討

第一節 科技中介下的溝通數位化

壹、電腦中介傳播的表情符號發展

LINE 貼圖，日文為「スタンプ」，為英文 Stamp 的外來語，就是圖章、郵票的意思。歷史上第一枚郵票—黑便士(penny black)於 1840 年在英國問世並於同年開始使用，作為郵政服務付費的一種形式，而「黑便士」則以當時在位的維多利亞女王側面頭像為圖。經過 171 年後，由於通訊軟體的興起，「スタンプ」也延伸為貼圖的意思。然而英文 Stamp 只有圖章、郵票之意，故往後英文以 Sticker 稱呼，官方中文版軟體介面則翻譯為貼圖。而日文的「ステッカー(sticker)」是指背面塗膠的標籤，如防火標籤。因 LINE 創意中心執行長金大錫說明簡訊貼圖的發展歷程，原因為日本人喜歡在簡訊中使用圖片以及智慧型手機的普及，所以在 LINE 軟體裡面加進表情貼圖，並開始設計 LINE 專屬的貼圖（蔡美玲，2020）。貼圖的雛形最早起於網路表情符號，而表情符號的進化史首先是科技和網路的發展史。1996 年，Mirabilis 公司開發名為「ICQ」的通訊軟體，為英語「I seek you」的諧音，中文意思是「我找你」，是最早出現的通訊軟體之一；2012 年，微軟(Microsoft)推出「MSN Messenger」(The Microsoft Network)，曾是世界上第二大的網際網路服務供應商；2003 年，雅虎(Yahoo)推出「Yahoo! Messenger」，「Skype」也於同年八月問世；2004 年馬克·祖克伯(Mark Elliot Zuckerberg) 創辦 Facebook，並同時推出「Facebook Messenger」。2009 年，美國公司研發的「What's App」，用戶多集中於歐美地區；2011 年，日本企業 NHN Japan 開發「LINE」，用戶集中於亞洲國家；同年中國騰訊也推出「WeChat」，用戶以大陸地區為主。透過電腦中介傳播 (Computer-Mediated Communication, 簡稱 CMC)，人們得以打破時空限制，產生新的交流方式，而表情符號也於此時被大量傳遞、應用。

根據劉麗真（2007）《台灣網路表情符號的分析研究》中指出，表情符號的起源應為 1982 年卡內基美隆大學的教授史考特·法爾曼（Scott Fahlman）。30 多年前，大學內有一個線上佈告欄，如同今日的論壇，學校教職員、學生都可以在上面討論每日事務，多數討論都偏向嚴肅，但也有人喜歡開玩笑。這群人因此意識到，網路上必須要有一種特別的標註能將笑話區分開來，避免發生類似誤解。有人提議在每個笑話後面都加個「*」、「&」以示區別。這時候，Scott Fahlman 建議用「:-)」來表示「這是一個笑話」，用「:-(」代表嚴肅事項來加以區分，不僅看上去比較優雅，而且任何使用基於 ASCII¹⁰系統的電腦都可以輕鬆打出這個符號。當時發明的這兩個符號便是日後各種表情符號的原形，Scott Fahlman 也被公認為「笑臉表情之父」¹¹。

作為第一代電腦中介傳播下誕生的文字式表情符號，主要由獨立的字母和特殊字符組成，目的是用來彌補線上溝通時，無法透過文字呈現的非語言線索。例如：「...」表示語氣延遲、遲疑；「！」表示呈現態度驚訝或強調語氣、「QAQ」表示哭泣、「Orz」表示佩服或是下跪。然而，表情符號因東西方國家使用之語言及文字書寫方式不同而產生不同的表現形式。西方國家因閱讀時多為由左至右的方向，表情符號會以逆時針旋轉 90 度的角度觀看，如「:)」；傳至日本時，因日本採用全形輸入法，故創造出能夠「正面」閱讀的表情符號，也就是「顏文字」，如「(^_^)」。「顏文字」日文為「かおもじ」，「顏」意為臉龐，「顏文字」則指由文字和符號組成表情或圖案來表達使用者的心情；英文為 Emoticon，由情緒 (Emotion) 與小圖案 (Icon) 兩字組成。簡而言之，第一代表情符號由文字及特殊字符組合而成。

後來，因硬體設備進步，軟體功能也跟著優化。即時通訊軟體逐漸能夠搭載容量較高的圖像，使得表情符號的呈現形式開始有所轉變：從符號轉為圖像。第

¹⁰ ASCII 為美國資訊交換標準碼 (American standard code for information interchange) 的縮寫

¹¹ 〈表情經濟學~從 ICQ、MSN 到 LINE，為什麼我們喜歡貼圖？〉(2013 年 9 月 30 日)。取自數位時代 <https://www.bnext.com.tw/article/29473/BN-ARTICLE-29473>

二代圖像式的表情符號誕生，其中又以 Yahoo! Messenger 中的表情臉譜最具代表性。不過，當時尚無行動網路的概念，人們使用手機的目的主要是打電話與收發簡訊，故圖形式表情符號的使用仍限縮於一般家用電腦上，而在手機的簡訊裡使用者則是輸入顏文字為主。


網路發展近十年，3G 技術的成熟與普及，大大提升了行動網路傳輸速度和帶寬，人手一台智慧型手機也成為常態，使得隨時隨地傳遞訊息甚至是清晰的圖片成為可能。此時，許多即時通訊系統中已有內建好的「漫畫式表情符號」提供使用者使用，這些「漫畫式表情符號」成為第三代的表情符號，其中的代表作就是 LINE 貼圖。透過具體又活潑的漫畫圖像似乎更能表達使用者的情緒，並且增加互動交流時的趣味。加上越來越多創作者投入貼圖市場，讓漫畫式表情符號數量倍增，使用者於線上溝通對話時有更多表情符號的選擇，也帶來為更有趣、生動的呈現方式，不再限於文字，也呼應 McLuhan(1967)所言「現代社會已由文字文化轉變為圖像文化，進入圖像時代」。

然而，這樣的脈絡發展之下並不意味著第一代文字式表情符號及第二代圖像式表情符號因此會被取代而不再出現，而是使用者仍能在不同媒介與場合持續交替使用此三代表情符號；另一延續的可能性則是將表情符號做出些許調整，如 LINE 的「表情貼」功能，其實就是將原先 Yahoo 設計千篇一律的黃色臉譜置換為各式動物或卡通人物的面孔，但其精髓與圖像式表情符號仍是相同的，目的都是透過面部的表情傳遞情緒訊息。當代使用者能夠自由選擇適合自己的或是喜歡的溝通方式來進行對話，使得不同的溝通需求可以被滿足。

回顧從表情符號到貼圖的發展歷史，幾乎是與聊天軟體共生共存。早期使用按鍵式手機或一般桌上型電腦或筆電時，都是以實體鍵盤輸入標點符號及文字來構成文字表情符號，或是使用滑鼠點擊圖像表情符號。如今貼圖的操作有別於前述兩者，使用者是直接透過玻璃材質的觸控式螢幕進行點擊與傳送。不僅缺少實體鍵盤，更有別於傳統「貼」貼紙的行為，但卻被稱呼為「貼」圖。貼貼圖與貼貼紙兩者總是不一樣，那使用者是如何進行「貼」的？何況我們幾乎是拿著手機，

也沒有做任何撕下、貼上貼紙的行為，如此使用者仍然在「貼」嗎？抑或是具備物理實體的貼紙經由數位化轉成貼圖後，「貼」的行為已經不同了？貼圖明明不是貼紙，卻又與貼紙有某種程度上的關聯：同為 **sticker**，並且同樣都是用手指在貼，那貼圖與貼紙又有何異同？對使用者的使用經驗有何差異？另外，使用者並不是自然而然就如此熟悉使用貼圖的。然而使用者在操作貼圖的經驗裡，從瀏覽、選擇、到貼上之外，是經過什麼樣的過程所以最後選擇了使用特定款貼圖？貼圖是如何被使用者行雲流水般地操作，甚至如廣告中所示，貼圖彷彿是從自身延伸而成，目前還沒有研究深入談論過。過去的表情符號只將關注焦點匯聚在臉部的表情，但現在的貼圖除了臉孔之外，還多了身體。貼圖角色中有手、有腳、有上半身、有些是完整的身體。「身體」這個概念開始出現在數位溝通環境中，不再只是單純的臉部表情而已。貼圖也加入許多媒介元素以強化身體的存在感，一再凸顯貼圖圖像性身體之特殊性與重要性。由上述可見，身體的概念已經存在於表情符號到貼圖的發展脈絡中，然而過去的研究中視之為理所當然或是疏於討論，而本研究則欲關注使用者如何「貼」，使貼圖具身，以及身體與貼圖之間的連結。

表 2 表情符號類型

| 類型 | 內容 | |
|--------|--|--|
| 文字表情符號 | 橫式 | :-{ } :(:-# 8-) |
| | 表情符號 | :-) :-(:-/ :-0 |
| | | :) :(:*) :0 !-) :-x ;-) |
| 直式 | ∩(' ▽ `) (. ω .) (_ .) ψ(` ▽ `) ψ ^ _ ^ 凸 ^ _ ^ 凸 ^ _ ^ ^ ^ ^ _ ^ ^ _ ^ (^^) (^ ^) (^ _ ^) (^ _ ^) ^ o ^ | |
| 圖像表情符號 | Yahoo Messenger 表情符號 |  |
| 漫畫表情符號 | 官方貼圖 |  |
| | 原創貼圖 |  |
| 表情貼 | 官方表情貼 |  |
| | 原創表情貼 |  |

資料來源：本研究整理

圖片來源：<https://reurl.cc/qNzgN0>；<https://reurl.cc/3YraYL>；<https://reurl.cc/2mMrZ9>；

<https://reurl.cc/pMng14>；<https://reurl.cc/8p43ob>

貳、貼圖之功能性轉變

一、補強文字不足

表情符號的發明動機即是為了「補強文字不足」，貼圖亦然。回顧早期貼圖的研究，的確多著重於貼圖之於「溝通效果」的探討。多數研究在探討貼圖使用時，多半採用電腦中介傳播、媒介豐富度理論、黏著度、親密關係以及社會臨場感等理論切入。在面對面溝通時，除了有語言線索，也存在大量非語言線索，像是臉部表情、手部動作、整個軀體姿勢等。簡單來說，所謂「非語言」指的就是「與他人交際時非語言、但可以輔助語言使用或代替語言使用的工具」(陳昭希，2014)。美國心理學家 Albert Mehrabian (1971)指出，人際交往中傳遞的信息量，7%憑藉語調，38%出自聲音，55%來自表情。由此可知，人們6成以上是藉由非語言文字的溝通方式，來傳達意義及訊息。而社會臨場感(social presence)就是指雙方透過傳播媒介進行溝通的過程中，所能感受到對方真實存在的程度(Short et al., 1976)。以往的即時通訊軟體的溝通模式，因為缺乏視覺線索被認為是較缺乏情感的溝通線索，導致人際互動的真實性降低，衍生出缺乏社會臨場感的困境。而表情符號與貼圖是一種可以呈現感覺或情緒的視覺線索，因此多數的使用者通常會在輸入文字的同時結合表情符號與貼圖，以增加純粹文字訊息的意義。

張玉琳、李秋滿(2014)的研究指出，LINE 貼圖擁有立即回饋、豐富的非語言線索，以及個人化的設定等媒介豐富特性；於線上溝通環境中使用貼圖也對於社會臨場感有顯著正向影響，可以說是社會臨場感的具體呈現(張玉琳、李秋滿，2014；顏亦敏，2017)。部分研究也證實，貼圖確實可以增加電腦中介傳播中的情境線索，不僅有助於情緒的表達與訊息的理解，也能讓使用者更容易判斷傳訊者的情緒(陳昭希，2014；蔡語慧，2014)。在親密關係方面，使用貼圖等圖形溝通，也較單純文字溝通更可促進親密關係(彭采微，2014)。而若雙方社交關係為陌生時，貼圖也有助於提升溝通過程的滿意度(萬芝安，2014)，拉近






彼此距離。根據 LINE 貼圖官方於 2020 年用戶訪談結果，再次確認在文字訊息中使用貼圖，能讓用戶的溝通訊息更有溫度、增添樂趣，減少會錯字意的機率。

然而事實是，使用者透過貼圖圖像所欲傳達的訊息，與其真實的行為表現也許存在落差。舉例來說，我們可以看到在 LINE 貼圖《歡慶十週年 貼了更靠近！ | 戀愛篇 | 》廣告中，女主角小桃在發送文字訊息請男友購買飲料後，雖然也隨之傳遞一個看起來像啦啦隊在大聲歡呼、極其開心雀躍的貼圖，但在現實生活中的她所表現出來的樣貌，卻是再冷靜不過、單手操作著平板，並且用一個平靜、緩慢，至少絕非是雀躍的語氣說出：「小桃最愛你」。從這個微小的觀察來看，貼圖真正進入使用者的操作後，以及官方原先所預設的使用目的似乎有所不同。也就是說，貼圖作為補充文字表達的不足，似乎也不能夠真正完全詳盡地幫使用者「補充」文字之外的非語言線索，甚至可能與使用者自身真實的情緒與表現產生落差。如此，貼圖在此使用過程中還僅是補充文字不足嗎？亦或是否隱約有扮演著其他角色的可能性呢？針對上述提問筆者將於後續研究中回應，分別從 Heidegger 與 Ihde 的觀點打開對於貼圖與使用者互動以及貼圖圖像本身意涵的討論。

二、獨立表述

LINE 貼圖除了輔助文字溝通之外，亦具備獨立的語義（萬芝安，2014）。也就是說，貼圖是一個能夠「獨立表述」的媒介。貼圖所能傳遞的訊息大致可以分為兩類：一是基礎性地表達情緒，二是展現更多肢體動作與場景。使用者可以單憑一張貼圖，即傳遞出情緒、動作、場景等綜合表現，我們甚至可以說「一張貼圖勝過千言萬語」，因此使用者並非一定得仰賴文字作為主要的傳遞訊息的媒介，貼圖也能做到。研究實驗發現，52.1%的人會傳遞一個動作或情境的貼圖來告知現在的狀態，而非使用文字表達（蔡語慧，2014），足見當 LINE 貼圖就不再只是補強用途，更是使用者意欲表達時直接替代文字的媒材（張桓梅，2021）。從此處看來，貼圖儼然已成為獨立表述的媒介。下表援引張雅喬（2015）的貼圖功能分類，能更清楚地區別貼圖的功能性使用：

表 3 貼圖功能分類

| 類型 | 說明 | 範例 |
|----------|------------------------------------|---|
| 親切真切表達 | 用以表達真切感受，有時表現較為誇張或無厘頭 |  |
| 呈現真實情境氛圍 | 以真實生活情境為貼圖設計依據，通常與特定對話情境有關，如情侶、公司等 |  |
| 獨特個人特色 | 綜合時事或個人特色，較詼諧幽默 |  |
| 貼圖風俗有趣 | 商品授權之角色 |  |
| 透過角色說故事 | 運用故事型角色，例如動畫、漫畫等作為貼圖 |  |

資料來源：張雅喬（2015）《社交情境與人格特質對貼圖類型運用之影響-以 LINE 貼圖為例》

廖久慧與尤國任（2013）曾針對通訊軟體探討使用者使用因素，發現通訊軟體 LINE 的貼圖功能對於使用者而言，能夠比文字敘述表達的更完整。或許原因之一即是貼圖具有超越文字所無法傳達的「氣氛」和「脈絡」的特性，掌握訊息所屬的情感與空間氣氛，得以構成完整的溝通（陳佳好，2019）。而使用者在選擇貼圖使用時，考量首重情緒表達、含義辨識是否清楚明確；就一般情況而言，最多人使用「情緒傳達」類型的貼圖，佔 93.2%；次之為動作情緒類（蔡語慧，2014）。研究也發現，在不同對話情境下，使用者使用的貼圖種類及數量將出現差異。在歡樂（Joy）的情緒下，貼圖的使用率較高，其中又以傳遞「愉快」、「驚

訝」的情緒比例最高（張采蘋、鄭霽絨、陳云顥，2020；蔡語慧，2014）。反之，負面情緒、嚴肅氣氛，或是任務導向的情況下則較少使用貼圖，且該對話脈絡下使用的貼圖，也多以歡樂情緒的貼圖來強化氣氛效果（張采蘋、鄭霽絨、陳云顥，2020）。

而事實上從此研究結果也已經證實貼圖的使用目的並不完全在於如實地傳遞使用者的真實情緒，否則使用者在負面情緒、嚴肅氣氛時應該是傳遞憤怒、專注認真的相關貼圖，真實情況卻並非如此，而是選擇歡樂情緒的貼圖來呈現給對方。從這點也就說明著，即使貼圖能夠作為能夠獨立傳達意義的工具，還可能傳遞情感與氣氛，但也許貼圖還具有其他存在的價值與意義是過去實證研究中沒有揭露的。就如貼圖廣告中女主角小桃的表現一樣。如此，貼圖與使用者究竟建立起什麼樣的關係、其扮演的角色為何、對使用者帶來什麼影響，都有待進一步釐清，貼圖存在的意義也許不應該被簡化為上述貼圖功能的五種分類。以及，透過貼圖，使用者真的得以「貼」了更靠近嗎？還是將有其他微小的情緒感受是被隱藏，導致「距離疏遠」也可能同時發生呢？最後，雖然都是同一張貼圖，然而被傳遞到聊天室作為獨立表述的貼圖，與儲存於貼圖使用介面的貼圖，兩者具備的意義是否相同？針對貼圖圖像意涵、貼「圖」對使用者而言真正的意義為何，以及使用貼圖後將為使用者帶來什麼樣的影響，筆者將於後續研究中厚描筆者自身的貼圖使用經驗，並且從 Ihde 體現關係與詮釋關係的觀點進行回應。

三、新興數位語言

在 LINE 的溝通場域中，貼圖逐漸取代文字作為人際交流的重要因素，人們的溝通方式也從文字溝通回到圖像表達。我們或許可以說，貼圖正成為線上環境的「新興數位語言」。近期國內針對貼圖的研究也多將貼圖的應用上升至人際溝通層次來討論，例如，在陳可嘉（2017）《Why So Serious? —LINE 圖戰的溝通實踐分析》解構貼圖作為一項符號，使用者是如何與之互動以及詮釋解讀其意涵；在張桓梅（2021）《貼圖語言的規則與情感：角色規範下的 LINE 貼圖語言遊戲》也指出 LINE 貼圖的高度使用已讓它成為一種足以表彰情緒、傳達意義的數位語

言。雖然貼圖尚無法完全作為文字符號使用，但無可否認貼圖衍伸了新的人際傳播溝通模式，而且不只在是在網路的虛擬空間中運作，同時它也在現實社會中流通，所以它可以被視為一種文化現象（楊馥瑜，2017）。



第二節 回到貼「圖」

壹、串起貼圖：故事性

LINE 在初入市場之際便以軟體中的吉祥物 LINE Friends 的官方貼圖吸引用戶下載，透過虛擬角色來與 What's App 等對手做出區隔。初期 NHN 的設計師 Kan(カン)設計出饅頭人(Moon)，特徵臉圓、沒有其他裝飾但表情豐富，熊與兔子在日本全國各地有很多圖案，所以設計出熊大(Brown)和兔兔(Connie)兩個角色（蔡美玲，2020），後續陸續推出詹姆士(James)、莎莉(Sally)、部長(Boss)...共計 11 個角色，合稱為 LINE FRIENDS。LINE 以免費、可愛的漫畫造型、豐富的表情、切合情境的肢體動作，累積大量 LINE FRIENDS 粉絲；反觀其他即時通訊軟體提供的免費表情符號，圖像樣式較單純平實。



圖 1 LINE FRIENDS

圖片來源：<https://www.linefriends.com.tw>

然而，想要引起用戶持續使用並且與用戶產生共鳴，受歡迎的角色不僅僅只是圖畫或是玩偶，還必須要具有某種故事與世界觀（張怡慧，2008）。因此，LINE 不將貼圖視為一個單純的對象或客體（object），而是媒介；貼圖的角色發展——也就是「故事性」扮演其中的關鍵部分（Chan, 2016）。LINE 以「講故事」（storytelling）

的心態推動貼圖設計，2013 年推出《LINE OFFLINE 上班族》及《LINE TOWN 麻吉樂園》；2019 年，Netflix 也攜手 LINE FRIENDS 推出 3D 動畫影集，角色從平面進化到立體，為一齣「無對白」喜劇。透過在劇集呈現角色於日常的行為表現與參與情境，讓各年齡層都能感同身受。換句話說，貼圖角色原本的設計，本來就是模擬人類的行為與身體經驗，貼圖在設計時就已經帶入「身體」的考量，賦予貼圖圖像一個身體，凸顯身體是存在且必要的。設計師 Kan 認為，這樣的貼圖具有世界通用的肢體語言的功能，並期待人們能夠對這些角色能產生情緒上的共鳴（彭郁娜，2014）。

除了 LINE 本身從劇集推出原創角色，許多貼圖的角色也是從既有的動畫、漫畫、影集中延伸至 LINE 成為貼圖，像是常見的日本動畫蠟筆小新、美國漫畫史努比(Snoopy)與查理布朗(Charlie Brown)、美國迪士尼電影冰雪奇緣(FROZEN)等，都是先有了動畫和漫畫才另外衍伸出來作為貼圖角色的。這些角色在成為貼圖前，就已經是存在於特定故事脈絡的人物，擁有自己的背景、性格設定、無可取代的特質等。不僅如此，有些網路插畫家製作的原創角色，原先也不是為了成為貼圖而設計，而是單純以圖像作為溝通媒介傳遞特定訊息，這其中就包含插畫家賦予角色的各種設定，待角色發展成熟後才延伸成為貼圖的。而當使用者選擇貼圖時，這些角色所具備的「故事性」將能否幫助使用者詮釋貼圖的意涵，也就是帶入戲劇角色來決定使用哪款貼圖與解讀貼圖，是個有趣且值得思考的問題。因為溝通情境總是多變的，使用者在不同聊天室、面對相異的對象時所選擇的貼圖也會有所改變，而使用者個人對貼圖的偏好也影響貼圖的使用。LINE（2019）指出，這些故事發展能夠使得原先本就深受千禧世代與 Z 世代喜愛的角色，更增添深度與活力。如此使用者在選擇傳遞哪張貼圖、以及收到貼圖時詮釋圖像所乘載的意義，是否將受到貼圖角色既存的脈絡或故事性影響，以及上述談及貼圖在設計時就已經帶入「身體」的考量，兩者皆與本研究要問的貼圖與身體之間的關係有很大的連結，故也是本研究所要繼續探問的面向之一。

貳、貼圖圖像構成與分類

回到貼圖的圖像設計本身，貼圖為奠基於日常溝通場景所繪製而成的角色，企圖還原人們於現實溝通時的表情與肢體動作。LINE 設計經理橋本健吾曾在接受媒體專訪時指出，「圖像能夠在最短時間內達到接觸的目的，尤其亞洲人對於圖像的認知比文字來得敏感，在資訊爆炸與智慧型裝置普及時代，圖像成為最方便且能精準表達情緒的溝通方式」（張鴻，2016）。然而，圖像符號能否做到正確傳達情緒、符合日常情境與行為，不僅需仰賴貼圖本身設計的元素，還要遵循官方發布貼圖製作準則¹²，在條件規範內貼圖方能發行與銷售。

製作貼圖的方式有二：一種是整個圖像由計算機生成（computer generated）的貼圖，另一種則是使用動畫圖形來裝飾數位照片的貼圖（Chan, 2016）。貼圖角色中最常見的表現類型大致可分為兩大類：一是「人物造型」，二是「擬人化造型」。其中又以「動物」形象設計成的漫畫式角色居多，讓「擬人化」的表現形態在貼圖市場中大放異彩。

¹² 〈貼圖審核準則〉（無日期）。取自 LINE CREATORS MARKET 網頁 <https://creator.line.me/zh-hant/guideline/sticker/>

表 4 貼圖造型分類

| 類型 | 說明 | 範例 |
|------|-------------------------------|--|
| 人物造型 | 以真人圖像或漫畫角色設計而成 |  |
| 擬人化 | 以動物、植物、食物、物品等，模擬人類的情緒、行為等設計而成 |  |

資料來源：本研究整理；圖片來源：LINE STORE

貼圖作為第三代表情符號，特點是在其圖樣設計上會帶有漫畫感。也就是說，在視覺方面主要透過簡化角色的線條與輪廓，利用順滑的曲線取代不規則、複雜的線條，方便使用者快速辨識或是避免誤認。知覺心理學家福農 M.D.Vernon 發現，人們透過眼睛看東西時，習慣先把握大圖形，而省略掉小細節，注重局部特點，否則將花費相當的時間。此外，貼圖以較為誇張、變形等方式，繪製角色的表情及肢體動作，讓視覺上產生強烈的、生動有趣的視覺效果，甚至是營造出動態的氛圍。研究結果顯示，貼圖角色設計之誇張度，將對貼圖的新奇度、注目度以及印象度產生正向影響（程雨心，2019），呼應張玉琳和李秋滿（2014）所言「透過漫畫式貼圖溝通會增添趣味性，吸引使用者的注意力與好奇心，提升對人際互動的愉悅程度」。而擬人化角色的創立或是創作筆法，皆是從人類的角度出發，將動物／事物／商品等，模擬成人形，或是加入與人類相關的關鍵元素進入角色中。透過擬人化的角色讓貼圖使用者產生更大的共情效果。研究發現，無論是「人物造型」或「擬人化造型」表現類型貼圖角色設計，均需要與貼圖使用者

生活經驗有相關的同時，也要創造適度的偏離效果，像是加入些許誇張、變形、擬人化的元素，方能讓使用者在理解範圍內產生其他正向傳達效果，也能對貼圖產生較高的評價（程雨心，2019）。



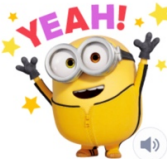


貼圖除了圖像本身，還存在著其他媒介元素如：文字、動態、放大、聲音等。以文字標語為例，研究發現若貼圖本身已帶有不可更改之文字，使用者在傳遞時較不易誤解，也能避免雙方在認知上產生較大的歧異（蔡美玲，2020）。而回顧最初官方推出之熊大貼圖是無文字的，帶給人的視覺感受常有二種以上的含意，屬於隱喻性較高的貼圖，但好處是使用靈活度較為多元。另外，以誇張化極大的全螢幕貼圖為例，LINE Corporation 的 CWO(Chief WOW Officer) 出澤剛執行長 (Co-CEO)指出，希望貼圖新的聊天元素的設計，能更切實表達每個人如同面對面的聊天體驗（程語心，2019），實則點出貼圖的技術與身體經驗的關聯性，目的就是為了讓虛擬的貼圖透過媒介元素，滿足使用者的身體經驗，讓使用者感覺自身與貼圖是親近、彷彿貼圖能夠存在，或是再現於現實生活中一般。Lee & Lin（2019）也指出，這種貼圖流行現象的發生，可能不僅源於個體的羊群行為（轉引自 Asch，1951），也可能源於新媒體使用引發的內在需求（轉引自 Katz et al.，1973； Palmgreen，1984）。這也可以說明為什麼貼圖需要加入越來越多的媒介元素。由此可見，使用者不僅接受了用貼圖代替部分訊息中的文字作為有效溝通的工具，還需要有更多媒介元素的介入，刺激或是喚起使用者的身體，以滿足其內在需求。

上述以設計為出發點的貼圖研究，所關注的是擬人化與漫畫式的創作筆法如何影響使用者的認知態度，讓使用者感覺有趣並且引起注意力。然而這些研究卻略了貼圖圖像性的身體的存在。無論是哪種設計或創作筆法，都必須先有貼圖的身體存在，才能去談使用何種方式能產生更佳的效果。這也就意味著，其實貼圖圖像性的身體早已經被凸顯出來，卻始終在研究中被視為理所當然或是被忽略。從簡單扁平化的表情符號到貼圖擁有豐富多樣化的圖像身體的出現並非偶然。筆者所在乎的是，存在於貼圖發展脈絡中的元素如故事性與圖像性本身有可能會驅

動用戶選擇和使用貼圖進行更好的溝通，然而這些元素的添加與身體的連結尚未被目前研究所重視，像是：貼圖的身體與使用者的身體究竟建立什麼樣的關係，使得擬人化筆法以及動物形象化的圖像為使用者喜愛或受歡迎。擬人化及動物形象能夠幫助使用者詮釋貼圖嗎？貼圖圖像除了靜態，也常常包含不同的多媒體的效果。當使用者看見貼圖圖像的身體，貼圖能夠替使用者帶來什麼感受或是什麼樣程度得影響？以及，文字表情符號是以數字、英文字母等組成；貼圖除了圖像本身，常常還有文字輔助說明圖像意涵。如此，貼圖與文字間有什麼關係？貼圖能夠比文字多扮演什麼角色或具有什麼樣的存在意義，而這些圖像又比文字表情符號更容易幫助使用者理解或是詮釋貼圖的意涵嗎？過去並沒有任何研究從質化或量化的角度來談論貼圖一技術的身體為何，更是值得追問。



表 5 貼圖效果分類

| 類型 | 說明 | 範例 |
|---------------|---|---|
| 靜態貼圖 | 一般貼圖，以平面方式呈現 |  |
| 動態貼圖 | 點擊後將產生 2-4 秒的動畫 (使用前可預覽) |  |
| 有聲貼圖 | 發送或接收時會自動發出聲音特效，常搭配動態特效 |  |
| 全螢幕貼圖 | 動畫自動放大至佔滿手機畫面，點擊後將回復 |  |
| 隨你填貼圖 訊息貼圖 | 隨你填貼圖：在指定處填入 4-6 字，整組貼圖的填入文字處皆會一同變更代入；訊息貼圖：每張貼圖都可任意輸入文字（限 100 字），單張編輯儲存 |  |

資料來源：本研究整理；圖片來源：LINE STORE

第三節 文獻探討小結

本文回顧國內貼圖相關文獻的研究成果，一派研究從「工具性」的角度出發，證實貼圖作為工具，能夠 (1)補強文字訊息不足；(2)獨立表述，節省打字時間並加快溝通速度；(3)被視為一種「新興數位語言」，以更有趣的方式溝通、加深情感；另一派研究則從貼圖「設計」的元素出發，著重於如何透過擬人化、誇張等筆法，讓貼圖更吸引人或受人喜愛。圖像符號不分人種與地域性之別，不像理解文字，需仰賴特殊的學習過程；視覺符號的觀看不存在此門檻，較文字更具普遍性（盧安邦，2005）。雖然貼圖無法如文字一般傳遞正確精準的訊息，但在感知情緒與溝通涵義上，還是相對文字來中得方便（蔡語慧，2014）。此外，貼圖也在商業化的過程中，也成為一可販售之商品及廣告媒介，能替公司創造收益。然而，即使上述研究從多元的角度切入探討貼圖的使用與設計，卻始終忽略了貼圖作為一項技術的「本質」為何。

首先，使用者總是以手（也就是身體）持手機來「貼」貼圖。使用者在操作貼圖的身體，一定先從手機出發，才可能是貼圖。但使用者不是天生就學會使用手機，也不是輕而易舉學習得貼圖技術。「貼」圖，既不是打字，又無需時時刻刻繪圖，更不是真的將圖像附著於手機之上，而是涉及到許多在手機這個載體上進行精準的操作才得以「貼」。「貼」是什麼樣的身體技術，使用者貼貼圖的過程中是否具備某種共同的使用經驗，才能感覺自己在「貼」？當今貼圖相關研究尚無針對使用者的身體如何在手機的身體操作貼圖進行深入探討。

而回顧貼圖自身的發展脈絡，從表情符號到貼圖出現，以及後續增添許多媒介元素強化貼圖角色的效果，就已經凸顯「身體」的存在。這也就意味著貼圖技術牽涉到三種層次的身體：手機的身體、使用者的身體、貼圖圖像。原先在設計角色時同樣也是企圖模擬人類身體與行為，已經預設性地帶入「身體」。貼圖圖像的身體，以及其所具備的故事性，無論是情緒、感受、行為，都能夠與使用者的身體與使用經驗產生連結，如此便可能影響使用者選擇或是決定在何種情境下

使用哪款貼圖。貼圖圖像的身體固然存在，但他的出現卻被視為理所當然。又以技術的操作將替身體帶來感知。雖然實證研究結果和貼圖廣告皆宣稱「貼了更靠近」的效果，但有沒有可能上述都是技術給定的「預設」、是在技術「座架」下的產物。如此，貼圖一技術是否對身體產生座架、將體現於何處？貼圖圖像的身體與使用者的身體建立起什麼樣的關係，以及貼圖是否真能「貼了更靠近」與其根本原因為何，都必須深究貼圖與身體之間的關係才得以揭露，這樣我們才會知道貼圖為自己帶來何種程度的影響。因此研究中應盡可能去討論那些存在卻沒有被討論或視為理所當然的「人—技術」關係。

真正引爆貼圖的還是科技對人和社會的改變。貼圖於當代的盛行於世，不僅僅是作為使社會進步而發明的科技，某種程度上，其實更是體現出這樣的技術發展是也許是對人性需求的契合。而這些需求又與身體經驗有密切的連結，勢必有必須性探討貼圖技術與身體的關聯。過去的研究結果也許可以單純解釋貼圖在溝通過程扮演中介的角色，目的是助於使用者產生社會臨場感。不過，當貼圖已經逐漸邁向更多元化的發展（像是輔以多樣化的媒介效果），我們應該回過頭從本質來檢視貼圖是個怎麼樣的技術，此技術與使用者的關係是什麼，能夠為使用者帶來或是喚起什麼樣的身體感受。

由於技術哲學與現象學的研究旨在對現象(phenomenon)進行探究，而現象學研究的問題經常聚焦在「人們經驗的結構與本質為何」。此份研究所要探討的即是使用者身體對貼圖這項技術的使用經驗與兩者之間的關係結構，並且聚焦於：

「貼」貼圖是什麼樣的身體技術？貼圖與使用者建立不同關係結構下的意義為何、扮演什麼角色？貼圖是否座架或是產生變異？此三個研究問題。故本研究第三章以「貼圖作為身體技術」作為研究取徑，從技術哲學與現象學的分析觀點開啟討論，藉由 Heidegger 與 Ihde 對技術的思考交互建構，針對本研究所提出之問題進行探討。

第三章 貼圖作為身體技術之研究路徑

本章旨在梳理貼圖作為一種身體技術的研究路徑。過去實證研究中指出貼圖有助於補強文字訊息無法帶出的非語言線索，可愛生動且生活化的設計也能夠增添線上溝通的趣味。針對貼圖使用的討論，大抵離不開貼圖能夠增進社會臨場感及親密感，達成較高程度的溝通有效性及滿意度。這些研究的目的都是為了證實貼圖能夠在線上交流過程中產生正面效果，然而始終忽略了貼圖作為一項技術的本質究竟為何。另外，貼圖的使用往往是由使用者的手與身體在手機這個物件上操作，而貼圖本身也有自己技術上的身體；在以往的研究中其實早已預設使用者是透過「手」來操作貼圖，並且貼圖能夠對使用者的身體帶來感知與影響。從上述便已經暗示著技術與身體之間具有某種程度的關聯，卻從來沒有研究為此進行說明與討論。說得更詳細一點，貼圖的技術實踐過程中，其所牽涉到的不僅是貼圖的圖像本身，還包括使用者的身體與手機的身體，而這三者之間的關係與結構方式需要被進一步梳理、詮釋，才可能深究這項技術的本質以及打開新的可能性。而本研究想要問的正是以下三個研究問題：

1、「貼」貼圖是什麼樣的身體技術？

承接研究問題 1，結合 Don Ihde「人—技術」關係結構的觀點，提出：

2、貼圖與使用者建立不同關係結構下的意義為何、扮演什麼角色？

以研究問題 2 為基礎，進一步分析框架，嘗試發現貼圖在技術哲學的意義下：

3、貼圖是否座架或是產生變異？

由於本研究聚焦這三個研究問題，而這三個問題與現象學及技術哲學有密切關聯。首先，現象學在此可以為觀察事件提供一個視角，此處所要觀察的即為技術現象，或是更準確地來說，是人與技術之間的關係的現象。從現象學著手，也可以為理解此現象提供一個框架或者「範式」(paradigm)。其次，技術哲學的分析觀點能夠幫助本研究跳脫以往質化與量化方法，不僅從更為微觀的角度進入使用者日常技術實踐的操作，也能以鉅觀的角度掌握使用技術的整體性脈絡。再者，

馬丁·海德格 Martin Heidegger 寫過一系列關於思考科技的文章，認為技術將揭示世界的樣貌到眼前，而關注操作技術的手，也就是使用者的身體，扮演關鍵性角色；唐·伊德 Don Ihde 則從人—技術的結構中分析技術與身體之間的關係，並且聚焦於使用者操作技術的經驗與感知。兩位皆是當代對科技最有思考的哲學家之一，他們對技術的思考也總是與使用者的「身體」密切相關，這也是為什麼本研究需要他們的觀點，藉此幫助筆者透過他們的視角進一步對貼圖這項技術開展新的詮釋。

馬丁·海德格 Martin Heidegger (1889 年 9 月 26 日—1976 年 5 月 26 日)，德國哲學家。Heidegger 從對「用具」的討論，連結至技術的「本質」，其企圖翻轉從工具性與人類學的角度定義「技術」為一人類為達成目的的手段與工具，或是人作為技術的掌握者的認知，而是將技術的概念理解為一種「解蔽」(aletheia)的方式。透過技術方能開啟人對世界的認識；也就是說，我們對世界的認知與理解，將會因技術的「解蔽」而發生變化。Heidegger 深究技術目的在於提醒後人是否能夠藉著思考技術而非一味地受技術框架、掌握。在 Heidegger 用具觀點中的手前性、及手性概念，已經隱含了用具本身與身體的關係，故顯示出技術的「身體性」概念，也就是：操作用具與技術的「手」事實上就已是身體的一部分。本研究以貼圖為研究對象，使用者總是用「手」來操作貼圖的。使用者也不是單純以手指接觸貼圖，而是先持握著「手機」這項載體，才得以在此貼貼圖。而手機，事實上就是一台由「手」持握的「機」器，故稱之為手機。而在此貼圖技術操作中，同時牽涉到使用者的身體、手機的身體、貼圖圖像的身體。循此，貼圖可說是一個由手來掌握、由身體來操控、並且同時牽涉出三個身體而建構出一項技術。因此，本研究以「貼圖作為身體技術」為研究取徑試圖打開身體與貼圖之間的討論。既然已經確認貼圖為一項身體技術，此項技術又能為使用者帶來哪些層面的影響、與使用者建立什麼樣的關係結構？

唐·伊德 Don Ihde (1934 年—至今)，美國科學技術哲學家，承繼 Heidegger 的技術哲學並進一步進行調整與擴展。Ihde 認為「身體」是我們與技術交互的重

要媒介，而「知覺」(perception，又譯為感知)是理解所謂的人類與世界之間的關係的關鍵，因此他更加關注「知覺」的身體性作用以及經驗如何「結構」的。從這點意味著，技術將對使用者的身體與知覺產生影響。回應本研究問題 2，筆者欲探問的是貼圖與技術建立什麼關係、扮演的角色為何，而 Ihde 將知覺分為微觀知覺(microperception)與鉅觀知覺(macropception)，因為技術所建立起的使用經驗是由微觀知覺與鉅觀知覺交互建構而成，透過這兩者能夠幫助本研究進行技術經驗的現象學描述，為後續的分析做準備。Ihde 更將人與技術的關係建構成「人—技術—世界」，歸納出四種關係的結構特徵，包括：「體現關係」(Embodiment relations)、「詮釋關係」(Hermeneutic Relations)、「相異性關係」(Alterity Relations)和「背景關係」(Background Relations)。在不同的結構下，技術將調解我們與世界的關係，影響我們看待它、理解它、採取行動的方式。從「人—技術」關係即可回應本研究問題 2，幫助筆者在不同人—技術結構中分析出貼圖的角色。因此，上述兩位哲學家對於技術與身體的觀點能夠補足上一章所提到當代貼圖研究中所缺乏的技術帶來的身體感與技術的物質性等面向。

貼圖作為一項技術，其在媒介性之轉變連帶動功能性定位的移轉，從工具性角度定義貼圖的使用已稍嫌狹隘，這些實證研究中背後早已存在研究者的預設而無法深究技術的本質。而筆者要談論的是：「我」，以及貼圖作為一個「技術」，這兩個東西如何混雜、如何分開；並且指認貼圖是什麼樣的技術，尤其當它不具物理實體（如：眼鏡），貼圖的使用也不像貼貼紙的經驗（從某處撕下到覆蓋於另一處的使用過程），那貼圖是如何進行「貼」的，乃轉變成為現在「貼」的經驗。因此，本研究從「貼圖作為一項身體技術」出發，以 Heidegger 與 Ihde 技術哲學的觀點打開討論並分析之，使用現象學描述的方式試圖建構起「貼」圖的技術現象、使用經驗、該媒介與使用者身體之連結、點出貼圖於使用脈絡中所扮演的角色，以及最後，在兩位哲學家的視角下，貼圖把我們怎麼了，或是變成怎麼樣的存在。在這份研究中，筆者將使用現象學式的厚描，關注技術與身體這兩者及綜合性的狀態、經驗存在的脈絡、經驗組織的意義、以及經驗的整體過程，以

此揭示意義之所在。透過兩位哲學家的觀點，幫助筆者加以詮釋使用者長期依賴於貼圖使用的意義為何，以深化或是補充新的觀點進入此研究領域，期待予以不同的視角看待此技術，並試著填補目前研究尚空缺的部分。本章共分為三小節：

第一節：技術哲學與現象學的分析觀點，以現象學描述作為研究方法。

第二節：貼圖作為身體技術之觀點建構。從 Heidegger 用具與身體的「手」之間的關係出發，談論將貼圖作為身體技術的意義為何；接著以 Ihde 從不同「人—技術」關係的意義下，討論貼圖與使用者之間的發展出什麼樣的結構關係，以及帶來哪些身體感知；最後，Heidegger 談論技術的本質乃至於座架，並且加入 Ihde 對 Heidegger 的反思，以技術的多態穩定性提出貼圖也許帶來不同於以往研究發現的可能性。

第三節：小結與章節規劃。簡述第四章之章節規劃，歸納此研究所欲分析貼圖的四個面向：貼紙與貼圖的使用經驗、使用者的身體、貼圖的身體、手機的身體。

第一節 技術哲學與現象學的分析觀點

壹、現象學與技術哲學

「現象」一字的詞源為希臘文 *phainomenon*，意指「表現自身的東西」。而現象學也就是(*phenomenology*)是一門對現象(*phenomenon*)進行探究的哲學，也就是讓事物「如其所是」地呈現出來的一門學問。因此，現象學的意義就是，在沒有預設立場之下，設法讓事物替自己本身發言。

本研究選用現象學與技術哲學的分析觀點作為切入的原因在於，現象學研究的問題經常聚焦在「人們經驗的結構與本質為何」，這裡的經驗可能大至一種文化，小至一種情緒，也可能是一種關係。而本研究要探討的即是使用者身體對貼圖這項技術的使用經驗與兩者之間的關係結構。又如上一章所得到的統整與歸納，目前貼圖研究多為實證性的量化研究，而量化研究的理論基礎來自對資料的統整與歸納，強調演繹及實驗，目的是為了預測可能發生的事件，然而卻可能忽視現象的整體脈絡以及研究對象之間的交互關係。如同本研究所欲探討之技術與身體，這些量化研究皆看見兩者確實存在卻置之不理，僅關注技術所創造出的效果而非兩者之間的關係如何結構、如何可能。選用現象學研究取徑則能夠做到補充量化研究中缺失或忽略掉事件的整體性、互動性、脈絡性等等的部分，並且使整體性的經驗被詳實地闡述與紀錄而非用數字「一言以蔽之」，忽視技術操作的細節；經過理論性的分析與整理，找出人們在技術操作的經驗中共同存在的本質與意義。

由於本份研究的目的並不在於解決一個實際的問題，像是如何透過貼圖達成特定的商業性目標，而是以一個更為開放、探索的角度來討論技術、身體、兩者之間產生的現象，以及手機、使用者、貼圖三者之間的關係為何。而現象學的研究取徑能夠幫助本研究作為當現象顯露時，輔助讀者透過此路線深入了解意義並且產生洞察，從中獲得意義內涵進而產生反思或改善關係，因為現象學研究所在乎的是經驗如何被建構、描述、以及體驗，重視每個經驗的個體性與獨特性。因此，選擇使用現象學與技術哲學的分析觀點切入點，才能夠對技術現象追根究底，

並且為貼圖的研究領域帶來一些新的啟示與發現。

從現象學研究的觀點而言，必須從生活世界(life world)出發，進而瞭解日常生活所呈現的訊息與知識。Husserl 指出現象學的意義為：「對於人們如何描述事物，且透過其感覺來經驗事物之研究」。他說：“we can only know what we experience”(Husserl, 1962)。人對事物的瞭解均來自人對現象的感官經驗。然而，那些經驗必須被描述、說明和詮釋，不過經驗通常是複雜且不易割離的。因此，現象學研究的重點在於我們如何將所經驗到的現象結合，以理解這個世界，並藉此發展出「世界觀」(worldview)。而事實上，Husserl(1990)在〈歐洲科學危機和超越現象學〉中，就已經談及自身對實證主義研究的憂慮，也點出對技術哲學的關注。技術哲學在現象學中扮演的角色即是將技術與使用者所經驗到的現象加以整理、爬梳，與理論相結合，幫助使用者理解自身將如何與技術建立關係、處於什麼樣的結構中，以及技術將何以揭示世界或框架世界的樣貌到自身眼前。技術哲學中的根本關注在於，「身體」本身就是一種具體的技術，例如，身體有知覺、能夠記憶、想像、學習、模仿。就連拿起筆，其實也是一種身體技術，而且是比一般現代技術來說更為古老、複雜、精密的一種存在。Ihde 在技術哲學更將身體分為三個層次：身體一是人類的現象學身體，是體驗冷熱、速度、喜怒哀樂的物理學身體；而有些身體的經驗並不是全然是生物性的，是由文化所建構、披覆在我們身上而成為我們的身體經驗，是為身體二；橫跨在身體一和身體二之間還有第三層向度，這種向度就是技術帶來的身體經驗向度，Ihde 稱之為第三層身體。由上述可見，在現象學表明技術已經成為我們生活不可避免的一部分，而在技術哲學中更明確地點出身體是我們與技術交互作用的媒介。就如 Ihde(1990) 所言，身體通過感覺和動作與技術產生聯繫和影響，因此技術對我們的身體有深遠的影響。

根據汪文聖(2019)〈現象學作為一種實踐哲學〉，技藝的概念取之於古希臘。技藝“teché”源於歐語系“tek”，意味著「將一個房子的木製作品組合起來」(to fit together the wood work of a ... house)。之後，teché 的意義更延伸到造船、鐵匠

工、醫術。從上可見，teché 的意義皆具有目的導向，也隱含對於某個特定事物及環境的控制與征服。汪文聖指出，技藝不只是工匠的製造，也涉及實踐活動。回顧 Heidegger(1977)〈The Question Concerning Technology〉開始討論「技術的本質是什麼？」所謂的本質，德文為“wahren”也就是英文“enduring”，意味著「不斷持存的東西」。雖然談及技術，它時常被認為技術僅僅是工具(instrument)，是為了目的而採用的手段，或是從屬於人類的活動，並且總是「人」來掌控技術的。然而 Heidegger 認為，技術的本質不應該是從好幾個個別的技术出發，而是以開放性的角度去探問。Heidegger 將技術的概念理解為一種「解蔽」(alétheia)的方式。透過技術方能開啟人對世界的認識；也就是說，我們對世界的認知與理解，將會因技術的「解蔽」而發生變化。

總而言之，技術現象學旨在點出技術能夠影響人們的行為，並且技術中介透過兩種方式展開：一是把世界以特定的方式呈現給人類；另一是讓人類在世界中以特定方式來行動。技術能夠橋架接起人類與世界，而途徑正是人類的感知(perception)與行動(action)——或說，是經驗與實踐。本研究透過技術哲學的觀點，能夠幫助筆者建立以「貼圖作為身體技術」的研究取徑，聚焦於現代技術貼圖之使用經驗，並且給予具有建設性的方式建構起技術與使用者的關係，嘗試觸及兩者之間的本質。

貳、現象學描述

本研究從「貼圖作為一種身體技術之觀點」作為分析取徑，並參照兩位技術哲學家 Martin Heidegger 與 Don Ihde 的觀點，以現象學描述的方式作為人們操作實踐與現象學理論之間的橋樑，開展出可能的詮釋方式。透過技術實踐的經驗討論使用者與貼圖兩者之間的互動關係及結構性影響。

Hurssel 認為現象學是一門描述的科學，對研究對象進行探討，對抽象事物進行詳細的描述，使得人們可以由具體中獲得抽象意念，在現象中直觀本質（張

汝倫，1997)。現象學假定人類經驗中具有一共通性(commonality)，且必須嚴謹的整理方法來找出這些共通性，而這些被分享的經驗中具有一項或是一些本質(essences)。這些本質是為人所共同經驗的現象，或是被一般人所相互理解的核心意義。若將不同人們的經驗加以整理、分析和比較，可以確認現象的本質，並從中所獲得結果。而現象學的方法之一即不對任何經驗和知識做假設或評價，而是將各種認識暫時懸置(epoché)起來，現象學解釋為一種「存而不論」的現象學方法。以觀看但尚不涉入、開始對其提出疑問、檢視其構成條件等現象學的反思態度(phenomenological attitude)來進行考察(Robert Sokolowski，2004)。此時，我們將自身的研究興趣，從對客觀世界的預設，轉變到純粹的意識體驗(李政國，2009)。這些體驗是當下所看到、聽到、觸摸到的直觀知覺，或者是個人的記憶或想像。而只有在研究者透過本質還原(eidetic reduction)的想像變形(imaginative variation)的現象學操作之後，才能真正攫取出經驗的意向性的本質結構(李維倫、賴憶嫻，2009)。李政國(2006)指出，事實上就現象學來說，「想像」所宣稱的個別事實存在還要更接近現象學的本質。簡言之，現象學研究旨在探索現象本質，洞悉事物與現象的原本的面貌；研究方法的程序為：先將既存的認識懸置(存而不論)；接著進行現象學描述，根據資料進一步詮釋意義，不斷提出反思、聚焦；最後經過想像變形以將現象本質還原。現象學研究除了瞭解人類如何經驗這個世界外，也企圖捕捉經驗背後呈顯的意義結構，達到還原至現象本質的境界。

由於本研究的對象為貼圖與身體，關注的焦點亦在於兩者之間關係的觀察，而不是針對現象進行想像變形以達本質還原，因此對本份研究而言，將過去貼圖相關實證研究懸置，並且針對經驗進行現象學描述是最重要的部分。故本研究選擇著重於方法論中的懸置與現象學描述，而不會涉及經驗的想像變形與還原本質的部分。為了與一般現象學描述做出區別，筆者姑且將這兩者合稱為對現象的「厚描」。然而，此厚描也並非一般文化人類學或民族誌所指稱的厚描(Thick Description；也譯為稠密描述)。厚描一詞最早由 Clifford Geertz 所提出，為一文化人類學的理論，也是文化史研究的方法論之一。厚描所應包含的面向，包括記

錄具有特定事件特徵的環境、意義、意圖、策略、動機等，並且對此社會行為進行描述與解釋(Schwandt, 2001)。不過，上述研究策略與本研究無關，並不適用於此狹義上定義之厚描。另外，技術現象學的觀點能夠幫助筆者進行身體上的細膩描述，但因為本研究也必須同時處理對技術物的調查，因此也將針對技術的細節如物質表象、相關可見物等進行詳細說明，來理解技術本身。因此，本研究所稱對現象之「厚描」，實則排除狹義定義之人類學方法的厚描，而是現象學描述中的懸置以及對經驗的現象學描述為主，從技術現象學觀點從事意義上的詮釋。又因現象學傾向將一般之描述與說明做結合(汪文聖，2001)，故筆者在第四章中將不明確區分經驗的厚描以及理論性的詮釋，而是將兩者盡量配合，使本質不離現象。

本研究所要存而不論的對象則是過去實證研究中對於貼圖用途的討論以及官方對貼圖效果的宣稱，包括貼圖助於表達的精準性、對線上溝通帶來正面影響、促進用戶建立起親密關係等。筆者將此類宣稱擱置，以厚描的方式詳實紀錄自身貼圖的操作經驗。而因為關注的焦點在技術與身體兩者，故在第四章中也將分為兩個層次進行描述，一者即是對技術操作的觀察，二是對三種身體的觀察。技術操作從使用者身體的手開始，到貼圖圖像本身；過程中所牽涉到的身體則包含使用者的身體、手機的身體、貼圖圖像的身體。在技術現象學中，Ihde(1990)認為，知覺(perception；也譯為感知)是理解所謂的「人類與世界之間的關係」的核心環節，因此將知覺分為「微觀知覺」(microperception)與「鉅觀知覺」(macroperception)來建構技術的使用經驗。所謂的「微觀知覺」指的是在實際看、聽等行動中即刻且身體性聚焦的知覺；而「鉅觀知覺」則是所謂的文化或詮釋的知覺，即是人們視為理所當然的「常識」、「預設」，而它們不僅是場景中的實作得以被理解、詮釋的基礎，也是在實作的持續完成中獲得維繫與確認的。這兩種不同的知覺雖然在概念上有所區分，但在日常生活實作之中，它們卻是緊密地相連在一起。Ihde 的鉅觀知覺與微觀知覺概念提供了一個理論的出發點，故本研究之對現象的厚描即是借助這兩者的視角，來逐步建構起使用者對於貼圖技術實踐

的經驗，並且根據 Heidegger 與 Ihde 對技術與身體的觀點，開展貼圖技術的詮釋。



第二節 貼圖作為身體技術之觀點建構

壹、從「手」出發的身體技術：「手」機與「貼」圖

「貼」圖，是使用者用「手」在手機進行貼這個行為；而「手」機，也是由「手」來操作，「手」事實上就已是身體的一部分。因此，無論是「手」機或是「貼」圖，都是從「手」出發的身體技術。延續上一節技術哲學段落談及 Heidegger 將技術的概念理解為一種「解蔽」(aletheia)的方式。人對世界的認知與理解將因為透過技術的「解蔽」而發生變化。而回溯最早的技術其實皆是由「手」來操作。循著上述的脈絡，人總是在技術的構作中存有，並且「手」因為能夠操作技術，因此在人的存有中扮演重要的角色。

「手」之於 Heidegger 的重要性，可從其對於 Zeug「用具」(equipment)之兩種狀態的討論中看出，分別是：Zuhandenheit「及手性／上手性」(ready-to-hand)，以及 Vorhandenheit「手前性／現成性」(present-at-hand)。簡單說明「及手／上手狀態」與「手前／現成狀態」：舉例而言，當我們的手拿起槌子並且要使用的當下，通常不會太在意槌子的存在，只會專注在槌子的使用上，此時槌子呈現「及手／上手狀態」；而當槌子只是放在桌上沒有要被使用，或是使用的當下突然出現障礙（如：斷掉、掉落），以及槌子本身出現在不合時宜的地方（如：電影院的椅子上），人們才會對此感覺突兀，進而意識到槌子的存在，此時槌子即是處於「手前／現成狀態」。這種生活中的缺陷提醒我們，用具並不總是在手，且用具不能單獨存在，用具必與其他用具構成整體。當用具不在手時，就必須將用具就從其相關系統中割裂出來，成為了認識的對象（于成，2019）。Heidegger 認為，物在上手狀態時，與我們的身體最近，「用工具用得越起勁，對它的關係也就越原始，它也就越發作為它所是的东西即用工具來照面。這麼說來，使用也是一種揭示」（陳嘉映，1995）。這段文字敘述的意涵有兩個層次：

（一）當我們越是使用物，更能體認到物的真正面目。由此可見，物的源始狀態是在使用者（以 Heidegger 的說法為 Dasein「此在」）與用具打交道時呈現給使用

者的。簡言之，物首先作為及手／上手狀態的物才成其為物。由此推之，我們可以「把及手狀態的物定位並概念化為中間者或媒介」（Gunkel & Taylor, 2014, pp. 103-104；轉引自于成，2019）。因此，所有的物在存有論的意義上都是媒介（于成，2019），這也是 Heidegger 思想中關於用具的討論與媒介研究的連結。

（二）另一方面，用具是人在關切中「照面的存有者」（Heidegger, 2001/陳嘉映，1999），所謂關切活動就是實踐活動。當生活的實踐活動處處是媒介或與媒介有關時，我們所經驗到、感知到的，都大大仰賴於或是受限於媒介的使用。也就是說，我們總是透過媒介知曉世界發生的事情，媒介也同時不斷揭示世界的樣貌到我們眼前。我們可以說，人的存在總是落入某種媒介之中，或是說，其實人己是在媒介之中存有了。人的存在乃是一種媒介性或技術性的存在，媒介或者技術參與到人存在的構造中來（徐生權，2017）。

從用具的「及『手』」、「『手』前」狀態，Heidegger 皆已經明確點出「手」之於身體、之於技術操作的重要性。同時也暗示出：身體事實上就已經是一種技術。好比說，「拿起筆」這個動作本身就是一種技術，人是需要透過學習、模仿、操作、反覆執行，從操作實踐中獲得經驗而習得的技術，而這樣的技術也就含有身體性。

回到本研究，將貼圖視為是一種身體技術的意義在於，貼圖這項技術是由「手」出發來操作；並且，貼圖更是搭載於「『手』機」之上，而「手」機，已經說明自身是個與手相關、由手操作的機器，因此使用手機同樣也是一個具身體性的技術。而貼圖搭載於手機之上，即是使用者在「手機的身體」上進行操作；手機又作為「手」的載體，因為使用者總是必須用手握持著手機，才得以用手指來操作貼圖。另外，使用者並不是與生俱來就會使用貼圖這項技術。他必須先有智慧型手機這個機器，接著連上網路，並且下載安裝好即時通訊軟體 LINE APP。藉由網路通訊傳播，連結基地台，使得在 LINE APP 傳送文字訊息及貼圖等內嵌式圖片成為可能。貼圖將作為選項出現在文字框中，並在點擊後送出。使用者用手指在觸控式螢幕上來「貼」貼圖，並且需要跟隨系統預設的操作方式，進行上下、左右的

滑動與點擊。貼圖混合多種傳播媒體內容（包括文字、圖像、聲音、動畫等）以滿足觀眾的需求，最後加以整合為一完整的貼圖的使用介面與系統。

循此，綜觀貼圖一技術的操作牽涉到手、手機、使用介面、貼圖等，可被視為是一個整體；另一方面，我們從上述也可看出，在整個操作貼圖技術的網絡之下，每個牽涉到的物件都具有身體：使用者有自身的、擁有手的身體；手機有物理性實體的身體；貼圖有圖像化的身體。因此，貼圖可被指認為是身體的技術。而當貼圖被指認為技術的同時，也就指涉此項技術誠如 Heidegger 所言將對使用者的生理及心理產生感知上的變化、或是進行潛移默化的影響，甚至參與到我們的生活結構中。

貳、身體與技術的互動：體現關係、詮釋關係、它異關係

本研究援引 Ihde 技術現象學的兩項主要原因：一方面是 Heidegger 並未從方法論上具體談論技術問題，也未能給予未來學者在後續具體分析上的實務建議；另一方面則是雖然 Heidegger 對於用具及手性及上手性已暗示出技術與身體的關係，然其並未更深入地去談論技術將如何對使用者的知覺及身體產生影響、如何影響。而 Ihde 在其技術現象學中提到一個關於技術與人建立連結的重要概念是體現關係(Embodiment，也譯為具身關係)。Embodiment 是從 embody 這個動詞而來，在這兩個詞裡面都已經有身體 body 的存在，可見體現關係中，技術總是已經被放在身體裡，或是技術總是在使用者身上體現的。也就是說，技術的操作總是有身體的涉入，而本研究聚焦之貼圖技術則是由手機的身體、使用者的身體、貼圖圖像性的身體三者共同建構而成。再細究貼圖的操作方式，使用者是先手拿著手機，才得以在手機上操作貼圖。循此，若想要讓貼圖具身，首要步驟應是讓手機先在使用者身上具身，此時使用者感覺到手機已經彷彿是手的延伸、身體的一部分時，貼圖才可能進一步具身。如此，貼圖也是身體的一部分嗎？

為了探問這個問題，我們需要更多關於技術與身體之間結構性上的線索，才

得以幫我們回答這個問題。而 Ihde 在技術現象學中就是關注經驗是如何「結構」的。他在《Technological and the Lifeworld: From Garden to Earth》中分析技術在人類與世界相互關係中的作用，以「人—技術—世界」作為理論的基礎結構。Ihde 這個結構意味著人總是在技術物的使用、操作實作之中經驗、完成其日常生活，在某一處境中扮演著活生生的行動者，而不是一味地受技術所框架或主宰，不僅「人」的實作活動總是發生在「技術」的結構作用所構成的脈絡之中；「技術」的結構作用也總是在「人」的協同實作中不斷持續確認、完成才得以浮現與維繫（曹家榮，2013）。Ihde 也認為技術可以讓世界以新的方式展現自己。以紅外線攝影為例，紅外線雖然無法直接被人類肉眼所看到，屬於不可見光，然而若將紅外線的技術放到攝影上，能夠使原先肉眼不可見的事物得以被感知、被看見 (Ihde, 1991)。例如，根據樹木的紅外線照片，可以更容易判斷樹木患病與否。有了技術的中介，促使使用者進入世界的新模式成為可能。最後，他進一步將技術實作持續完成的過程分為四種關係：「體現關係」(Embodiment relations)、「詮釋關係」(Hermeneutic Relations)、「它異關係」(Alterity Relations)和「背景關係」¹³(Background Relations)。在 Ihde 的技術現象學的首要任務，即是「揭示這些含混(ambiguous)關係的各種結構性特徵」，能夠幫助本研究看到過去以往的實證研究中，貼圖與身體之間存在著卻沒有被討論的關係。其中，由於研究對象是貼圖，以及這個技術的操作與實踐，而不是將貼圖放入背景的關係結構中，因此本研究排除從背景關係中討論貼圖與身體。下文則分別將貼圖這項技術放入體現關係、詮釋關係、它異關係中繼續討論：

一、體現關係(embodiment relations)意義下的貼圖與使用者

體現關係(embodiment relations)意味著人對事物的認識或經驗是經由技術物延伸至環境，也就是呈現「(人—技術)—世界」的結構時，此時技術在這之中

¹³ 背景關係，其意味著雖然技術塑造了我們與現實的關係，但它們將留在背景，就像冷氣或冰箱，可以在使用者不干預或是不知情的情況下正常運作甚至是自動打開，融入到使用者生活的背景環境中。

扮演半透明的中介，讓使用者得以透過技術對周遭產生感知，因此這裡的括號意味著技術「抽身而去」，技術是「手段」，不是我觀看的「對象」。Ihde 言：「在這樣的關係之中，機器呈現某種半透明性，因為它自身並沒有被客體化或論題化，而是被納入我對於世界其他事物的經驗之中」。以眼鏡為例，當筆者戴著眼鏡時，其實是透過鏡片觀察世界，眼鏡此時彷彿成為我眼睛視力的一部分。此時，眼鏡呈現一種半透明的狀態，鮮少被察覺或需要被察覺，甚至是「抽身而去」的，只有在眼鏡從鼻樑滑落或是鏡片出現髒污及損壞才會意識到眼鏡存在。用 Ihde 的言語來說就是，我已經將眼鏡的技術「具身(embodied)讓它成為身體的一部分了。因此，體現關係的意義在於，身體感知可以透過機器「具身／體現」；也就是藉由技術的延伸讓人對周遭事物的產生感知及經驗。而如同本研究主張，使用貼圖時，首先是手持手機才得以打開 LINE 使用貼圖。因此，在整個操作貼圖的脈絡中，先是手機具身，貼圖才可能具身。使用者是自然而然將手機視為身體或手指的延伸。

而就技術物的物質性維度上，則允許使用者的身體產生這種「延伸」的感覺，並且創造「轉化作用」。所謂的轉化作用，即為對使用者的知覺狀態產生擴增與化約、解蔽與遮蔽的效果。舉例而言，使用中的電話，屬於一種聽覺上的具身關係。我能從電話裡聽到你，而電話設備「抽身」到使用背景中。電話擴增了對方的聲音，同時也化約掉通話時可能產生的噪音。此時，空間維度也改變了。這裡也有一種聽覺的近似間隔。不管你在遠處還是近處都沒關係，重要的是你與設備的身體關係。你的聲音保有一種虛幻的近似距離(near-distance)，從直接的知覺情形的多維度中得到了簡化。電話傳送的距離不同於直接的面對面的相遇，也不同於通常所認為的視覺或地理的距離。這種距離是一種有中介的距離，自身具有可以確任的含義。

由上述我們得知，在技術物的具身及中介下，技術物可以根本地改變一個人的位置、狀態與身體感知。然而技術是否具身(embodied/disembodied mode)，需仰賴使用者想像自己的身體(here-body)在哪個位置。Heidegger 對此也有類似的

討論。Heidegger 描述此在與上手事物的關係時，便已經指涉出空間性。上手的東西總是「在近處」的存在著，因此「上手」本身就已經提示著「近」，也就涉及空間性。Heidegger 認為，用具並非擺在哪個空間點上，而是在相互配置的整體中有其位置（陳嘉映，1999），而距離遠近的關鍵在於我們的關切（項退結，1989；轉引自黃厚銘，2001）。所謂的關切，也就是涉入(involve in)程度。Ihde 以看電影為例，作為螢幕前的觀眾，或是站在影廳門旁的旁觀者（如：工作人員），他們的身體位置(here-body)就有很大的差異，因此對他們的感知造成完成不同程度的影響。螢幕前的觀眾往往是一動也不動的(motionless)坐著看電影畫面，他們必須“move into”並且成為“actor”，彷彿自己就是場景裡面中的角色，才有可能感覺到自己的虛擬身體(virtual body)，此時，技術具身產生的效果便顯而易見。另外，站在影廳門旁的工作人員，往往是遠離螢幕或是至少有一定距離的，非全然專注投入電影，他們的 here-body 不在螢幕前，更無法將自身投入到畫面中的虛擬身體，此時技術具身產生的效果就不明顯。所以說，here-body 在什麼位置很重要，將影響我們對於數位空間中延伸出的虛擬身體的感知。而虛擬體現(virtual embodiment)的目標在於完美地模擬一個全方位、多重感官的身體行為，因此會盡可能採用多媒體或諸多效果來達成。

在一系列縝密的操作貼圖的過程中，使用者想像貼圖就是使用者自己或自己的身體，正透過貼圖傳達情緒或心中所想與對方溝通，此時貼圖得以具身並與使用者建立體現關係。循此，貼圖如何一步步具身，乃至於與使用者建立起體現關係，而貼圖在這個關係結構中扮演什麼角色、具體為使用者帶來什麼樣的轉化作用、產生什麼影響，以及使用者是如何對貼圖圖像產生感知，我們將接續下一段詮釋關係中繼續討論。

二、詮釋關係(hermeneutic relations)意義下的貼圖與使用者

另外一種人與技術的中介關係稱為詮釋關係(hermeneutic relations)。若體現關係是技術被納入身體中，那詮釋關係則像是技術將環境「包覆」起來（曹家榮，2020），人必須「解讀」技術才得以認識到世界、產生經驗，因此詮釋關係是以

「我—(技術—世界)」為結構基礎。舉例來說，當我們看到房間內除濕機的顯示器，得以知道現在室內空間的溫度、濕氣等數據；操作儀器的工人，藉著儀表板上的指針來讀取機器內部的熱度決定何時進行下一步。對 Ihde 來說，雖然人實實在在是在感知周遭環境產生經驗，但根本上這些感知與經驗是透過技術物中介所再現的。Ihde 舉出另外一個更好理解的案例是航海圖，我們可以想像哥倫布正在閱讀航海圖，他從以前的經驗和當時的地圖繪製方法中知道了歐洲沿海特徵，按照估算的距離把它行進的位置標記在航海圖上。他將自己想像成航海圖上的某個位置（而不是單指身體在甲板上的位置），就好像他處在船的上空，將此鳥瞰的位置和附加的、具身的位置聯繫起來，從想像性視角來為船進行空間定位，這個過程就屬於一種特殊的詮釋活動。由此可見，哥倫布是將「視覺上的定位」及「身體具體的感知」所連結起來，航海圖雖然標注出陸地的相對位置，但對使用者來說，航海圖是一個需要閱讀與詮釋的「文本」，必須經過解讀的過程才得以掌握。

在詮釋關係中也需要身體的存在。操作貼圖時有使用者的身體與貼圖圖像的身體。使用者在詮釋關係中如何與圖像性的貼圖身體建立關係呢？這邊要提到異於體現關係，詮釋關係所實現的轉化是通過「文本」和「所指」之間的「差異」而發生的轉化，所需要的是一組文本清楚的(textually clear)知覺，這種知覺可以「還原」為直接可讀的東西，即物質性的連接，如航海圖簡單明瞭的圖式、溫度計的水銀、儀表板上標記清楚的指針，這些物質性成為某種「文本」展開在我們的經驗之中，而使用者聚焦的則是技術所再現的環境。而在貼圖圖像中，有什麼樣的元素可以讓使用者對此產生感知進而做到對貼圖進行詮釋與連結？

無論是使用者查找貼圖或是接收到貼圖時，都必須將自己與貼圖的關係轉換為詮釋關係。在這個意義下，使用者是透過貼圖的圖像，經過詮釋的過程後得以指認對方或自己的情緒。貼圖作為一個虛擬但能以視覺看見的技術物，除了以卡通畫或漫畫畫風的動物等擬人化的圖像傳遞訊息，總能被快速辨識且易於理解之外，圖像還具備什麼樣的物質性，或是否存在其他要素影響使用者對貼圖進行詮

釋，使得使用者能夠快速將貼圖與自身產生連結進而做出選擇並點擊傳送。筆者在第四章中將透過厚描的方式深入描述，並且從詮釋關係的意義下理解貼圖對使用者產生哪些身體經驗或感知上的影響。

三、它異關係(alterity relation)意義下的貼圖與使用者

上述的體現與詮釋又合稱為中介關係(relation of mediation)，意味著使用者並不直接與世界相關，而是通過技術來認識世界，如：使用者透過眼鏡的技術輔助視力，也能透過航海圖認識周遭的海上環境，此時的技術與自身彷彿是重合的。然而，Ihde 言，當我們越是熟悉使用一技術，越有可能產生一種對於技術的矛盾：一方面希望技術「成為我」，賦予我充分使用技術的能力，一方面又希望技術「不只是我」。使用者之所以希望技術能夠與自己或他人不完全相同，是因為期待獲得轉化效應。此時，技術在人—技術的關係中呈現相異性關係，並且在其中扮演「他者」。所謂相異性關係，是指一種不是通過技術到世界，而是技術物與技術物本身的關係。技術會表現為「類他者」，就好像一個「他人」存在一般。但事實上它僅僅作為一個「擬人化」的工具，永遠不會變成一個「真實」的人出現。最簡單的例子就是目前常見的智能機器人，如 Chatbot、ChatGPT，這樣的技術一方面具有一種獨立性，另一方面又能引起人與技術之間的互動。我們將相異性關係中的技術稱作其具備「准他者性」，表明使用者可以正面或在呈現的意義上「與」技術發生聯繫。從這方面來看，技術可以作為有焦實體出現，它可以接受人賦予不同形式的關注。因此，相異性關係是以「人—技術（—世界）」來結構。

事實上，體現關係、詮釋關係以及相異性關係並不是完全個別獨立的結構式，而是可以將三者的位置看作是處在一個連續的光譜上，隨著技術具身、與人的互動有所改變時，此位置會在光譜上左右挪移。在體現關係中，技術總是與我自己重合，也就是技術扮演著「准我」的角色，為於光譜的其中一端；光譜的另一端則是相異性關係，技術作為類他者存在，具備「准他者性」。在這兩者之間是詮釋關係，此時技術一方面進行調解，因為不是「作為自身」在場，但同時又將注意力吸引到自身，因為它不是體現的，而是「被閱讀的」。

除了體現關係與詮釋關係，貼圖有沒有可能與使用者進入它異關係？如果有，在這個意義下，貼圖將可能轉變為什麼樣的形式？也就是說，我們可以反思的是，或許貼圖其實從來不像過去實證研究想得如此簡單與表面：使用貼圖就能帶來社會臨場感，如此單一、片面的結論，而是，有沒有可能貼圖在歷經多年的發展以及些許的轉變後，與使用者已經長出不同於以往的關係，甚至是成為相異性關係中的「他者」卻沒有被研究點出或是我們早已習慣而不小心忽視了呢？Ihde 認知到在虛擬實境(virtual reality)中，使用者的虛擬身體(virtual body) 時常被描繪轉化為不同程度的變形(morphing)，像是遊戲中化身為動物形象的女巫等。如果貼圖是他者，又會是以什麼形式出現，或是轉化為什麼，以及對使用者來說有什麼意義，都有待等進入第四章使用者與技術的厚描中再做分析與確認。

參、貼圖是否被文字所「座架」？

承接 Heidegger 認為技術不應僅僅被視為達成目的的工具或手段，而是將技術的本質理解為一種「解蔽」(aletheia)的方式。透過技術方能開啟人對世界的認識，技術總是不斷經過「揭開」的過程，才得以使原先隱藏於暗處的事物被帶到亮處、得以被看見與發現，故我們得知技術是這個世界的展開或是解蔽方式。而有賴於技術作為一種解蔽的方式，這便意味著技術不僅再現真實，它同樣也參與到現實的構造中來，塑造我們對現實的看法與想像。也就是說，我們造就了現代科技，也從這些技術中享受到前所未有的方便性，卻也可能同時默默付出某種代價：承受這些技術是如何塑造、框架、影響我們的思想、經驗與生活的世界。根本原因在於，現代科技，已與傳統的技術大相逕庭。

Heidegger 以「座架」(enframing, Gestell；也譯為架置)來涵括現代科技強求(challenging)與限定(setting-upon)的本質。Gestell 字首的 Ge 表示集合名詞，stell 來自 stellen 這個動詞，這個動詞指的是中文的「設定」，或是英文的 setting，於是，Gestell 可說是「總設定」。Heidegger 指出，現代科技，旨在「強求」(challenging)，

讓一切事物規律化、妥善地管理。而座架，則意味著集合對人的設置(setting-upon)。最初現代科技表現在對大自然的予取予求，在自然中隱藏的能量被開發，開發出來的東西被轉換，轉換後的東西被儲存，儲存的東西又被分配，分配的東西重新被轉換（宋祖良，1996）。不斷進行提取、開發、改變、貯藏、分配和轉換等環節。Heidegger 甚至認為現代技術被提升到了「我們時代的命運」的地位(Martin Heidegger, 2000／孫周興譯，2005:25)。因為就連現代的「人」也被視為物，也就是人力資源，其實現代科技早已遠離過去技術的本質，僅是在「被迫給出」。在技術的「架置」(Gestell)功能之下，人不過是技術的「持存物」(bestand)。現代技術的缺失更在於其壓抑其他可能性，使之已成為了唯一一種解蔽方式，封閉了其他解蔽方式的可能性，臣服於集置的支配之下（于成，2019）。

Heidegger 主張技術將片面性「座架」，造成自然與人類生存的危機。反之，Ihde 則認為 Heidegger 的技術哲學過於強調人的存在與世界的關係，並且認為他對於技術的討論如技術將主導、操控人的生存與經驗等，多數觀點過於悲觀。他認為，技術並不一定會如 Heidegger 所言，將我們與世界的關係單一化為「設置」或是「座架」，而是可能更多元化地提供我們不同的方式來打開對於世界的認識（紅外線的例子），甚至能夠在無察覺技術的運作之下也可能實現的方式。他與 Heidegger 的不同之關鍵在於，Ihde 更希望從積極地態度關注技術的中介作用，來認識技術是如何或甚至是為什麼能夠改變人與世界之間的關係，以及改變了人的知覺和感知方式。Ihde 強調，技術是一種中介，認為技術是文化的一部分，同時也影響和塑造文化。Ihde 主張應該從更多的角度看待技術產生的影響，包括其對社會、經濟和文化等方面的積極作用。既然工具參與實踐活動時是一種體驗的手段，便更應該關注使用者操作技術時，他們的身體經驗與感知為何以及如何結構的。Ihde 認為，使用者的身體經驗與感知的重要程度從不亞於 Heidegger 所談論此在的存在危機。

另外，Heidegger 認為工具是被設計拿來使用的，而 Ihde 的想法是，工具擁有某一特定用途，但不能阻止它還有其他功能或是成為其他角色，而是根據如何

使用它，從而「成其所是」。換句話說，技術可以同時是許多東西、擁有不同功能。技術具有兩種層次的「含混性」(ambiguity)：(1)任何一種技術都可以至於多重使用其情境中。例如：錘子被設計拿來釘釘子的，但除此之外，它也可能出現在某現代藝術作品的展示之一，它也能成為臨時用的紙鎮，甚至是電影裡的殺人工具等；(2)任何一種技術意圖都可以由各種可能的技術來滿足。例如：同樣要敲碎東西，使用錘子、石頭、椅子都能夠辦到，而 Ihde 把技術在不同情況下將擁有各異的用途的情況稱之為「多態穩定性」(multistability)。Ihde 認為，人們不能武斷地說出技術「真正」是什麼，技術始終存在於「使用」，它總是使用中的技術，而這種使用背景是更大文化背景的一部分，這些背景使技術具有多重穩定性。最早發明出打字機、傳聲筒（電話）的人原先是設計給有視覺障礙的人使用，然而至今成為現代普羅大眾、家家戶戶都有的電腦與電話。Ihde(1990)指出，技術物本身實際上也具有著某種曖昧的變異性。當技術實際進入實踐的環境時，時常會受到當時的背景或是文化脈絡中而重新定義或是改變技術的使用，往往已經超過技術最初的設計目的，成為「另一種」技術。在設計史上，設計通常會至於一種使用的多樣性的背景中，部分用途並不是在開始時就設計好的。因此，不同的文化背景、不同的「觀看方式」會導致不同技術的發展，也促成技術呈現「多態」的樣貌。在第四章厚描貼圖的使用脈絡中，除了反思技術可能對使用者產生的座架，也接納貼圖在與使用者建立不同的關係結構中產生的多元的可能性，因此使用者也不會只是一味地為技術所座架，而是能與之建構起不同於最初設計目的的另一種人—技術的環境。

循此，貼圖作為一項技術，按 Heidegger 所言其本質應同為揭蔽，但又以它同為現代技術，很有可能在無形中對使用者產生座架。另一方面，Ihde 從更正面的態度擁抱技術作為多態樣貌的可能性。如此，本研究將於第四章討論，貼圖同樣作為一種現代技術，其對使用者「座架」、「架置」了什麼、是否對使用者的身體感受以及心理層面造成影響、有沒有可能使用者之所以離不開貼圖的原因在於其早就受貼圖的束縛與綑綁卻身不自覺，又或是，是否有哪些幽微的東西在技術

之下被排除掉但使用者往往不自覺。另外，本研究也將同時討論有沒有可能貼圖經歷多年的發展，對使用者而言已經具備其他意義，而那些是過去的研究中沒有被提出或是被忽略的，在不同人—技術關係結構中，貼圖扮演哪些角色。藉由兩位技術哲學學者觀點的交互建構，建立起討論張力，指認貼圖作為一種身體技術將如何與使用者進行互動、混雜，與分開，如何從實體貼紙的「貼」轉變至當今數位上「貼」貼圖的使用經驗。筆者認為透過對於技術本質的思考，將助於我們更能掌握貼圖讓其發揮作用，而非受其限制我們的思考與想像。



第四章 「貼圖」的身體技術與「身體」的互動

貼圖，日文為「スタンプ」，為英文 Stamp 的外來語，就是圖章、郵票的意思，而在國內的英譯為 sticker。貼圖從來不是一個實體的貼紙圖樣；貼圖的「貼」，也不是從某處撕下來、黏貼到另一處的動作。那「貼」，是什麼樣的技術呢？新技術之所以能夠「進入」使用者的日常生活之中，通常來自於人們過去既有的知識及文化脈絡（曹家榮，2015）。回顧剛開始有行動電話，而智慧型手機尚未出現時，人們即有用貼紙美化手機的行為。在即時通訊軟體普及後，人們從文字式表情符號逐漸轉為貼圖的使用。貼紙與貼圖同樣都是透過身體、透過手指實踐的技術，「貼」圖，是如何讓人跟人之間能夠「貼」了更靠近？貼圖本身仍然是一個尚未被打開的「黑盒子」——即便人們已不斷地探究著它所帶來的影響。海德格言，「術」(techne)「關乎製作的實踐活動，有一種「知」(Wissen; knowing)的經驗寓於其中。「能知是一種觀，是一種最廣義的看見」(to know means to have seen, in the widest sense of seeing)，並且在「知」與「見」中，就帶有對在場事物的覺知狀態(apprehend what is present)。因此本章將以 Heidegger 和 Ihde 的觀點討論人與技術物的關係，一一厚描貼圖的使用經驗裡在場的事物。

過去傳統貼紙因為有不同形狀、材質、背膠等排列組合而成的多元選擇，所以有非常廣泛的使用用途。而貼圖因為作為一種即時通訊軟體的工具，它的所有使用功能與目的地都必須是即時通訊軟體（本文中為 LINE）以及移動式通訊媒體。因此，貼圖，這項技術，即是使用者在「手機的身體」上進行操作。人們其實是持握著手機，並且用手指來「貼」貼圖，而不是直接與貼圖這個圖像本身進行接觸。因此，我們更像是自然而然地將手機視為手指的延伸或是身體的一部分。貼貼圖這項動作看似簡單，除了使用者身體的涉入，背後還牽涉到龐大的作業系統。「貼」的瞬間，螢幕底下便開始產生一連串的資訊交換，包含：使用者與手機間的使用者介面、軟體元件之間的軟體介面、資訊機器硬體元件之間的硬體介面、以及無遠弗屆的通訊技術。而螢幕是手指與貼圖這項作業系統交換資料的媒

界，這個交換出去的資料即是手指的接觸以及貼圖本身。這樣的介面，也就是觸控式螢幕，是雙向的，可以傳送貼圖，同時也能接收貼圖。由此來看，貼的技術不僅仰賴使用者的肉身操作，更建立於「硬體設備」以及「通訊軟體的即時性」之上，也呼應著海德格所言「用具不能單獨存在，用具必與其他用具構成整體」。真正進入貼圖的使用經驗前，其實已經隱含了幾項預設值得注意：(1)首先使用者必須要有手機及安裝 LINE，(2)手機能夠連上網路，(3)使用者傳遞貼圖時，對方是不在場的，或是至少與對方保持某種程度上的「距離」。「貼貼圖」便意味著，我們一方面就是活生生地置身於真實空間中，另一方面卻也經由貼圖中介，而得以跨越真實空間與他人聯繫。

因此，本章第一節從「『貼』的撕下、貼上、到覆蓋」出發，談「貼」一技術存在的脈絡，並且檢視實體貼紙物件上的「貼」與數位化的「貼」貼圖之間的異同；第二節為「手機的身體」，談論用手操作的手機與其設備，如：螢幕、使用者介面，手機如何得以先具身以及建構起整個操作貼圖的經驗，才能夠使貼圖具身；第三節進入「使用者身體」，談論從手到貼的技術脈絡，討論使用者如何使貼圖具身(embodied)以建立體現關係，並且進一步為使用者感知帶來的影響；第四節來到「貼圖圖像的身體」，此節中將談論貼圖圖案想像與設計如何幫助使用者詮釋並喚起身體感，乃至於造就「除距」成為可能，以及貼圖在詮釋關係及它異關係中扮演什麼角色、如何做到；最後，從貼圖整體的製作到使用來看，是否已經預設了 Heidegger 所說的技術的「集置」、「座架」。若是，貼圖作為技術又是如何座架的呢？若比較線上與面對面溝通於身體經驗的差異，貼圖對使用者造成哪些生理與心理上的影響，進而形塑現代人溝通的意識與樣貌，或暗示著某程度上的「失控」……，抑或是隨著技術發展也成為其他可能。本研究藉由理解貼圖背後的技術，將有助於使用者掌握貼圖如何影響我們的日常對話與生活經驗。

第一節 「貼」的貼上、撕下、覆蓋

貼，在漢字中具有「黏上、黏附」的意思，例如：黏貼、剪貼；亦有「靠近、緊挨」的意味，如：緊貼、貼近。而貼紙，是一種正面印有圖案或文字、背面附有具黏著性膠質的平面性文具，方便黏貼於各種物品的表面上。「貼」貼紙，則是使用者透過雙手操作，一隻手拿著整張貼紙，用另一隻手的拇指及食指的指腹或指甲，試著將貼紙的一角與離型紙分離，接著沿貼紙的邊緣慢慢將其從離型紙撕下，黏貼至特定物品表面，並且確保貼紙完整浮貼於物品之上、不會輕易掉落的一連續性的行為。而貼紙之所以為平面，便是為了確保其能夠近乎完整地、不留空隙地覆蓋於指定位置。一般來說，使用者撕下貼紙後會先將貼紙暫時黏著於手部（極有可能是該撕下貼紙的手指或是任一身體部位），經過再三確認、對準欲附著的位置、校正好貼紙黏貼的角度後，才會將貼紙貼上。

貼貼紙，在人們的日常中是很常見的經驗，在這些經驗中，使用者與貼紙的關係，大大展現於兩者之間的「使用目的」以及物理的「接觸」上。市面上的貼紙遠看似乎大同小異，但其實貼紙在製造時，光材質及背膠的選擇就種類繁多，不同的材質將對使用者產生相異的觸覺感受，不同的背膠也將賦予貼紙不同的功能。以材質而言，就有霧面的、防水的、可透光的材質等。霧面的貼紙摸起來就有較明顯的摩擦力；防水貼紙雖然光滑卻有一層「膜」的觸感，彷彿貼紙穿上「保護貼」；具有高透光性或是透明貼紙則有類似於像隱形眼鏡這種「塑膠材料」的感受。雖然貼紙同樣為光滑的表面，卻因為不同材質選擇而對使用者產生相對應的觸覺及身體感受。又以多樣化的背膠選擇，會更關鍵性地賦予貼紙不同的功能，因為其著實掌握這項技術該如何執行「覆蓋」行為的重要角色，像是：兒童遊戲型貼紙、文書導向的便利貼、乘載商品資訊的標籤貼紙等，在功能上就有不同定位。舉例來說，以裝飾或孩童遊戲使用的卡通貼紙而言，背膠通常具有較高的黏著性，使其能夠長時間附著於某處，同時使用者在貼上後也不容易撕下；若強行撕下來，則有可能會在物品表面留下貼紙的殘膠或沾染的痕跡，而貼紙原先的背

膠也因此受到破壞，造成黏膠缺損的情況，故此類貼紙多僅供一次性使用。從這就顯示著，此類貼圖的製作目的，便希望使用者盡可能減少反覆撕下、貼上的行為，以保護貼紙本身。相對地，以便利貼而言，背膠的黏著性相對輕盈，使用者能夠輕易地反覆貼上、撕下、再貼上，重複覆蓋於多處，不會留下殘膠或痕跡。這樣的設計便是鼓勵使用者可以盡情重複黏貼、利用。唯有可能發生例外的情況為便利貼「失去黏性」，當背膠重複黏貼於物體時，難免會沾到表面上的微小灰塵，就有可能使貼紙的黏性減弱以致於無法黏著或容易脫落。

綜合而言，貼貼紙，往往是從離型紙或是某處撕下、再貼上另一個表面的過程，不同貼紙類型擁有相異的用途，像是使人注意、強調、索引等目的。而從上述這些案例其實也說明著，「貼」事實上已經預示著「兩個介面」，如離型紙與欲貼上之處（目標物）、便利貼本身與書本紙張。貼貼紙時，是在改變物件的狀態，也就是換個位置，並且通常隱含「覆蓋」的意涵，將某處以貼紙遮蔽。最後，無論其背膠黏性為何，貼紙作為一項實體的物品，使用者皆不容易完全消除它存在過的痕跡。貼紙撕下仍留下離型紙，也會多多少少留下殘膠。尤其貼紙的黏性是有所不同的，且若經人為的破壞、毀損（像是反覆撕下、貼上），便有可能導致留下痕跡，或是使貼紙失去黏貼功能。從這點也意味著，「貼」，時常伴隨著痕跡的存在。

「貼」貼紙與「貼」圖的操作在某種程度上具有部分的相似性，也就是兩者皆為透過使用者的手指進行活動，以達成行為目的，然而其在操作的一系列過程卻存著偌大的差異。從上文可見，使用者在貼貼紙時，其實是經過一連串撕下來、黏貼、校準、覆蓋的行為。使用者除了會實際觸摸到貼紙本身，也將明確地、具有意識、甚至是有意義地，為了將某物、某特定區域覆蓋起來，進而使用貼紙。

然而，在聊天視窗中「貼」貼圖，卻幾乎與這些行為完全無關。虛擬的貼圖沒有所謂物理性的「物質」可言，也就是「去物質化」。這裡的物理性是指，如貼紙具有可被觸摸的材質與黏性等，使用者能在使用時產生觸覺上的感受。貼圖和貼紙雖同為平面的圖像，但貼紙擁有正反面，然而在貼圖使用上，使用者往往

只會看到「正面」，不會看到「背面」，「背面」也不會存在；而使用者也摸不到貼圖，貼紙有材質之分，使用者的手指能夠直接感受到貼紙的觸感，然而即便使用者想試圖觸摸貼圖本體，摸到的仍然是一個不具有摩擦性、光滑、扁平化的「玻璃介面」；貼圖也無黏性可言，因此更不會有貼紙常見的「背膠」。貼圖缺乏貼紙所具有的物理性特質，包含：正反面、材質、黏性，但貼圖仍然被稱作是“stickers”。貼圖當然仍舊是一張圖像，並且具有一定的「身體」，然而並非上述所稱之物理性。而是以一種更新、修改過的形式於現代資訊技術運行，也就是貼圖在螢幕上顯示出的圖像性的身體，並且通常乘載許多媒介元素，像是聲音、動態等特效，所組合而成的虛擬性的身體。如此貼圖這項技術仍然是有一個虛擬的身體能夠於數位環境中現身。貼圖終究不是真的在「貼」，那人們是如何「貼」貼圖的呢？

人們首先是進入 LINE 任一聊天視窗，在介面底層的文字輸入處可以看到一個笑臉按鍵，點擊後就會出現使用者所擁有的貼圖／表情貼清單，裡頭陳列著使用者過去曾經購買、下載及官方免費安裝的貼圖。使用者可點擊貼圖選單，透過手指於螢幕上下滑動，即可查看並且預覽貼圖的內容；左右滑動可以選擇不同貼圖款式；在選單中也有一個「時鐘」的圖標，可以看到自己近期所使用的貼圖，這裡系統記錄著使用者這段時間以來最常使用的幾款貼圖；而若想迅速查找貼圖，使用者也可直接於「搜尋」欄位輸入指定的主題或關鍵字，如：開心、新年、游泳等，便可搜尋到相關貼圖。這些由不同貼圖所建立起的清單彷彿是個大型的「資料庫」。

來到最後一步，貼圖在「貼」的瞬間，即是透過使用者的手指點擊、預覽、送出，而貼圖會即刻出現在聊天視窗上，此時便完成操作，成功執行貼圖功能。這也就說明著，只要打開聊天視窗，就是貼圖「貼」上的目的地。貼圖無法「貼」到視窗以外的地方，唯一目標物就是任一個聊天視窗；就連貼圖「出現」的位置都是固定的，無法隨意更動。貼圖不像貼紙會實體覆蓋於某處，也因此貼圖並不會覆蓋於訊息文字之上，而是以單獨一張圖像「獨立」出現，來「貼」到對話框中，與文字、語音訊息、照片、影片等多其他媒材區隔。不像貼紙使用後，在原

先的離型紙上便空一個位置，貼圖「貼」上聊天室後，在資料庫的該款貼圖並不會消失不見。反之，貼圖在對話框裡像是個分身或是角色般「在場」(presence)於聊天視窗。這裡使用「在場」二字的意涵在於，意圖將其與貼紙的功能區隔。上文有談及貼紙主要作為裝飾、標示等具有「覆蓋」性意涵的作用；然而貼圖並非如此，其並不「覆蓋」於誰之上；更精準地來說，貼圖像是以「在場」的身份，佔據著聊天視窗的畫面，像是釘選在佈告欄的感覺，告訴使用者或對話方「我在這裡」、「我在場喔」，成為一種「在場的證明」。尤其當我們無法即時回覆或讀取訊息時，貼圖就成為一個很大的幫手。不僅彌補文字所無法傳遞的非語言線索，更是以這樣的「在場」來滿足雙方的期待，期待以更為親近、靠近的方式，彷彿貼圖代替使用者，就在對話方身邊替使用者講話。

在聊天室的操作情境中，隨著訊息的傳遞，聊天介面會不斷向上滾動，直至使用聊天室介面最下方出現的是最新訊息（或貼圖），方便使用者查看。而幾秒鐘或幾分鐘前所傳遞的貼圖，則是跟隨聊天界面的滾動，慢慢地向上滾動，直至使用者暫時在手機螢幕中「看不見」（消散）了。但其實它並沒有不見，而是礙於手機螢幕大小，限制住了系統能夠顯示的內容多寡。若使用者欲查找先前的訊息，只要在觸控螢幕上向下滑，藉以滾動聊天視窗，又即可看到方才的內容，包括文字與貼圖。這也就是 LINE 系統一直引以為傲的「聊天記錄」。將使用者的對話內容一五一十地儲存為聊天記錄，包含貼圖的使用。讓使用者在未來翻閱、回憶時，不會僅剩下無從得知情緒的文字，而是透過貼圖的「在場」，快速拉回當時的溝通情境，並透過貼圖所乘載的種種媒介元素，幫助使用者喚起身體感，製造一種更為真實的「你在我身旁」的感受。

比較「貼」貼紙與「貼」貼圖，兩者的共通點在於皆是透過手指活動來產生經驗，前者涉及使用多種實際物體的複雜身體經驗，後者以則以平面上單一化的點擊操作為主。特別之處在於，貼貼紙是改變物件狀況（置換位置），並且會留下痕跡；然而貼貼圖是直接改變內容物件，在聊天視窗中從無到有地出現，而且看起來似乎是不會留下痕跡。

第二節 手機的身體

貼圖要具身，第一步必須先讓「手機」具身。本節中將以現象學式的厚描處理手機的身體到手機具身，以及貼圖使用介面的操作。智慧型手機，一個長形、具有一定厚度的可攜式硬體機器，幫助使用者進行通訊及完成接收、傳遞資訊等功能；高容量與傳輸效率的網路，則使手機能夠顯示畫質較佳的圖像與動畫。若手機隨時連網，也就表示人同時是隨時連網、處在連結之中的，於是任何一個網路上的推播的消息都能直達人本身，並對人產生影響、造成打擾。正是在這種普遍的注意力分散的情況下，圖片成了網路上最受歡迎的內容之一（數位時代，2013）。從上述也就意味著，使用者可以隨時隨地傳遞貼圖、接收貼圖。而貼貼圖時，使用者最直接接觸到的即是手機螢幕。手機乘載的螢幕大小通常考量到一般使用者的手掌大小、眼睛適應度、攜帶方便性，以及使用過程中整體的體驗性等，製造商會搭載不同的螢幕尺寸選擇，如 6.8 吋、6.7 吋和 5.4 吋等。越大的手機搭載越大的螢幕，使用者能獲得較佳的視覺體驗；而較小的螢幕與手機，使用者較容易單手拿握、操作，適手性佳。

壹、「貼」貼圖的具身：先手機，後貼圖

貼圖要具身，第一步，先從「手機」具身出發。技術之所以具身是來自於操作過程，因此我們必須詳盡地回顧使用者是怎麼在「手機」上操作貼圖，讓手機成為身體的一部分的。手機最大體積約與人體手掌差不多，而為了方便性，手機的尺寸通常以單一手掌大小為限，因為單手持握最好操作。也就是說，手機的身體會設計成特定幾款尺寸，便是因為將使用者的手納入設計考量，以方便給使用者操作。而使用者手持手機操作有幾個可能性，一種是單手持握，單拇指操作；

一種是單手持握，另一隻手的食指操作；也有可能是雙手持握，雙拇指操作。依照個人喜好及手機尺寸，在手機上操作貼圖的方式也因人而異。不過，通常當手機與個人手掌差不多大時，使用者是最容易操作的，無論是單手或雙手皆能快速點擊滑動，故操作性佳且較為快速，手機也更容易具身；反之，若本身螢幕較大，則不利於單姆指操作的使用者，因為可能將難以按到靠近螢幕兩側直行排序的貼圖。以筆者為例，因我的手掌較小，當我使用右手拿著較大台的手機，右手拇指總是難以點擊位於使用介面最左側那排的貼圖，更是難以碰觸到左上角的「貼圖／表情貼」切換鈕，此時便需要使用左手的拇指或食指來輔助。加上受限於手機尺寸大小，螢幕所能顯示的貼圖也有所限制。系統顯示一列為四張貼圖，左手因靠近位於左邊一、二直行貼圖可以迅速點擊，同理右手拇指可負責點擊右邊第一、二行貼圖。

手的大小決定手機的尺寸，進而影響使用者的身體進行操作。這也就意味著身體的可用性決定了使用者在技術環節中可以進行選擇。在數位科技日益盛行的影響下，社會上也曾出現「拇指族」(the thumb generation)的稱呼。這個族群在狹小的手機鍵盤上快速地操作，拇指在鍵盤的按鈕間靈活地遊離，而喜歡玩手機的人就成了拇指一族，拇指文化似乎也在一夜之間成為一種時尚(葉玫君, 2004)。當時這個稱呼最早起源於 1980 年代的日本，同時也是任天堂推出家用電視遊樂器的時期。Plant(2002)於研究中發現，為了滿足手機帶來的新的身體和心理需求，人們在日常行為中引入了新的姿勢、手勢和身體動作，改變了身體、手指、拇指、手和眼睛的使用方式。這些用戶不僅手指甚至雙手都靈活、靈巧，而且通常非常熟練，他們在快速輸入時幾乎不需要看所使用的鍵盤，而拇指只是施加壓力，並非實際敲擊手機。Plant 也觀察到，拇指族在其他日常生活中也本能地使用拇指來代替平時人們慣用的食指來操作，例如：指物(pointing)、扳開珠寶首飾的扣夾、以及按門鈴等。在科技技術的規則之下，顯然拇指得到了更多的鍛煉。

如此看來，在操作貼圖的過程中，使用者的身體同樣也是與手機不斷產生互動與調配，而使用者也需要適應操作介面、分配手掌手指等身體部位的工作，直

至熟悉成直覺性的反射動作才不會手忙腳亂。當手機的身體將使用者的手掌大小納入設計環節，而使用者的身體也被技術所掌握時，方能實踐「貼」貼圖的技術。

Ihde(1990)認為，人與技術的關係總是雙向的：我在使用技術的同時，技術也在使用我。同樣地，我在適應技術的同時，技術也在適應我。過去也有關於手機使用的研究，針對使用者在不同尺寸的觸控式螢幕（3.2 吋、4.7 吋和 7 吋）上的操作來探討移動的時間與點擊的精準度問題。同樣地，每個人在一個個不具備太多的摩擦力的玻璃介面上操作貼圖，又以不同螢幕所限制貼圖顯示數量和大小，使得使用者的任何操作都必須講求精準。也就是說，他們的手指需要具備足夠的靈巧性，才可以任意在使用介面進行上述這些滑動、點擊。尤其貼圖介面中最上排的頁籤分類欄位較小，更容易因為滑太快而錯過或是點錯。就像有時候會出現當我們文字尚未輸入完全，卻不小心直接點擊到「傳送」，訊息就逕自送出了，諸如此類的「誤傳」、「打太快」的情況層出不窮。由此可見，在如此光滑、越是沒有摩擦力的螢幕上，貼圖越是需要經過精細的設計，宛如整個介面都「寸土寸金」，貼圖對於使用者的身體技術也有越高的要求，顯示著使用者所有的操作行為也都是在系統的設定與掌握之中。循此，貼圖的技術無論是在介面設計還是空間掌握都涉及精細的設計，並且再再要求使用者精準的操控。我們可以預見因為老化導致手指不夠靈巧或視覺逐漸退化的長者在使用貼圖時，常常出現不小心按錯，或是傳遞貼圖的速度緩慢遠不及身為數位原住民的年輕人的情況。因此，貼圖能否在使用者手中從順利操作到具身，是使用者的身體與貼圖這個技術物不斷調配適應的結果。

談到限制，同樣地，因為受限於螢幕的尺寸大小，加上為了使每張貼圖都能夠完整呈現，畫面不被裁切或遮蔽而 fit 住螢幕的尺寸裡，在手機和電腦版兩者的使用者介面中，其所顯示出的貼圖數量就有所不同。在手機上，點擊介面後系統所顯示出的貼圖數量都是以一列 4 個，共三列；在電腦版則是一列 3 個，共三列。當整組貼圖的張數多過於螢幕可顯示的總數量（手機介面一次顯示 12 張貼圖；電腦介面一次顯示 9 張貼圖），使用者即可往上滑以查閱後面的內容。

明明手機螢幕較小，卻一口氣塞進 4 個貼圖，電腦螢幕較大，卻只放了 3 個貼圖，手機上所顯示的貼圖數量竟比電腦還多，似乎有別於一般使用者介面的設計邏輯；加上貼圖的介面也不像一般網頁可以放大、縮小畫面，因為等比縮放有可能會讓貼圖變形，那在手機上操作貼圖的使用者會不會不易查看貼圖或看不清楚細節？LINE 因此巧妙地設計了一個「預覽」貼圖的功能，此功能只有在 LINE APP 出現。所謂「預覽」，就是使用者在點擊貼圖的當下，並不會立刻送出貼圖，而是系統會讓使用者先在螢幕中看到「放大版」貼圖，在使用者確實查看並且確認後，再次點擊貼圖即可送出，以避免產生「看錯」、「誤傳」的狀況。這項功能就有點類似於貼貼紙時，使用者往往也會再三確認貼紙的款式或內容，才會進行黏貼覆蓋。同理，在真正將貼圖傳遞出去前，使用者也會經歷這段再三「確認」的身體行為才會送出。不過，雖然這項預覽功能是系統預先開啟的，使用者若覺得多餘或不必要也可以至設定中關閉。

綜觀來看，在貼圖具身的過程中，都必須是手機先具身，而手機的身體就是為使用者所設計的。也就是說，因為手機的身體在被設計時就已經將使用者的手考慮進去，所以連帶影響貼圖這項技術成其所是。又當使用者的手已經充分熟悉手機的持握、掌握使用介面的操作，並且將手機視為是身體的一部分或手指的延伸時，才可能自然而然地將貼圖具身成為可能。因此，使用者的手，也就是手掌的大小限制手機的規格，手機的體積框架螢幕尺寸，螢幕尺寸框架使用介面，使用介面限制使用者的手指（與身體）的操作。技術一層一層地限定了使用者身體的操作，並且一次次講求精準的點擊與滑動。「用具必與其他用具構成整體」，如此看來在操作貼圖的同時涉及手機的身體、使用者的身體、貼圖的身體，並且使用者需要先使手機具身，才能使貼圖具身。

貳、手機的身體與使用介面

早期與現代的手機除了在螢幕類型與是否有實體按鍵有所差異之外，最大的

不同體現於介面上資訊呈現的方式。前者因為是實體的按鍵，螢幕上的每個按鈕都有其對應的按鍵。對使用者來說，螢幕上所顯示的虛擬按鈕，都能夠在實體的手機按鍵中找到相對的位置，因此在介面設計上相對單純。反之，後者以觸控式螢幕為主，是虛擬的操作介面。平面觸摸屏佔據手機螢幕的主導地位，虛擬鍵盤成為輸入的主流，甚至是唯一方式。這樣的螢幕允許介面呈現較多的按鈕，工程師在編排時可以同時將許多按鈕設計在同個介面上，並且考量使用者是否方便手指點擊、操作。由於觸控式螢幕憑藉的是使用者透過手指直接在虛擬介面上操作，所以它不會被實體操作介面（按鍵）的規則給侷限住。這使得觸控式螢幕的使用者介面在呈現資訊上，比傳統的、實體按鍵的手機更有彈性（王彞中，2018）。不同尺寸的手機，螢幕所能顯示的資訊量也會有所差異。礙於螢幕尺寸有限，並且為了方便使用者讀取資訊還有點擊操作，使用者介面會根據不同手機螢幕調整成多樣化的版本，讓使用者在操作流程更為簡單、快速、直覺、精準。因此不太可能在手機上，或是觸控螢幕的裝置上，設計一個複雜、不易操作的選單或按鈕。而貼圖的呈現則礙於移動式通訊硬體的既定大小而有所限制。因官方有明確規定貼圖呈現的尺寸大小，所以在使用者介面上，手機 APP 跟電腦 Windows 的版本在呈現資訊的方式也有所差異。手機通常是垂直的，螢幕比較長，呈現長方形，使用者通常是以垂直的方式操作；電腦螢幕是水平的，螢幕比較寬，故兩者對於使用介面就有一些地方不同，造就不一樣的排版和呈現方式。

參、離型紙般的使用介面

在手機中，貼圖的使用者介面僅會佔據螢幕中不到一半的範圍，也就是剛好覆蓋住原本輸入鍵盤的位置。這也就說明著，使用者是無法同時打字、同時瀏覽貼圖介面，頂多能看見系統給你的「推薦貼圖」（下文會詳細說明）。而電腦上的貼圖介面，則是另起獨立的視窗，讓使用者就像在瀏覽網頁一樣，能更直覺性地查看貼圖。一般來說，使用者在手機上查看 LINE 貼圖，是以「直立」的方式在

看，因此「瀏覽」貼圖的內容通常是以「上下」滑動為主；而「選取」貼圖的款式則是「左右」切換至不同的小分頁，以查看不同的貼圖款式。貼圖的使用者介面入口仍在文字框之中，也就是位於文字框右側的笑臉表情。當點擊進入貼圖的此介面時，貼圖所顯示的方式會如 flow 般線型流動出來，由左至右、由上至下，依序顯示，每一張貼圖都有自己最小且固定的尺寸，加上都是獨立出現，因此各張貼圖之間都會有間隙，不會有任何重疊覆蓋的情況出現。

而貼圖的使用者介面，在 LINE 的系統中扮演著宛如一個「貼圖資料庫」功能，收藏著使用者過去曾經購買、下載、與系統贈送的免費貼圖。而這樣的介面，其實就非常類似於一般貼紙所常見的「離型紙」的存在，同樣都是作為承載圖像的「紙張」。只不過在數位的世界裡，這張「離型紙」並不是真的紙張，而是轉化為虛擬的「使用者介面」，並且就附著於與使用者身體最靠近的位置——手機螢幕上。對於大部分的人來說，貼貼紙的經驗應該是非常普遍且熟悉的，這也許就說明著，為什麼貼圖的使用介面被設計成一個以白色為底的圖像選單，而不是更為複雜或更加簡化如下拉式選單。而是透過讓圖像直接呈現於螢幕之上，讓使用者直接地看見圖像本身，並且在手指滑動下完全一覽無遺，使得手機螢幕、整個介面，就像是一張存在於手機虛擬世界中「數位化的離型紙」，當使用者的手握持著手機並且專注在承載諸多貼圖的使用介面時，其實就是在模擬一般人在貼貼紙的同時手拿著離型紙的概念。因為此使用介面的存在與扁平化、一覽無遺的設計，某種程度上，使用者便能感覺彷彿手拿著離型紙並且將圖樣「貼」到了聊天視窗中。上文也有說到貼貼紙的過程中，我們總是在一大張離型紙上反覆查看有哪些貼紙，最後選擇、撕下、貼上。同樣地，貼貼圖的過程裡，使用者也總是會在使用介面裡上下左右反覆瀏覽、最後才決定某款貼圖。從上可見，使用者在貼貼紙與貼貼圖中，「查看瀏覽」及「手持離型紙／手機」的經驗是非常類似的。循此，或許這也就說明著目前系統設計貼圖使用介面的存在，其實就宛如現實生活中的離型紙。言下之意，必須有該「數位化的離型紙」，也就是使用介面的存在，更能讓使用者親身感覺自己是在「貼」貼圖。

貼紙經過撕下貼到他處之後，便於原先的離型紙上空下該貼紙的位置。不過，當貼圖「貼」上聊天室後，這個「離型紙」上並不會出現空白或留下空位，也就是說，使用者介面中的該款貼圖並不會直接消失不見或是完全換了位置，而是「現身」在螢幕上，成為一張可能帶有動態、音效的圖樣。而且，貼圖總是從使用者的螢幕右方，從下往上、從使用者介面往對話視窗「跳出」，並且總是在這個位置。由此可見，貼圖能夠「出現」、「現身」的位置，總是固定的，聊天視窗中不可能會散佈錯亂著、交疊著的貼圖，貼圖也不會在視窗中四處「亂飛」，它只會在固定的位置上。即便是帶有特效的貼圖，也只能在其「固定」下的位置盡情「揮灑」；儘管是滿版螢幕的貼圖，系統也有相關規定限制其所能放大的最大範圍。其實，就連使用者的對話位置都是設定好的：使用者作為發話者，固定會出現在螢幕右側；而談話方作為接收者，會出現在螢幕左側。在 LINE 技術給定的聊天空間之下，無論是使用者、對話方、還是貼圖本身，都已經被系統給定一個「空間」，總是只能在這裡行動，不會像貼貼紙時能依使用者的意願自行或隨意決定欲覆蓋之目的地。某程度來說，技術已經給定且限制了使用者能夠操作的空間。其實就連介面也是，讓我們站遠一點到俯瞰位置來看貼圖的使用介面。雖然貼圖本身並不具備物理實體的表面及離型紙，但貼圖使用介面的作用其實就如同貼紙的「離型紙」，只是經過數位化成為一個平面的介面並且附著於螢幕與手機上。一般附著於離型紙上的貼紙是如何排序的也是有經過巧思設計，以保證每張貼紙不會覆蓋到彼此，有些甚至是不規則形狀，充分利用離型紙上的每個空間。無論是 LINE 的使用介面，還是乘載貼圖的資料庫介面，如上所述，都是經過工程師縝密的思考與精細設計，每張貼圖、每個頁籤、每個按鈕都有固定的尺寸、整齊劃一，並且在其位置上各司其職。換句話說，使用者介面就是數位化的離型紙，乘載於聊天介面和手機本身，並且陷入在背景中呈現半透明狀態暗示著「貼」的行為。如此，即便使用者並沒有進行任何「貼」貼紙的行為，卻仍能感覺到自己握著這張離型紙，並且將貼圖從使用介面「貼」至聊天視窗。

第三節 使用者的身體

使用者的身體在手機具身之後，貼圖才會具身。本節將以現象學式的厚描處理使用者的身體使貼圖具身的過程，以 Ihde 體現關係的觀點詮釋具身之後產生的轉化作用，來討論使用者的身體對「貼」了更靠近以及「黏貼」的痕跡所產生的感知。貼圖，對現在早已熟悉習慣使用的我們來說，充其量只是個在光滑無摩擦力的玻璃介面上，點擊、滑動、送出，再簡單不過的「手指運動」，通常只是發生在一個瞬間。以往需要打字來表達的內容，現在點一下貼圖就能做到，在沒有意識到之前就已經秒發出去，這過程甚至不到一秒就完成了。以目前的技術來看，許多手機的確都有內建「觸覺回饋觸控」功能，可以提供觸摸阻力，讓使用者感覺好像實際在移動物理物件。即便如此，使用者貼貼圖時，似乎不會有太多身體感受。所以在貼圖的使用當下，人們應該總是忘記自己身體存在的。那貼圖是如何喚起我們的身體感呢？這節將會一一拆解貼圖的使用流程中，使用者操作貼圖時的身體行為及想法動機。

壹、體現關係下的貼圖與身體：貼圖成為「我」

本研究主張，「貼」貼圖是一項身體技術。貼紙和貼圖同樣都是關於身體的技術，差異在於兩者涉及的身體部位以及技術的使用環境的不同，體現出不同的複雜程度。貼貼紙是關於身體如何連帶著手臂，透過手指撕下、眼睛進行瞄準、目測貼紙與目標物的距離，然後將貼紙對準貼齊目標物等。貼貼紙會需要使用者運用雙手拇指、食指及指甲，以「摳」的方式將貼紙與離型紙分離，才能進行黏貼。使用者在貼貼紙時往往也具備一定的技巧，例如：要盡量避免接觸貼紙的背

膠，以免降低貼紙黏性導致無法附著牢固；也可以先從貼紙接觸面積最小的地方接觸目標物，再慢慢將整張貼紙黏貼在目標物上，會更容易操作；而當貼紙較大、不易黏取時，使用者也可以使用扁平的工具，像是直尺輔助，以避免在黏貼的過程中，使貼紙與目標物中間產生間隙或氣泡。綜觀整個貼貼紙的過程，使用者與實體的貼紙和實體的目標物總是進行密切互動的，涉及從身體、手臂、手指、到貼紙、最後是目標物，有時更需要借助第三方的工具輔助才得以完成。

而雖然貼圖為虛擬的數位產物並且存在於資訊系統，看似與「身體」距離遙遠，然而其實不然。使用貼圖時，身體總是「涉入」的。貼圖的確存在於數位場域，但在真實世界的我們持續透過手握著手機操作，手是身體的一部分。此時，使用者的身體、手臂、手掌、手指、手機成為連續的一體，眼睛必須專注查看，同時腦袋也停不下來必須不斷思考與詮釋貼圖意涵，才得以作出最終選擇——送出貼圖。在這個空間配置下各個身體部位及技術各司其職，並且涉及到許多不同的技巧以及細節操作。由於我們太過習慣貼圖操作，但看似簡單的行為背後，隱含一層層技術的「具身」(embodied)：手機這項媒介首先作為身體的延伸，下一步貼圖才得以「具身」。以 Ihde 的話來說，手機在貼圖的使用過程中具備一定程度的「透明性」，才能使手機具身，並且更進一步使得貼圖能夠具身。又以技術實作之完成所涉及的根本方法是「體現關係」與「詮釋關係」，我們必須先深究這項只存在於手機上的貼圖技術是如何「具身」，才能知道此技術為使用者體現出什麼關係。因此，本研究主張「貼」貼圖為一項身體技術。

承接上一節在手機具身之後，我們接續進入操作貼圖使用介面時會發生的身體行為。不像傳遞文字訊息是非常直覺性的，使用者只要在對話框輸入完文字後，就可以直接點擊一旁的「湛藍色」箭頭按鈕送出。想要貼貼圖，使用者必須先找到位於文字輸入框的右側，有個「淺灰色」的笑臉表情符號，點擊進去才得以進入「貼圖／表情貼」的使用介面。之所以將兩個按鈕的顏色特別標記出來的原因在於，就視覺上來說，介面上的「湛藍色」箭頭按鈕(send)是更顯而易見、更直覺性的，而傳遞貼圖，則是需要多一道手續，也就是必須先注意到有個「淺灰色」

的笑臉表情符號，點擊進去才得以查找。不僅如此，在貼圖介面中找尋想要的貼圖也不是如此容易。首先，使用者必須自己切換要使用「貼圖」還是「表情貼」。此切換按鈕是同一個，就如實體的開／關按鈕，位於貼圖介面中最左上角的位置。當點擊出現的是「人臉」時，代表介面所顯示的是貼圖；反之，若出現的是「熊臉」，則是表情貼。接著，無論是切換至何者，使用者都必須「滑」，滑到他找到需要的貼圖為止。他的手指在介面上下或是左右滑動來點擊和挑選，必須既快速滑找又小心翼翼；眼球必須跟隨手指滑動連帶著畫面滾動的方向與切換的位置，不停瀏覽查看貼圖內容。使用者在切換貼圖頁籤時的操作更具難易度，要稍微放慢速度，手指放在小小的頁籤列往左往右滑動，一頁一頁點擊進去慢慢查找。為什麼要「放慢」？因為當滑動或點擊速度太快的話，便有可能會「點錯」或錯過想找的那款貼圖。此時，使用者的腦袋也無法停下思考，手指邊點擊頁籤，眼睛同時看著貼圖內容，邊思考著剛剛傳遞出去的那句話，適合搭配哪張貼圖、哪個情境、要產生什麼效果、如何產生更好的效果。換句話說，使用者必須手指一邊滑動使貼圖技術具身，同時一邊感知貼圖並且詮釋貼圖的意涵。很多時候使用者更會不停地切換於不同頁籤，因為難以抉擇要使用哪款貼圖，又是其中的哪一個，有時也會有太多選擇以致於無法選擇或疲於選擇的情況。因此反覆查看、切換、滑動、再查看，都是在使用者貼貼圖過程中頻繁出現的行為。

在經歷一連串從挑選貼圖款式到瀏覽貼圖內容，手眼雙重協調、腦袋同步行動後，使用者才能進到關鍵一步——「貼」貼圖。而光是「貼」圖，使用者也能有不同的傳送方式。第一種作法，是點擊貼圖後，立刻按下文字輸入框旁邊「湛藍色」箭頭按鈕的傳送(send)，即可送出貼圖；第二種是先點擊後預覽，使用介面上會放大指定貼圖，並且半覆蓋住聊天視窗，以方便使用者確認，接著一樣是按下傳送；更熟稔貼圖的使用者，則是已經充分掌握貼圖的使用技巧，只要在欲發送的貼圖上，快速點擊兩次，即可完成傳送。在智慧型手機還不普及的年代，透過滑鼠點擊兩次即是使用者要電腦執行特定行為；而在目前市面上的手機中，手指輕點螢幕兩次也可以做到喚起手機。從這裡可以推測，快速點擊兩次貼圖即可

傳遞出去的這項行為的意義，也許早已存在於數位的技術操作脈絡之中。

最後一步，貼圖具身。Ihde(1990)說技術具身時，技術總是與我自己重合。也就是說，使用者在使用技術的當下會希望技術「成為我」，扮演著「准我」的角色。在這樣的狀態下，透過技術的中介與體現，才讓延伸感知及建立經驗成為可能（曹家榮，2013）。我們可以進一步想像一下，假設我們現在很投入於 LINE 的聊天室中，專注地查找貼圖、以貼圖回覆他人、並期待收到來自對方的無論是貼圖也好、文字也罷，我們總是希望能找到與當下自己的心情或心境最符合的、最能表現出我的感受或是展現個人個性的貼圖。此時，我們迫切地希望貼圖能夠「成為我」，代表我於虛擬的聊天室中在場，貼圖是我讓我表達想傳達的訊息或情緒。不管是搞怪的、有趣的、看起來平易近人的，都希望貼圖能夠與自己產生一定程度的重合度或相似度。當重合度或相似度愈高時，愈能感覺自己與貼圖是親近的，藉此才能更真實的、真切的表達我心目中真正的感受。更重要的是，必須讓對方「感受」到「我的感受」。像是，如果筆者想向對方表達自己的謝意，我可以根據不同的感謝程度，選擇一個最像自己、最符合當時情境的。當需要感謝對方幫我一個大忙，我可以用較為誇張的下跪的動態貼圖來告訴對方：我真的萬分感謝你；如果只是小事可以簡單用一個鞠躬或是靜態的貼圖即可。在貼圖的中介下，我才能夠將自己的感知延伸至聊天室讓對方感知，然後在虛擬的聊天室中建立互動、產生經驗。從這裡就說明著，在使用貼圖的過程中，是將貼圖具身、納入自身，讓貼圖「成為我」，因此能夠被視為身體及情緒的延伸，也就是貼圖成為身體的想像延伸或體現。

我們可以從上述對於操作貼圖的描繪中注意到，技術物是一步步具身，乃至於建立起一個整體、一個體現空間。Heidegger(1977)認為，用具會圍繞著其他用具形成網絡，如：錘與釘、紙與筆。「貼」貼圖時，使用者藉著雙手或單手持握著手機，手機與身體的通常不會隔著太遠的距離，並且用手指點擊螢幕來「貼」貼圖。而手指與螢幕的距離很近，維持不到一釐米的距離才能方便又快速操作。也就說明著，手指幾乎是「黏」在手機螢幕上「貼」貼圖的。再加上，「貼」的

動作非常簡單迅速，撇除「貼」之前的瀏覽與查找，「貼」圖的當下是點擊即立刻送出，不到一秒的時間貼圖就於聊天視窗「在場」。此時，手機彷彿成為半透明的媒介物，成為宛如「透明的」離型紙存在，亦或者我們更像是自然而然地將手機視為手指的延伸或是身體的一部分，陷入形成操作的「背景」之中，反而更加凸顯貼圖的存在及其存在的意義，還有使用介面的特性，因為我們往往專注在貼圖，以及貼圖的使用介面上。循此，從使用者的手機大小、手掌持握、手指操作、使用介面、到貼圖的操作，技術一步步具身，並在具身過程中轉為 Ihde(1990)所稱的透明性。由於整個貼貼圖的過程都沒有留下太多停頓與間隙，而是完整的一體，故能建立起一個「貼」貼圖的使用網絡。在 Ihde 的體現關係的意義下，使用者與貼圖的互動本身即稱張起體現空間。

雖然說使用者在點擊貼圖的瞬間，不會有強烈的、具存在感觸感回饋，也不會有摩擦的阻力，更不會感知到螢幕底下正在快速進行一連串的資訊交換。我們感受到最多的，無非是光滑的螢幕表面。如此的接觸的感受好像僅停留於手指與螢幕這兩者介面(interface)間發生碰觸的那一個當下。然而從上述的討論中可以看出身體是如何參與「貼」貼圖，即便只是一個簡單「貼」貼圖的技術操作，也牽涉著各個身體部位的參與，包括：手掌、手指、眼睛、頭腦，甚至是整個肩頸部位到上半身都一起涉入的。就連貼圖從「貼」到「在場」也牽涉不同技術一步步具身。因此，貼貼圖的技術從不只有手指，也不止於手指。

如果我們再繼續追問，貼圖作為數位技術，在具身後能夠影響使用者的感知嗎？貼圖不像貼貼紙，沒有貼紙背膠的黏性，那何謂「貼」呢？還會有「貼」或是「黏」的感覺嗎？如果有，會是如何存在？貼圖具身之後，為使用者的感知具體帶來什麼樣的影響？

貳、體現關係的轉化作用：從「貼」了更靠近到「黏貼」的痕跡

Ihde(2001)在 *Bodies in Technology* 中指出，技術具身(embodied/disembodied

mode)與否差異來自於涉入程度(*involvement*)。也就是說，端看使用者想像自己的身體(*here-body*)在哪個位置，越是投入，技術越能具身。如同 Heidegger(1977)所言，用具並非擺在哪個空間點上，而是在相互配置的整體中有其位置，而距離遠近的關鍵在於我們的關切。所謂關切活動就是實踐活動。當生活的實踐活動處處是媒介或與媒介有關時，我們所經驗到、感知到的，都大大仰賴於或是受限於媒介的使用（徐生權，2017）。以看電影為例，作為螢幕前的觀眾，或是站在影廳門旁的旁觀者（如：工作人員），他們的身體位置(*here-body*)就有很大的差異，因此電影對他們的感知造成完全不同程度的影響。螢幕前的觀眾往往是被動的、一動也不動的(*motionless*)坐在座位上看著電影畫面，他們必須“*move into*”並且成為“*actor*”，才有可能感覺到自己成為畫面中角色的虛擬身體(*virtual body*)，彷彿自己就是場景裡面中的角色，而角色即是觀眾們的虛擬身體的投射。此時，技術具身產生的效果便顯而易見。另外，站在影廳門旁的工作人員，往往是遠離螢幕或是至少有一定距離的，非全然專注投入電影，他們的 *here-body* 不在螢幕前，更無法將自身投入到畫面中的虛擬身體，此時技術具身產生的效果就不明顯，也有可能技術無法具身。所以說，*here-body* 在什麼位置很重要，將影響我們對於數位空間中延伸出的虛擬身體的感知。

雖然貼圖並不像遊戲或是電影擁有背景或是文本能夠快速讓使用者投射並參與(*engage*)至故事與劇情中，然而這些非同步溝通的訊息因為總能留存於聊天室中，能夠快速將使用者帶回原先討論的主題與內容，具備一定程度的文本與脈絡，讓人快速回到與對方溝通的聊天情境中；加上圖像與文字雖是各自獨立的符號系統，但同樣具備了敘事功能（邱誌勇，2014），可見圖像也能夠作為背景脈絡使人投射於圖像之中。而在貼圖具身所建立起體現空間裡，當我們越是涉入(*involve in*)，我們越能成為貼圖這個 *actor*。也就是說，涉入程度越高、認真投入時，我們才得以 *move into* 這個聊天視窗。在筆者自身的貼圖使用經驗中，當我與對方聊天時越來越熱絡起勁，傳送訊息及貼圖的速度也隨之加快時，已經渾然感覺自身已經處於 LINE 的聊天室中，成為這個空間裡的一員。而誰能夠成為我

在場？便是貼圖本身。貼圖使使用者成為聊天室中的 actor，與他人互動，彷彿聊天室中就是一個真實的空間。我甚至可以隨時切換成不同的角色、使用多元的媒體特效，有充分的掌控權，決定自己以什麼形象與型態在場。雖然事實上貼圖的身體、聊天室的背景，以及種種存在於貼圖技術的操作場景全然只由數位的資訊構成。然而這些資訊，是一種比想像更為真實、比具體實在更易控制的虛擬實在。接下來，我們繼續討論技術具身後將如何影響使用者，首先是貼圖具身後產生「除距」的空間性。

貼圖將如何影響使用者對於空間性的感知？Ihde(2001)在體現關係中說到，身體感知可以透過機器「具身／體現」(embodied)，同時，當技術物具身時，可以根本性地改變一個人的位置、狀態，也包括身體的感知，並且額外創造「轉化作用」，使感知延伸及產生經驗。技術能夠產生這樣的感知是普遍的，以顯微鏡為例：當顯微鏡在使用者身上具身時，彷彿成為使用者的眼睛。而我們感覺到顯微鏡好像將微型物體「放大」，但此物體真的是「變大」了嗎？事實上並沒有。我們說顯微鏡使物體「變大」是只有當我們使用肉眼透過顯微鏡中介的關係才是如此。用現象學的話來說，改變的是「距離的感覺」和對視覺對象的「切近感」(closeness)。該微型物體從來沒有變大或變小，但是從一部分虛構的身體感覺上來說，我離這個物體「更近」了，是顯微鏡「轉化」了我當作是我的「真實的」或肉身的空間，這是一種技術中介所帶來的「轉化」。有賴於一個更有效的顯微鏡來觀察物體，就能獲得更大的放大率，看到的物體也變得更近、更詳細了；同時我的身體相對於物體的位置也被置於一種準切近性的更強烈的感覺之中。因此，技術具身時所創造出來的距離是一種類似距離(near-distance)。不過隨著我們將技術具身在熟悉的行動上，我們很容易「忘記」這點。

LINE 作為即時通訊軟體，其所具備的技術特質「即時性」最想克服的不外乎是使用者對於距離的「感知」。當訊息的傳遞與接收愈是加速、愈即時，愈能夠給予使用者一種與對方距離縮短的感覺。然而真實的物理距離從來未縮短，只是因為藉由技術中介讓使用者經歷的時間壓縮了，進而產生「除距」的感受。然

而，反觀即時通訊軟體總是隱含時間的不確定，常常會有遲於回覆、已讀不回、不讀不回的情況，仍舊讓使用者經驗到「對方不在（我身旁）」的「距離感」。反而，當我們從 Ihde 對於技術具身的角度來看，更能夠理解對使用者來說，之所以能夠感覺到「你在我身旁」的感受，其實是出自於貼圖具身的同時，技術「轉化」了使用者之間的距離，因此創造切近感。如同我們在【貼了更靠近！】廣告中所見，每齣小短劇的主角在收到貼圖時，都能想像到對方就以貼圖的姿態或情緒出現在自己身邊，彷彿收到貼圖的當下，談話的雙方都出現在同個空間在場了。雖然我們無法「親眼」看到遠方不在場他人的表情、無法感受他們的氣息，卻能夠因為貼圖技術的具身與存在，能夠進一步創造「類似距離」(near-distance)，讓我們得以理解對方所欲傳達得情緒、感知他們的神情。LINE 聊天場域裡，即便每個人都是不在的個體，但貼圖的出現使我們「在場」，並且能夠持續與它人「共在」。貼圖作為真實世界的「不在場」，得以召喚 LINE 上的溝通對象「在場」；貼圖作為 LINE 上的「在場」，得以讓身邊「不在場」的他人與自己溝通，進而拉近彼此距離。

貼圖的在場讓使用者感覺「貼」了更靠近。而靠近了，才有可能「黏貼」上去。我們在描述貼紙的使用經驗時，已經很清楚「貼」這個字本身已經暗示著兩個介面，並且預示「黏」性的存在。有趣的是，手機本身是表面平滑不粗糙的，螢幕為玻璃也是光滑的，就連我們在操作時，手指是上「滑」、下「滑」、左「滑」、右「滑」。以手機這個物件來看，本身並無一處有地方能夠沾黏，但我們卻在手機上「貼」貼圖。貼圖不具備實體貼紙所擁有的黏性，就表示貼圖不黏了嗎？還是「黏」能夠在數位環境中轉變為不同的形式呢？如果貼圖能夠「黏」，那是如何「黏」的？另一方面，一般來說貼紙撕下來後將在覆蓋處留下「痕跡」。如果貼圖能夠「黏」，撕下後會留有「痕跡」的可能嗎？如果貼圖能夠產生痕跡，那個痕跡是什麼？從「貼」了更靠近，到黏貼後所留下的痕跡會體現在哪裡？貼圖產生數位化的黏與數位化的痕跡如何可能以及如何存在？

本研究主張，貼圖作為數位化的「貼紙」，在某種程度上它仍然持續在產生

「黏性」，並且能夠留下特定的、使用過後的「痕跡」。而且我們甚至可以稱：使用者是「黏」在貼圖上，貼圖使用的「痕跡」更能進入我們日常對話的結構之中。「黏」是一種身體的感知，所謂的「黏」的物質性，則是進一步讓兩個介面接觸、建立聯繫、以至於牢牢附著，如同我們對於貼紙背膠的感受，黏著物與被黏的物體將難以分離。讓我們站得遠一點看貼圖的使用。首先，「能傳貼圖」這點意味著，使用者的預期中，貼圖在「合理」的狀態下是可以使用的；同理，使用者也認為對方是一定能「收到貼圖」的。人們通常會透過眼睛或是點擊的行為進行確認：(1)手機是有電可以使用的，(2)手機是有聯繫到網路的，才能夠收發訊息及傳貼圖。在網路通訊正常的狀況下，透過手指點進任一朋友或群組的聊天視窗才可以進行「貼」。而「使用貼圖」這點意味著，談話的對方是不在場的，或是使用者與對話方之間一定存在著某種程度上的距離，例如兩人的身體並不同時在場，或是時間上沒有同時在線。所以說，「貼」預設了兩個介面，而「黏」是串起兩個介面、作為兩者之間連結的介質。因此，貼圖則是扮演在 LINE 上溝通的兩個對話方中間作為橋樑的角色，需要透過貼圖讓兩人保持聯繫，而因為貼圖的出現感覺彼此同樣「在場」，從而「黏」在一起。

另外，當使用者選擇使用特定一張貼圖傳遞出去時，他也就同時期待著貼圖所傳遞的意涵應該是簡要明瞭、具直覺性，並且很好「讀懂」，否則傳給對方也可能造成誤解或看不懂。又因為有了貼圖存在，某些特定的「訊息」即可交由貼圖來表達就好，等於使用者將部分的話語權交由貼圖，請貼圖擔任使用者與對話方的中介者。從以上來看，在使用者預設以及期待中，貼圖這項技術為一種能夠與他人「保持聯繫」，並且總是容易解讀、方便傳達，而貼圖又輔以諸多媒介元素，如此活靈活現的樣貌更具娛樂性，這就加倍使用者對貼圖產生依賴性的可能。因為有了貼圖的出現，讓對話變得更加容易理解，隨著長期的使用，使用者進而對貼圖的快速性、方便性與易讀性產生依賴，因而「黏」在貼圖上。尤其當使用者對於貼圖的功能及所處位置逐漸駕輕就熟，便能夠以比輸入文字更快的方式直接以貼圖進行溝通或傳遞意義，甚至是「玩」貼圖，透過貼圖來刷存在感或是作

為數位溝通上一種消遣娛樂的方式。如此，使用者在 LINE 上更是難以離開貼圖，而「黏」著貼圖不放。

最後，「黏」這個動作在本質上同時也是在進行「覆蓋」。就技術而言，貼圖也總是在進行覆蓋。例如，當貼圖傳遞出去時，便覆蓋住聊天背景的一角；當全螢幕貼圖出現時，也會在幾秒鐘內大面積覆蓋於聊天視窗；當使用者將聊天記錄往上滑、畫面像一個捲軸隨之向上滾動時，貼圖也隨著畫面像滑動般進行覆蓋。貼圖實實在在覆蓋著一個位置，儘管並非實體的、物理性的「蓋」在手機或螢幕任一實物，而是在進行一種「不留痕跡」的覆蓋。貼圖傳遞出去時，覆蓋住聊天背景的一角，然而隨著對話進行、螢幕向上滾動，我們仍能看到聊天背景；全螢幕貼圖出現時，其特效也只有維持短短幾秒，之後又變回一般貼圖回到其原本應該在的位置。

綜合來看，貼圖就概念上而言正進行三種層次的「黏」：(1)貼圖「黏」在聊天記錄中，覆蓋於聊天室的一角；(2)貼圖讓聊天室的人「黏」在一起，將兩個介面，也就是兩個不同時在場的人「黏」在一起；(3)使用者本身也「黏」著貼圖、依賴貼圖進行表達，失去貼圖就好像少表達了「什麼」、少一層意涵，或是不知道如何用貼圖以外的方式表達。我們一方面就是活生生地置身於真實空間中，另一方面卻也經由貼圖中介，而得以跨越真實空間與他人聯繫。

LINE 技術賦予貼圖於介面上的「黏」，體現出數位化的貼圖也擁有著身體的「黏性」。如此看來，貼圖仍然在「黏」，只是轉化成虛擬的、數位的形式繼續保有抽象的物質性。貼圖不僅是透過自身的在場將異地的雙方進行連結，做到「貼」了更靠近；還讓使用者對貼圖本身產生依賴性，不斷地想使用貼圖；更是進一步體現在聊天記錄上。當使用者將聊天視窗向下滑，而對話畫面隨之向上滾動時，我們都可以看見先前的文字訊息及貼圖，貼圖會固定於該聊天記錄的位置不會消失。實體貼紙進行黏貼時就是進行覆蓋，然而撕下貼紙卻有可能留下「痕跡」。上文已述及即便貼圖不具備物理性質的黏性，仍在進行一種數位化的「黏」。如此推知，有沒有可能貼圖仍能留下痕跡，不過是以不同的形式呢？

在 LINE 中有個「收回」功能，無論是文字、貼圖、影音、檔案等，都可以在發送後，長按點擊「收回」，此時該則訊息就會消失，並且在聊天視窗中留下「您已收回訊息」一行字樣。若是對方在與自己或多人群組的對話中收回訊息，則會留下「某某某已收回訊息」。如此看來，當我們將貼圖「貼」上聊天視窗後，卻又想要將其「撕」下而按下「收回」時，其實仍會在數位上的紀錄中留下「痕跡」。除此之外，LINE 更具備儲存「聊天紀錄」的功能。使用者點擊進入「設定」中，能夠找到與他人完整對話紀錄，更可以將這份紀錄匯出成文字檔的功能。這裡你也許會想，那先前在對話中傳遞的貼圖、表情貼會留存下來嗎？這個答案是否定的，卻也是肯定的。LINE 對話紀錄輸出的是文字檔，言下之意就是使用者獲得的是一份完全由文字的組成的文件，過去傳遞的多媒體訊息，包括貼圖，都會消失。然而原先使用貼圖或表情貼的「位置」，系統則會留下“sticker”或“emoji”字樣，保留貼圖和表情貼曾經存在的痕跡。成為數位檔案的貼圖，失去自己的身體，不過仍被以符號的形式留存。最後，當我們在操作貼圖的介面時，無論點擊或是滑動，都會被 LINE 的系統所記錄成「數位痕跡」(digital traces)，而實際上這些痕跡就體現在使用介面上每次輸入文字時所跑出來的「貼圖推薦列表」以及 2022 年底推出的新功能「貼圖使用回顧」中，此功能統計使用者最常使用的貼圖，並製作成年度回顧供使用者參考。

綜合來看，使用貼圖所留下的痕跡有三種：(1)當貼圖被收回介面上留下的「收回」字樣；(2)聊天記錄中，貼圖所在位置留下 sticker 或 emoji 字樣；(3)系統默默搜集用戶使用行為所集結而成的數位足跡。在數位環境裡，「痕跡」成為一項電子紀錄，抑或是宛如貼紙的「標籤」功能，告知使用者自己曾經的存在。雖然貼圖不具備貼紙擁有黏性的物理特質，在某程度上卻也能夠於虛擬的環境中留下一種數位化、轉化過的痕跡，尤其是經過「使用者的身體」進行操作之後，包括：收回、任何滑動與點擊，都將留下數位痕跡為系統所記錄。因此，使用者在使用貼圖的過程中，其實總是留下痕跡的。故數位化的貼圖仍繼續保有貼紙 sticker 的特質之一。

從詞源上講，在《From Digital Traces to Algorithmic Projections》(Thierry and Bruno, 2018)提到「痕跡」一詞來自拉丁語“vestigium”，在英語中意為「痕跡」。如果回到古高地德語和德語，trace 被翻譯為“Spur”，它本身也來自“vestigium”，最初的意思是「腳印」。根據該語言的歷史，“Spüren”（感知），即尋找並遵循路徑的行為。Husserl 也指出痕跡具有「指示性」，像是動物的腳印、人的腳印，皆表明有動物和人「來過這裡」，是一種“Anzeichen”「指標」。而在追溯貼紙的用途中也有指出其具有「索引」和「指示」等功能，貼圖又何嘗不是作為情緒的標記。又如在痕跡考古學裡，痕跡被賦予「顯露」(reveal)的特徵，說明：痕跡的存在能夠作為一種對於不在場事物的「揭露」。從這點看來，貼圖具有黏性、會覆蓋、會留下痕跡、痕跡能夠揭露，Heidegger 也說過技術的本質是「揭露」，有沒有可能貼圖本身的存在也在進行某種程度的揭露？如果是，它是如何做到的？以及揭露了什麼呢？這個問題待留到第四節「貼圖圖像的身體」時再來一起討論。最後，Derrida 則認為，痕跡的擦除並不等於「擦除」，痕跡總是會以其他形狀回來，甚至人很可能為痕跡所困擾。就如同使用者在聊天室中不僅可能會因為「收回」這個字樣感到好奇，或是更可能感到困惑與焦慮（對方到底傳了什麼）；除此之外，即使現實生活中無法使用貼圖，我們仍然會在對話中不小心脫口而出「又滴」(XD) 或 “tears of joy” (😂)，顯示出貼圖所留下的痕跡也許不會只出現在「數位環境」，也可能進一步進入到我們的日常對話結構中，由此呼應著 Derrida 對痕跡會以其他方式返回到使用者身上的觀點。在《From Digital Traces to Algorithmic Projections》文中也提出，所有數位足跡留存的目的，本質上皆是拿來用於計算的對象，得知使用者的使用習慣、路徑、頻率、時長等。在不知不覺中，所有貼圖的使用者都被技術所計算著，同樣呼應著 Heidegger 所言現代技術總在隱隱約約中座架使用者的世界的狀況。

從上述來看，顯示貼圖是很「個人」的、與「身體」息息相關的技術，「貼」也不是單純或隨便「貼」上一張圖像，而是多了一層有意識、有目的性地將自身延伸為螢幕上的貼圖圖像的想像，這也就說明貼圖更是使用者的內在及情緒的延

伸。並且體現出不同層次的身體感：第一層空間性，貼圖技術具身時，我們不僅將自己「貼」上該聊天視窗，讓對方感受貼圖就是我們本身，又能夠創造切近感，近一步壓縮了談話者雙方之間的距離感。第二層身體性，我們越來越黏貼圖、黏手機，貼紙的黏性在數位中轉換為對於電子產品等的黏著性和依賴、成為貼圖的重度使用者（一直使用、一直下載、一直玩）；並且允許貼圖在我們的身體上留下痕跡。小結，貼圖在某程度上的確能讓人在身體及感知上產生「黏」性。比起文字，貼圖的在場能夠讓使用者認知到貼圖與對話方想法上的連結，讓雙方產生依賴，因此能夠「貼」了更靠近。儘管這種身體感會因為我們已經太過於熟悉貼圖技術而感到微乎其微，但在技術哲學的討論脈絡下，反而更加凸顯貼圖技術的獨特性以及其如何扮演「除距」的角色，而不單是補足文字不足的工具。



第四節 貼圖的身體

貼圖的身體，在使用者操作貼圖的過程中成為被知覺的對象，貼圖與使用者進入「詮釋關係」與「它異關係」。在這節中，筆者將過去貼圖實證研究的宣稱懸擱，以現象學式的厚描處理貼圖圖像性的身體，以及作為使用者的我，從 Ihde「詮釋關係」與「它異關係」的觀點如何打開對於貼圖的身體進行詮釋。貼紙作為圖像，是實體存在物，其製作與印刷技術有關，可以是規則的圖形，也能是不規則的圖形。貼圖同樣作為圖像，不同的地方在於其同時是數位產品，以「位元」(bit)為存在的形式，而貼紙是以「原子」(atom)存在的。換言之，貼紙的實體存在為它的「易存續性」提供了較大的保證，而貼圖更容易消失，不會留下痕跡，如過期的貼圖（超過存取期限），系統會自動刪除，再也找不回來。LINE 為了統一管理貼圖的使用者介面及儲存系統，所有貼圖的製作都是參考一定準則並且需要經過審核的，才能夠於系統上發行，因此我們使用者於介面中看見的貼圖都是遵守規則，並且整齊、依序地排列著、分類著。

壹、詮釋關係下的貼圖與身體：貼圖「不只是」我

貼圖技術具身的體現空間裡，使用者很清楚自己正拿著手機與他人聊天對話，但在貼貼圖的當下，我們的知覺焦點是貼圖，而不是手機，更不會是螢幕。誠如上節所述，貼貼圖是需要身體涉入的技術，眼睛必須全神灌注地看和找，手指也跟著眼動同時在滑動與點擊，無論是使用者注目的焦點還是手指的游移，都停留在貼圖這個「圖像」之上。就連使用者的情感投射或是貼上該款貼圖所賦予的意義性，都將由貼圖這個圖像來承載。緊接著，在聊天視窗中接收到或看到貼圖的使用者，則是藉由圖像上所呈現的表情與肢體動作的圖像來幫助自己找尋符合自

身狀態的貼圖，或以此來詮釋對方的情緒或語氣。也就是說，在「貼」上貼圖的瞬間之前，使用者在查找及接受到貼圖時，貼圖與使用者的關係同時也逐漸轉向「詮釋關係」。

詮釋關係所實現的轉化是通過「文本」和「所指」之間的「差異」而發生的轉化。所需要的是一組文本清楚的(textually clear)知覺，這種知覺可以「還原」為直接可讀的東西，又以所有詮釋學技術都涉及物質性的連接 (Ihde, 2001)。貼圖作為數位化的產物，仍然有虛擬的身體。使用者能看見體的情緒和肢體動作，如鞠躬、插腰、微笑，加上多數貼圖是擬人化、卡通畫的動物形象，貼圖圖像所乘載的一切符號都很容易被理解和接受，讓人覺察到「身體」的存在。而詮釋關係中，使用者的感知與經驗是透過技術物中介所再現的，必須將「視覺上的定位」及「身體具體的感知」所連結起來。若單純只有文字或符號作為數位環境中唯一的溝通媒介（如早期的第一代與第二代表情符號），將難以令使用者產生具體的身體上的感知。Heidegger (1977) 也說，人的存在乃是一種媒介性或技術性的存在，媒介或者技術參與到人存在的構造中來。因此我如何存在於聊天室是仰賴對方的「詮釋」。就像航海圖是一個需要閱讀與詮釋的「文本」，雖然水手將視覺停留在這份技術物上，但其必須經過一段特殊的詮釋活動，將俯視的位置和附加的、具身的位置聯繫起來，從想像性視角來為船進行空間定位。

貼圖始終擁有自身圖像的身體、擁有媒介效果、擁有自己固定在場的位置。貼圖圖像作為「知覺的對象」，將自身指向了沒有被直接看到的東西，如：對方的表情，貼圖是聊天室中對方的替代物。而就是因為對方（的身體）不在場，才需要貼圖在場，因為只有貼圖才擁有數位上物質性的「身體」，一方面讓使用者順利將自身投射在貼圖圖像上，一方面收到貼圖的使用者也能更快速和容易去詮釋、理解對方所想傳達的訊息（無論是語言或非語言或一個情境），藉著詮釋貼圖的圖像得以感知自己與對方的存在。循此，貼圖在詮釋關係意義下，再一次推進貼圖成為「除距」的角色。借助詮釋學關係，我們彷彿能夠將我們置身於任何可能不在場的情形中來理解 (Ihde, 1990)，為在虛擬聊天室中談話的雙方定位，

彷彿使用者就藉著貼圖的身體在對談。

貳、詮釋關係的轉化作用：動物形象化的貼圖圖像

早期 LINE 官方第一個推出的貼圖的圖像即為 LINE FRIENDS 系列，共十一個以卡通／漫畫為畫風的角色。這些角色是根據動畫劇集製作，先有平面圖樣，近年轉變為動畫形式。每個角色擁有獨立的個性與特色，根據日常對話與情境，設計出相對應的表情與肢體動作。這些貼圖強調角色面部表情和動作細節，當然也可能是呈現一個道具或情境，但無論何者，通常都是使用者直觀可辨認出的狀態，具備清晰的意涵。在漫畫的「物件」上，當描繪得越是仔細、逼真、充滿細節，越容易讓讀者感覺到這個物件真實的重量、質地，還有多重的物理感受 (McCloud, 1993)。動畫中也不斷出現角色們使用智慧型手機傳網路訊息、並強調人與人之間「溝通」的重要性，作為聯繫親友之間的情感的訊息。

而在所有原創貼圖角色當中又以「動物」的角色佔比最高，共有八個，包括熊 (Brown 熊大、Choco 熊美)、兔子 (Cony 兔兔)、小雞 (Sally 莎莉)、青蛙 (Leonard 雷納德)、貓 (Jessica 潔西卡)、毛毛蟲 (Edward 愛德華)、熊貓 (Pangyo 胖友) 等，只有饅頭人 (Moon)、詹姆士 (James)、部長 (Boss) 為人物圖樣。根據 2022 年 LINE 台灣官方的數據指出，官方貼圖的熱門榜單前五名也都是動物，像是「好想兔」、「白爛貓」、「貓貓蟲-咖波」、迪士尼角色「奇奇與蒂蒂」，以及熊大系列；在十大原創貼圖排名裡，也有七名都是動物，如「白爛貓」、「野生喵喵怪」、「胖鯊魚鯊西米」、「貓貓蟲-咖波」、「鯊茶醬」、「變種吉娃娃」、「87 小兔」等。從上述可見，動物類型的角色在貼圖具有無可比擬的地位。

LINE 選擇使用動物以及卡通作為兩大角色設計元素的原因在於，首先，卡通畫比起線條畫可以在最短的顯示時間內被正確感知 (宮布利希, 1972)；而選擇用「動物」的原因在於，一方面是因為動物的形象廣受各個年齡層的歡迎，也很容易被人們所接受。另一方面是在日本文化中，每個動物代表的形象不同，也產生不同的個性和特徵，能夠賦予 LINE FRIENDS 角色獨特的性格和特徵，使

得這些角色更加有趣和可愛。例如，熊（くま / Kuma）在日本被認為是一種神聖的動物，代表著力量、勇氣和保護；日本民間傳說《金太郎》的主角就是自幼與動物為友，並以熊為座騎，金太郎因擁有無比怪力常為民除妖；而「熊大」(Brown)則被設定為一個性謹慎、溫和、喜歡大自然的角色，就連日本熊本縣也以「熊本熊」作為地區吉祥物。兔子（うさぎ / Usagi）代表著敏捷和幸運；傳說《因幡之白兔》裡白兔為了報答救命恩人大國主神，幫助其與名為八上姬的美人牽緣，因此兔子有了善良、勇氣、結下良緣的象徵；「兔兔」(Cony)被塑造為開朗、活潑、積極的角色。小雞（ひよこ / Hiyoko）通常被視為可愛、活力、幸運的象徵；知名故事《桃太郎》中，主角就是帶著小白狗、小猴子，還有「雉雞」在鬼島上擊退鬼怪；「莎莉」(Sally)則代表著單純、友誼和分享。貓（ねこ / Neko）在日本文化中也被認為是靈性和神聖的動物能夠帶來好運和保護，像我們常見的招財貓就是著名的日本的緣起物(Engimono)。所謂緣起物，就是指被認為能帶來好運、吉祥和幸福的物品或符號，通常與日本的神話、傳說、風俗和信仰有關。也因此在日本的美學和設計中貓被視為一個非常受歡迎的主題。Laura Miller(2010)在〈Japan Zoomorphic Urge〉指出，過去在神話或故事敘事中使用動物角色可以讓聽眾更容易與所討論的情況保持距離，從而允許他們以一種有趣的方式、以較少的阻力觀察和吸取教訓，且使潛在危險或敏感的話題變得安全和可接受。當擬人化的可愛動物角色涉及一定程度的置換，也可以抹去或減少種族、性別、年齡或階級等特徵，從而允許更多觀眾參與進來，並在其中看到自己。如此無論是故事或公共海報中任一動物角色都可能是我們中的任何一個人，無關乎年齡與性別。而不同的動物類型也允許觀眾將自己和朋友視為各種指定的個性特徵。LINE FRIENDS 的設計師希望透過動物形象的元素設計表達出人與人之間的友誼和關懷，不僅象徵溫暖和親密，還能更好地與使用者產生情感聯繫。而使用動物形象也更容易跨越語言和文化的障礙，保有彈性的想像空間。

筆者回顧自身最常使用前五款貼圖，全部都是動物形象，包括：兔子、貓、北極熊、小鳥。粉色造型的兔子給我活潑、充滿活力的感覺；米白色的貓散發優

雅又親切的氣息；純白色的北極熊帶著既純淨又憨厚卻不違和的衝突感；黃白色造型的小鳥看起來軟萌輕巧；企鵝的臉和身體都圓滾滾感覺很柔軟、很無害。從這些卡通式的角色可以發現，貼圖多數具有「漫畫」設計的特性，並且從日本“Kawaii”風格中獲取靈感。Kawaii 風格的特點是著重於可愛、輕鬆、天真、幸福的感覺，通常是使用明亮、柔和、少量的色彩，以及可愛的圖案和造型。尤其以動物為主的貼圖，在設計角色的時候都必須要「擬人」。所謂擬人化角色的創立或是創作筆法，就是人類的角度出發，將動物／事物／商品等，模擬成人形，或是加入與人類相關的關鍵元素進入角色中。雖然貼圖造型以動物為核心，但因為加入類似於人的身體動作、肢體語言、眼神氛圍等，能讓使用者感覺自己與該貼圖角色是親近的，彷彿自己就像該貼圖出現在當下這個聊天視窗中。因此進而產生更大的共情效果，也就是讓人產生共鳴，這也是為什麼這些擬人化的角色能夠喚起使用者的身體感。貼圖角色原本的設計，本來就是模擬人類的行為與身體經驗，貼圖在設計時就已經帶入身體感。設計師 Kan 認為，這樣的貼圖具有世界通用的肢體語言的功能，並期待人們能夠對這些角色能產生情緒上的共鳴（彭郁娜，2014）。

這些角色設計不僅要像「人」，除此之外，還要超過「人」。這類帶有漫畫感的畫風，通常會以誇張化、抽象化的表達方式來呈現角色的肢體動作及情緒態度。例如，一張「捧腹大笑」的貼圖，可以畫成一個角色在地板上笑到倒地不起的樣子，即便現實中的我們很少會真正做出如此類似的浮誇反應，但貼圖往往是在反映出使用者心理的想像或嚮往。循此，貼圖雖然在製作時理性上須遵守系統規範，感性上卻並非理智的，因為這些情緒和肢體語言往往會更加倍放大、誇張化。另外，從使用者的角度出發，有些訊息適合用文字，有些適合用語音，有些適合用動畫，有些適合用有特定含義的貼圖。為了滿足這些個性化的溝通需求，貼圖也不斷加入更多的媒介元素進入，讓原先靜態的貼圖轉為動態的、有聲的、全螢幕的、能讓使用者自由輸入文字的隨你填／訊息類貼圖，這使得網路上的溝通帶來的效果以及產生的影響，有時可能比面對面的溝通更強大。

而正是貼圖具備這些「物質性」，才能讓使用者順利將自己投射於貼圖圖像上，並且感覺貼圖就是「我」。這裡的物質性並非貼紙所具有的材質觸感、厚薄度、背膠黏性的物理性特質。而是貼圖作為數位化的圖像所具備的這些經過擬人化的臉部表情、肢體動作、乃至於可被看見、聽見的媒介效果。Ihde (2001)認為，體現關係中技術物的物質性將使人產生「延伸」的感覺，如此使用者才能投射自身至貼圖圖像，並且將貼圖具身。又以虛擬體現(virtual embodiment)的目標在於完美地模擬一個全方位、多重感官的身體行為(Ihde, 2001)，這也就說明著為什麼貼圖需要承載不同媒介元素，不僅能夠讓數位上原先「平靜」的純文本溝通更加「立體化」；貼圖的轉變與流行也同時體現出，貼圖技術的發展其實是對使用者更高層次需求的契合，不只要貼圖，還要「貼」了更靠近。

除了貼圖的物質性，貼圖角色原先所既存的脈絡也有可能影響到使用者對於貼圖的詮釋與選擇。在第二章文獻回顧中有說到，「故事性」在貼圖的發展中扮演重要角色。早期 LINE Friends 的官方貼圖便是從動畫劇集開始，以「講故事」的心態推動貼圖設計。透過不同場景與對話，賦予每個貼圖角色都擁有獨特鮮明的個性，讓使用者在選擇貼圖時，能夠很直覺性地想到該角色的特色進而做出選擇。另外，每款貼圖的表情包，也是讓使用者得以更全面立體地認識該角色的方法，像是直白的文字搭配浮誇的臉部表情、再配上怪異的動作等，表情包內的風格一致才能夠凸顯該貼圖角色的某一特點。除此之外，許多貼圖也是從常見的動畫和漫畫衍伸出來成為貼圖的角色的，像是：日本動畫蠟筆小新、美國漫畫史努比(Snoopy)與查理布朗(Charlie Brown)、美國迪士尼電影冰雪奇緣(FROZEN)的雪寶(Olaf)等。這些角色在成為貼圖前，就已經是存在於故事脈絡的人物，而當使用者選擇貼圖時，便會帶入戲劇角色來使用和解讀。舉例而言，蠟筆小新在動畫中是個幽默搞怪、口無遮攔、人小鬼大的角色，他的貼圖就同樣偏向無厘頭、誇張的風格。若今天筆者想使用一些白目、或是帶有一點諷刺意味的貼圖，蠟筆小新便是一個很好的選擇。而史努比常天馬行空地愛幻想、查理布朗則表現出個性憨厚、溫和的樣子，這兩個角色都較為溫順，貼圖也都是以柔和的圖樣和配色為

主。若今天筆者想要表示禮貌或對比較陌生的人傳送貼圖，史努比和查理布朗的貼圖都很適合，因為給人舒服、平易近人的形象感受。而雪寶是個正向樂觀、喜歡擁抱的雪人，這款貼圖也被設計為充滿淘氣感的動畫貼圖。若筆者想要表達自身活潑熱情的一面，就可以使用雪寶貼圖來表現。動畫劇集具有故事性，這些脈絡背景不僅帶出角色的個性，也帶出更多詮釋的可能，幫助使用者解讀貼圖的意涵。

參、它異關係下的貼圖與身體：貼圖作為使用者的「面具」

Heidegger(1977)「用工具用得越起勁，對它的關係也就越原始」，說明越是使用工具，越是加深對工具的認識；而 Ihde(2001)則進一步認為，當我們越是使用技術並且讓技術具身的同時，也容易產生一種對於技術渴望的矛盾：一方面希望技術「成為我」，使技術作為身體的延伸，賦予我充分使用技術的能力；但另一方面，使用者又希望技術「不只是我」，目的是為了獲得轉化效應，超出身體的限制。而技術，剛好可以接受人賦予不同形式的他者的多重關注。

使用者使用貼圖時，貼圖得以具身「成為我」。以筆者為例，筆者在日常對話中之所以時常使用動物款的貼圖，除了因為這些貼圖外表條件上造型可愛、配色明亮舒服、情緒繪製得很傳神、動畫或特效很生動及有趣，整體而言看起來很精緻之外，加上貼圖傳遞的意涵，無論是情緒、語氣、慣用語，剛好與筆者自身習慣相似，因此在使用時會覺得這些貼圖跟自己好像，我也好像就是貼圖裡的這個角色。使用者在聊天視窗中使用貼圖時，時常會將自己投射於該貼圖，感覺自己就好像是這張貼圖的角色一般，在聊天視窗中扮演著和他人說話的角色，把自己當作是貼圖的角色「貼」了上去。

然而，在某些時候，筆者也會期待貼圖「不只是我」，而是「超越我」，並能與現實生活中的自己做出區隔。舉例而言，當我想對他人表達極大的感謝時，往往很難實際向對方「下跪」來表達謝意，但貼圖可以讓「我」做到；或是當我想

表達某句話很好笑時，我也不可能真實地上抱著頭笑到哭，貼圖也能幫我笑；又或是其實我覺得這件事明明就不有趣，但出於禮貌性仍然回覆一個「看起來很有興趣」的貼圖給對方，貼圖也能代我表達。雖然使用者也許在親朋好友或外人眼中並不會如貼圖般表現出誇張的、難以做到的表情和肢體動作，但至少貼圖在一定程度上能夠幫助使用者來反映個人內心的真實心聲給對方，或是內部想讓對方了解、知曉的情緒。這也是為什麼某些時候我們會發現日常生活中，貼圖使用者會出現「反差」的情形：即便表面看似害羞的人也可以使用粗暴、充滿穢語的貼圖，來為平時不敢發聲的自己表達；上班族熱愛「厭世」貼圖，在私底下透過這些貼圖角色投射內在自我、表達不滿的態度；看起來堅強壯碩的人也可以使用可愛靈巧的動物貼圖來表現出心裡出現少女情懷的時刻。如此看來，貼圖可以是「我」：我的身體情緒表達的延伸；也可以同時是「他者」。

何謂「他者」？Ihde 在它異關係中指出，人可以正面地或在呈現的意義上與技術發生關係。技術在此關係中表現為「類他者」，也就是說技術似乎表現得像「他者」，作為一個「擬人化」的工具，但它們永遠不會變成一個真實的人出現但卻能與人互動。最簡單明瞭的例子就是目前常見的智能機器人，如 Chatbot、ChatGPT。這樣的技術一方面具有一種獨立性，另一方面又能引起人與技術之間的互動。而貼圖，作為一個「擬人化」的工具，總是替使用者表達、呈現意義，並且擁有自己的身體：圖像的身體、介面的身體、資料庫形成的身體。雖然它們永遠不會變成一個真實的人出現，但卻具有一定獨立性，擁有數位化的身體程序及特性，以及允許或不允許一定的操作，像是點擊使用介面貼圖會如 flow 般顯示、輸入關鍵字自動化跑出推薦列表（有些貼圖還可能是非使用者指定的）、貼圖發送時只能在聊天室的固定位置顯現，都在在顯示貼圖此技術具有準生機 (quasi-animation) 的屬性。因此，貼圖有自己的身體，它就是一個有身體的技術，並且作為技術，在它異關係的意義下貼圖能夠轉化為相異於使用者我的「他者」。那繼續進一步追問，這個「他者」是誰呢？Ihde 認為，虛擬身體 (virtual body) 時常在 VR 中將身體的描繪轉化為不同程度的「變形」 (morphing)，而變形能夠在

使用者身上快速切換技術物的具身與否(embodied/disembodied)。貼圖在聊天室中，除了可以是「身體的延伸」，更可以是使用者的虛擬身體的「變形」。在劇場理論中，有個詞專門指稱人物性格或角色特徵並且在戲劇和文學作品中扮演非常重要的概念，那就是“persona”。“persona”，源自拉丁語，意思是「面具」，通常被解釋為人物所扮演的角色或身份，以及在特定情境下呈現出來的行為和情感表現。persona 作為演員扮演角色的重要元素，劇作家等人必須為角色創造一個可信的 persona，作者才得以向讀者或觀眾傳達明確的主題和訊息，以使觀眾能夠與角色建立情感聯繫。從這點也顯示出，persona 是角色行為表現的重要依據，有了完整的 persona 的呈現，可以增加角色的說服力和可信度。而在貼圖中，貼圖一系列的表情包通常會有特定的主題，因此每張貼圖之間會有一定的關聯性，像是常見的節慶主題、卡通主題、日常對話常用語、特殊關係（家人／情侶）、特別情境（搭乘計程車用語、大學球隊常用語）等，針對不同職業、環境有相對應的主題。從貼圖之間的故事性便可以有效地為貼圖角色建立起一個具立體度的 persona。另外「面具」(Mask)則是在劇場中一種常用的象徵性物件，通常用來代表角色的特定身份、情感和精神狀態等，可以讓演員更好地表現人物的內心狀態和情感變化，驅使我們將他或她視為符合該角色的另一個人，同時也能增強觀眾對劇情的理解和共鳴。同樣，面具也被廣泛運用於舞蹈、音樂和電影等形式中，為藝術作品賦予更豐富的意象和象徵性意義。而將面具穿戴在臉上的英文則是“cover the mask”。cover 也就是掩蓋、覆蓋的意思，將一物遮蔽在另一物體上。因此穿戴面具就是指在臉上覆蓋面具以遮擋臉孔，言下之意就是使他人藉由這個面具來認識自己。

社會學家一再提醒我們「凡人即演員」，我們都在順從地扮演著社會賦予我們的角色，即我們擁有的不是一張面孔，而是一千張不同的面孔(宮布利希,1972)。我們在聊天室中使用貼圖，並且總是不斷切換於各種貼圖角色，就好像是穿戴上不同的面具來與他人互動。我現在可以是一隻優雅的貓，下一秒可以是活蹦亂跳的兔子，下一個瞬間又可以成為厭世軟爛的鯊魚。而且根據不同身份、關係熟悉

度的高低、是個人或多人的群組，使用者在不同聊天室所使用的貼圖角色也會跟著轉變。現實生活中使用者仍然是原來的使用者、維持著同張臉孔，我還是我，但此時的貼圖就好像讓使用者「戴」(cover)上一個面具，覆蓋在臉孔上，在虛擬的聊天世界中扮演穿戴不同面具的角色，成為虛擬身體的變形。想要別人怎麼在網路上認識你、認識到你的哪一面（個性幽默、可愛、霸氣），就使用哪款貼圖。因此，一張貼圖就是一張面具、一個虛擬身體的變形，貼圖一系列的表情包就是完整的 **persona** 的呈現。貼圖的角色被賦予各式各樣的表情、動作、造型、性格與故事脈絡，使用者能夠創造出無限制的貼圖組合，進而讓他人透過貼圖呈現多樣化的面具認識自己、體現出細膩的心境，使他人從網路上對於自己的認知更有彈性，跳脫現實生活中既定印象的框架。這也就是貼圖作為「面具」的意義所在。美國漫畫家 Scott McCloud(1993)在〈Understanding Comics〉中描述，“masking”作為漫畫中常使用的一種視覺風格，因為角色臉部情緒經過簡化、易於識別，因此能夠允許讀者通過「面具」將自我投射到故事裡的角色中。原因在於，人們平時是看不到自己臉部表情。尤其在對話時，視覺中心往往停留在對方的表情，即使能感覺到臉上的肌肉在運動，但對自己臉部情緒的概念是模糊而簡化的。因此，同樣作為被簡化的漫畫角色的表情，更容易讓人們聯想到自己的臉部表情，進而產生自我投射。

而事實上，從上一節的體現關係，過渡至詮釋關係，接著來到這一節它異關係中，我們可以看到，無論使用者是否選擇「覆蓋」上面具，貼圖所遮蔽或是揭露的對象，其實都是同一人，也就是：使用者本人。貼圖在體現關係中作為使用者身體及情緒表達的延伸，能夠即時傳遞情緒；在它異關係中，貼圖成為相異於我的他者，也就是一張張帶有 **persona** 「面具」，作為使用者虛擬身體的變形，在使用者想要或需要時能夠隨時配戴，於不同聊天室穿梭。這也就說明著，在技術的具身關係與它異關係的意義下顯示出，使用者一方面能夠透過貼圖揭露自己，一方面卻也可以同時藏身於圖像／技術的身體之後，而以遮蔽的方式來揭露自己。回到 Heidegger(1977)對於技術的理解，其認為技術的本質是一種「解蔽」的方式，

而「解蔽」則是一連串「帶出」(bring forth)的過程。我們從上述對於貼圖技術的描述可以發現，貼圖這個技術本身能夠解蔽，這裡的解蔽是為了讓他人理解到貼圖「成為我」、是我的身體和情緒的延伸；同時，貼圖也能以遮蔽的方式來揭露自身，這裡的遮蔽是指戴上面具，讓他人透過貼圖面具來認識到我。循此，貼圖的技術無論具身與否(embodied/unembodied)，其所解蔽或遮蔽的對象，其實都是使用者本人。簡而言之，貼圖的技術一方面以「解蔽」揭露自身，一方面則以「遮蔽」揭露自身。

最後，本文主張之貼圖在它異關係中作為面具的角色，能夠讓使用者在使用貼圖一技術時，一方面以「解蔽」揭露自身，一方面則以「遮蔽」揭露自身。從這點也呼應著筆者在第三節第三小節中尚未處理的問題：貼圖是否能夠「揭露」以及揭露「什麼」？行文至此答案已呼之欲出。貼圖作為數位化的“sticker”，作為技術，貼圖具有黏性、會覆蓋、會留下痕跡，都再再顯示貼圖的本質便是在進行對不在場事物的「揭露」。因此，貼圖所揭露的即是那些在數位聊天室中不在場的「使用者」，而其所「揭露」的意義則在於成為使用者穿戴或是覆蓋於臉孔面具。從上述也就說明著，這些面具被使用者穿戴於臉孔上並且出現在聊天視窗中的貼圖的意義，已經與原先留在貼圖表情包（也就是使用介面）中的貼圖不同了。前者被「貼」出來的貼圖，是經過多一層的篩選、抉擇，還有「貼」，因此被使用者賦予象徵性的意涵，也與使用者產生出更強的連結；然而後者是一張張被使用者「儲存」、「收放」起來的圖像，等待著有天被召喚、被使用。這些被使用者挑選出、穿戴上的貼圖，在被「貼」上聊天室的此刻，就與使用者長出不同的關係。這層「貼」的技術，便賦予貼圖不同的意義。

雖然即時通訊軟體裡，文字作為主要的溝通角色，然而貼圖不單單是幫助人們表達語氣、情感的細微差別，還扮演(1)掌握氣氛與脈絡，(2)成為使用者的面具這兩個角色。如此也就說明貼圖不會僅僅作為 LINE 官方所宣稱「補充文字不足」的功能，而是隨著長時間的使用已經與使用者建立長不同的意涵。唯有當使用者充分利用文字進行溝通、自己選擇穿戴貼圖面具在傳遞與收取意義訊息的同時，

掌握訊息所屬的情感與空間氛圍訊息，與他人建立起聯繫，如此方能構成完整的溝通。

不過，使用貼圖圖像終究與實際面對面溝通有很大的差異。貼圖作為技術，作為一種解蔽的方式，它在做的不僅是再現真實，而是它同樣也在塑造他人所理解的「現實」。Ihde(1990)曾言：「解蔽出來的令人興奮，而遮蔽的可能被忘卻」。貼圖將不在場的人解蔽為「在場」，使用者在看到貼圖後明瞭到對方的情緒與感受，產生：「啊這句話是搭配這樣的情緒／語氣」，並且想像對方與自己同時在場，因而產生「除距」的感受；然而貼圖卻也能夠將某些部分遮蔽，如：使用者本身在日常溝通中所展現的個人特質與獨特性、自身不願或無法表露的心情、在線上溝通環境中細微且難以被感知到的情緒變化、無法透過貼圖表達的感受等，尤其當使用者戴上貼圖面具後成為與自己相異「他者」時，似乎有可能將使用者自身與對話方之間的距離拉開得更「遠」。原因在於一方面使用者在知覺上永遠不會有完整的在場，雖然看起來臨近，卻仍被保留在非真實的距離之外；而另一方面部分現實或情緒極有可能是被貼圖所覆蓋掉、無法表現出來的，或是透過貼圖傳遞被刻意的、蓄意的特定的意義。尤其在即時通訊軟體上，無論是使用文字或貼圖都會存在時間差，也就是訊息在時間上所產生的延遲，通常使用者回覆對方時可以被抽離當下的情境，也有充分的思考時間。

舉例來說，如同我們在 LINE 貼圖《歡慶十週年 貼了更靠近！ | 戀愛篇 | 》廣告中所見，女主角雖然傳遞一個看起來像啦啦隊在大聲歡呼「小桃最愛你」、極其開心雀躍的貼圖，但真實的她所表現出來的是再冷靜不過、操作著平板、並且用平靜緩慢、不帶感情的語氣說出「小桃最愛你」的模樣。另外，LINE 貼圖官方在 2022 年四月發起【致敬致敬 LINE 第一組貼圖！- LINE 原創市集特別企劃】¹⁴，目的在於紀念貼圖成立十週年，因此號召諸位貼圖創作者用自己的原創角色製作出類似於官方發行的第一組貼圖。在當時，貼圖的資料庫遍及大同小異

¹⁴ <https://campaign.line.me/defaultsticker/>

的貼圖圖像，擁有同樣的表情輪廓、傳遞同樣的訊息意涵，只是換了個角色（如下圖）。雖然此次企劃是一種刻意的致敬活動，但我們不難發現貼圖資料庫裡的確存在許多非常類似的設計與款式。如果使用者進入聊天室後都在使用貼圖、都在穿戴貼圖的面具，然而每個人穿戴的面具都很相像，如此我們真的能夠「貼」了更靠近嗎？又或是，有沒有可能貼圖所製造出「貼近」的感覺的同時，使用者之間也會產生「距離疏遠」的感受呢？這種距離感受並非指物理條件上的距離，而是使用者對於內心真實的想法，以及對對方的態度，究竟是因為貼圖而靠近了，還是因為貼圖更拉開距離了？使用者戴上貼圖這個「面具」，卻也可能限制了我們的表達方式或是將距離拉遠。而面對面溝通則保留更多身體能夠感知到人際互動的細節。



圖 2 致敬致敬 LINE 第一組貼圖！LINE 原創市集特別企劃

如此看來，隨著使用者長期依賴貼圖進行表達，使用者對於對話方的感知是「感覺在身邊」與「距離疏遠」似乎有可能是同時發生的。如果使用者在聊天室中總是戴上貼圖「面具」與他人互動，而真實世界中是自己實際本來的樣子，此時戴上面具的使用者與真實世界的自己，兩者和他人的互動中，何者之間的距離較近又何者較遠呢？在 LINE 上的溝通，使用者一方面將貼圖視為自身的延伸，另一方面則可能將自身虛擬身體視為「操作」，能夠隨時選擇穿戴面具，是階段性、暫時性的將自己投射於貼圖之上，允許貼圖來座架自身的存在。因為數位化的世界中，身體視為可被操作的、可被計算的，就如貼圖的儲存方式是以「數碼」呈現，瀏覽的介面也都由數碼組成，其實使用者眼前都是數位化的產物。



第五節 是否圖像的技術仍然被文字座架

經過手機、使用者、貼圖的三者身體的討論，筆者將於此節從 Heidegger 座架／架置(enframing, Gestell)的觀點，整體性地討論貼圖作為一種圖像的技術是否仍然被文字座架。除了厚描筆者自身操作貼圖的經驗，為了處理貼圖技術性層面的現象，也在此節中加入媒介技術發展的描述，包括系統的關鍵字、圖像的儲存方式等。貼圖作為數位技術，在整體使用經驗所涉及到的每個「身體」，是否仍在呼應 Heidegger 對於現代技術的理解——「座架」？ Heidegger 認為技術的座架是無所不在的。現代科技具有強求(challenging)與限定(setting-upon)的本質，而 Gestell 則是意味著「總設定」，要求一切事物被標準化、被預設、被預存、妥善地管理，必須在一定規則下行動。

而貼圖此項技術之所以存在限制及座架，也許便是肇因於操作技術的身體，也就是這雙手，早就規範住一定程度的大小。也就是說，人體的手掌再大，也會有一定的限制。手機為了方便使用者能夠單手操作，便因應著手掌的大小推出五吋到六點八吋不等的規格（如果螢幕再大的話就無法單手持握，也不會被稱作是手機，而是成為平板了）；手機機型的大小再更進一步限制住玻璃螢幕的尺寸；而螢幕再框架住使用者日常操作的使用介面；最後，使用介面決定了貼圖技術如何運作以及顯現。循此，在種種技術環環相扣並且連續地座架之下，形塑成當代使用者操作貼圖技術的經驗與樣貌。下文將自「關鍵字的座架」與「貼圖依舊是標準化的結果」來論述貼圖如何進行架置。

壹、關鍵字的座架

回到貼圖資料庫這張離型紙上，如同有些貼紙目的在於「標記」、「索引」，貼圖其實也是。在使用介面上，貼圖從來是明確地按照不同種類分類，同一個主

題的貼圖會放在同一頁籤裡，而不是一個混雜的、毫無章法的資料庫。就連擺放在第一順位的頁籤「#」（關鍵字），也是按照系統所設定的關鍵字分類使用者頻繁使用的貼圖。這邊首先要提及另一個貼圖介面的功能即是「近期使用」，於頁籤上顯示的是一個「時鐘」的記號，為使用者長期紀錄其貼圖的使用習慣。當使用者點進此頁籤，即可看見近期所有貼出去的貼圖，排序越是前面的貼圖，都是最近幾次用到的。而在經過系統長時間的紀錄與搜集，演算法即可從諸多貼圖中抓出背後的關鍵字，然後在第一個頁籤「#」（關鍵字）中，成立一個個相異的關鍵字分類，將不同主題但意涵相近的貼圖放在一起，如此便能夠加速使用者查找和傳遞貼圖。又以每位使用者經常使用的貼圖及習慣都不同，所以每個人第一個頁籤「#」（關鍵字）所出現的關鍵字就不會一樣。以筆者而言，系統幫我分類的關鍵字包含：好、讚、謝謝、開心、笑、喜愛、驚訝、生氣等。這些關鍵字不僅「精準」地分類筆者常使用的貼圖，甚至可以從這些關鍵字來推敲筆者最常使用到貼圖的情境為何。而與此功能類似的還有，當使用者在文字框輸入特定關鍵字，系統便會於介面上顯示相關或推薦貼圖的選單，而這些候選名單剛好就是使用者最經常使用的那幾款貼圖，這就是系統所設定的「推薦」功能。例如，當筆者在自己的手機 LINE APP 的訊息處輸入關鍵字「開心」時，系統顯示一列 7 張、兩列共 14 張貼圖，並且有高達近十頁，也就是近乎 140 款的貼圖選擇。只要我向左滑動即可切換貼圖清單頁籤。而我較常使用的貼圖，便有極大的可能性會出現在前幾頁的推薦中，好讓我在短時間內看到並且能夠快速傳送。

然而無論是當筆者點進頁籤「#」中的關鍵字查找貼圖，或是直接在文字框中輸入關鍵字等待系統「推薦」給我貼圖，都會產生一個相同的情況，那就是：其實系統並不能夠精準地幫我找到我要的那款貼圖或是符合心中所期待的貼圖款式。這樣看起來使用者似乎有非常多貼圖做選擇，不過在滑動瀏覽時，卻不見得能夠找到適合當下狀態使用的。因為貼圖背後都是系統已經預設好或是由當時該組貼圖的創作者制訂好的標籤（hashtag，也就是上文所言之關鍵字）。這些標籤是既定的，使用者無從得知有哪些標籤、有什麼選擇，只有成為貼圖的創作者

或成為管理貼圖的後台人員才有可能進一步得知。即便系統宣稱這些標籤具有高準確性，能夠「召喚」出使用者心裡所想表達的情態出來，然而每個使用者對於特定情緒或特定狀態的定義與描述不可能會百分之百相同。例如，同張貼圖對 A 來說是喜悅、是開心，B 卻認為這張貼圖顯示的已經不只是開心了，而是到達更高層次的喜悅程度，像是雀躍、歡欣鼓舞等。由此可見，光是使用者之間對於貼圖所欲傳達的意義就已經產生認知落差，更何況是使用者及官方之間對於貼圖意涵的認知。也因此，針對官方宣稱的標籤的高準確性這點變有待商榷。還有一種情況是，假設筆者心裡想著要找出某款貼圖，輸入相關關鍵字卻沒有顯示，然而此時推薦貼圖出現的數量多到令人難以找到或根本無相關。這就說明著也許系統對於貼圖的標籤設定以及其於畫面中真實能顯示的貼圖數量，並不完全符合使用者所欲表達的或期待。因為儘管有如此龐大的貼圖數量也不見得真的能替使用者「創造」選擇，反而「限制」了選擇。之所以會這樣說是因為，有可能使用者看到如此多組的貼圖也疲於瀏覽和查找，乾脆直接選取推薦貼圖裡排序第一款的貼圖，只要「方便」、「快速」傳遞就好。長期下來，這便有很高的機率造成儘管該貼圖不見得是使用者自己心裡所想的，也會為求效率而使用，疏於近一步用文字或更精準的圖像來表達，反而依賴貼圖來表達，便產生限制使用者表述的可能性。

承上所述，我們可以說貼圖是由文字所錨定的。舉例來說，對話紀錄輸出的文字檔中會以文字 **sticker** 或 **emoji** 字樣紀錄貼圖與表情貼所在位置。另外，當我們想要大面積地將聊天視窗中的對話內容，以複製文字的方式貼到其他地方時，貼圖和表情貼會變成以文字的形式呈現，如(happy)、(tears)、(angry)，而無法將貼圖或表情貼的圖像完整複製貼上到其他文件上，彷彿回到電子佈告欄、通訊軟體剛崛起，蔚為流傳以英文字母、標點符號等組成的第一代文字式表情符號。而在對話框中輸入到特定關鍵字時，系統也會主動推播相關的貼圖給使用者；反過來，使用者也夠「以文找圖」，輸入關鍵字來找到需要的貼圖，這就完全有別於使用者直接進入貼圖使用介面查找貼圖的過程。最後，使用者選擇使用哪款貼圖，與貼圖上搭配的文字息息相關。當然貼圖的圖像本身是否美觀、能夠表意、能否

展現使用者的個人特質.....等，這些要素固然重要，使用者仍有相當大的可能性是因為文字而決定使用該款貼圖的。試想一組貼圖表情包上的文字可能是韓文或日文，自己閱讀的能力又有限的情況下，使用者很有可能為了避免誤傳引發尷尬的情況，只會固定使用特定幾個上面有自己看得懂文字的貼圖。

上述都顯示貼圖中文字與圖像之間的關係是密不可分。我們可以進一步主張：貼圖的本體仍舊是文字，或是貼圖仍舊由文字所錨定。貼圖是圖像沒錯，但貼圖的圖像背後，其被儲存、被記錄的方式，也是文字符號的一部分。無論是使用者介面或是創作者在製作貼圖時，仍然會給每張貼圖錨定一組關鍵字，而關鍵字就是以文字的型態進行區分。如果是按照圖像區分的話，使用者介面中應該是以人物表情包、動物表情包、花草樹木表情包來分類，也許當中的動物表情包還可被細分為兔子、貓、狗等不同種類。循此，貼圖作為數位圖像，仍然需要文字或符號標記才得以是一張「貼圖」，而且這裡的文字不單是搭配貼圖的文字，更可以是系統或創作者給定的標籤，否則任何一張網路上的素材都可以是貼圖。

LINE 作為即時通訊軟體，「溝通」仍然是此項技術最重要的功能與目的。打開聊天視窗，最顯而易見的仍然是長條橢圓形的文字輸入處，所以文字仍然是聊天視的主軸，就連貼圖的使用介面也是被放置在文字輸入處的位置，好像是被「涵括」在文字的使用裡。LINE 官方也指出，在主要的訊息形式裡，文字還是台灣用戶主要使用的溝通方式，約有 75%都是文字訊息的溝通（LINE，2019）。可見在即時通訊中文字仍握有主導權，因此是文字搭配貼圖，而非貼圖搭配文字。那在什麼情況下會用貼圖？又或是什麼訊息適合用貼圖表達呢？是一個難以言喻的情緒或平常無法展露的表情嗎？驚嘆號同樣可以表達驚喜、強調語氣，為什麼我們需要使用貼圖呢？貼圖仍舊只是在補充文字上的不足嗎？

筆者認為，貼圖此時扮演的角色就如前文所說，已經成為使用者的面具，並且替使用者於虛擬的聊天視窗在場，因此讓使用者雙方感覺是親近的。媒體研究學者新井克彌在 BLOGOS 發表的文章「為什麼 LINE 的貼圖中以原創角色最受歡迎？」指出日本社會是一高度強調「察言觀色（空気を読む）」的高情境文化

(high context culture) 社會，因此俱有能夠表達純文字所無法傳達的「氣氛」和「脈絡」的表情符號和貼圖即成為必要，顯示出圖像能夠傳達無法以其他編碼方式表示的訊息。而在過去貼圖使用的研究發現，在歡樂(Joy)的情緒下，貼圖的使用率較高，其中又以傳遞「愉快」、「驚訝」的情緒比例最高（張采蘋、鄭霈絨、陳沅顥，2020；蔡語慧，2014）。反之，負面情緒、嚴肅氣氛，或是任務導向的情況下則較少使用貼圖，且該對話脈絡下使用的貼圖，也多以歡樂情緒的貼圖來強化氣氛效果（張采蘋、鄭霈絨、陳沅顥，2020）。貼圖能充分掌握愉悅歡樂的氣氛，但遇到負面和嚴肅情境時，貼圖卻很少見，反而是用來緩和氣氛。從這點看來，有沒有可能當個人越是能夠用貼圖來表達情緒的同時，卻也越是想要保有情緒被隱藏、不被看見的慾望？尤其在某些特殊情況下，使用者必須隱瞞特定情緒時，便可以自由選擇貼圖（而非依照當下實際感受）做使用，貼圖就成為使用者的「面具」。例如，某些出於社交性目的或情感式應酬，如禮貌、社交、緩和氣氛、敷衍應對，使用者可以戴上一層名為貼圖的面具，不見得需要完全揭露自己「真實的」情緒，只要貼圖傳遞的意涵是使用者內部想讓對方了解、知曉的情緒就好。而通常接收（貼圖）者會直接判斷貼圖所代表的正負向情緒意義即為傳訊者當下的心情，因而並無忽略或排除表情符號所攜帶情緒成分的問題（陳昭希，2014）。

貳、貼圖依舊是標準化下的結果

邱誌勇（2014）言：「一個數位設計或由電腦所創造出的影像，能夠具有無限的可操控性，它的後端(back-end)本質是儲存於電腦記憶體中的複雜程式功能，並非是對一個現實指涉的機械式再現」。貼圖圖像（的身體）有兩種製造方式：一種是整個圖像由計算機生成(computer generated) 的貼圖，另一種則是使用動畫圖形來裝飾數位照片的貼圖(Chan, 2016)。創作者製作貼圖時，可以選擇要 8 張、16 張、24 張、32 張、40 張，共五種數量選擇作為一組完整的貼圖來上架或出售。

按照貼圖的效果分類（一般貼圖、動態貼圖、隨你填貼圖、訊息貼圖、大貼圖、全螢幕貼圖、特效貼圖），每種類型又有更為細節的規範。以一般貼圖微粒，其所受的規範如下：

1. 尺寸要求最大為長 370 × 寬 320；
2. 圖片大小的單位均為 pixel（像素）；
3. 圖檔均為 PNG；
4. 因貼圖圖片大小將會自動縮小，需將尺寸設為偶數；
5. 解析度需設 72dpi¹⁵以上；
6. 色彩模式設為 RGB（三原色光模式）；
7. 每張圖片的檔案大小須小於 1MB；
8. 若要將所有圖片壓縮為 1 個 ZIP 檔上傳時，ZIP 檔須小於 20MB；
9. 圖片需進行去背透明處理；
10. 剪裁後的圖片與貼圖圖案之間必須有一定程度（10px 左右）的留白，在設計貼圖的同時需考量上下左右的位置平衡。

從以上不難發現，貼圖的製作是一個規定下的結果，並不是創作者想隨心所欲即可製作，並且是需要遵循官方發布貼圖製作準則，像是官方也有明確指出，創作者應該要製作「易於日常對話」、「溝通時使用」的貼圖，而「難於日常對話中用到的貼圖（例如：物體、景色等）」、「難以辨認的圖案」、「整體貼圖明顯失衡的貼圖（例如：全都是淺色、單純的數字羅列等）」、「違反善良風俗、教唆未成年者飲酒吸菸、猥褻、暴力、煽動民族主義的內容」、「表情、訊息、圖案淺顯易懂的貼圖」則被視為違規貼圖，無法上架。

然而內部是如何經歷這些篩選過程、審核考驗，這些標準是否妥當、實際被拒絕上架的原因是否對外說明清楚，其實使用者都無從得知，如一個黑盒子運作

¹⁵ DPI（英語：Dots Per Inch，每英寸點數）是一個量度單位，用於點陣數位影像，意思是指每一英寸長度中，取樣或可顯示或輸出點的數目。如：印表機輸出可達 300DPI 的解析度，表示印表機可以在每一平方英寸的面積中可以輸出 300X300=90000 個輸出點。

般。這也顯示著，使用者現在眼前所看見的貼圖，其實都是經過篩選厚留下來的貼圖，是被框架好、預設下的世界。這樣的世界是被「化約」的，因為那些被淘汰掉的、受拒絕的貼圖，存在於預設外的世界，不被看見也沒辦法看見。使用者在經驗到的是更精確、有效率的服務，因此總會欣然接受。然而在這看似「更有確定性」的舒適環境裡，其實不過就是個表面。這也就是為什麼我們無法察覺出一項異狀，那就是：我們一直都在「有限」的選擇中做出選擇，以為貼圖能夠真正「精確」表達出情緒，但事實是，系統塑造出一種我們「好像」擁有許多選擇的幻覺，還不停告訴我們使用貼圖是很有效率、快速、方便的事，卻忽略掉真實感受裡被忽略的細小感受。好比來說，多數使用者應該都會遇到貼圖「不上手」的時候：找不到適合的貼圖幫助表達、不知道貼圖上的文字或貼圖意涵表現模糊不清時，導致貼圖不易使用等。即使系統宣稱貼圖已經是「精確」表達情緒了，然而如何區分哪些表現是精確或曖昧不清？情緒間真的有辦法做到全然地切割，劃分為不同的標籤嗎？那些僅存在於面對面溝通經驗裡才會察覺到瞬間的語氣轉折、若有似無的眼神變化、隱隱約約的肢體語言.....這些都是在貼圖中所無法「精確」點出還有呈現的。

由上述可見，從使用者的身體開始，其實早已經被手機這項技術所座架。舉例來說，無論是手機螢幕上的鍵盤，或是貼圖使用介面，都一再要求使用者身體，尤其是手指部位必須精準地操控、點擊、滑動，排除其他學習的可能，在系統界定的範圍內進行操作，否則將會無法順利使用或傳遞貼圖。使用者的手指上下、左右滑動，皆是系統所給定的空間，依據介面早已界定的邏輯，使用者從來不是隨心所欲地操作此項技術。再者，貼圖圖像的身體也被手機所座架。本文中使用的介面的存在宛如離型紙，所有的貼圖都是依序整齊排列的；就連貼圖圖像的大小、規格、儲存格式到創作者實際設計上的原則，也都有要求的規範，並且要經過官方審核才能上架。貼圖能夠出現於聊天視窗的位置也都是固定的，從來無法更改或任意移動。貼圖圖像以 #hashtag 文字精準地錨定情緒，將表情分門別類，更是明確地執行現代技術所要求的「管理」。然而行文至此，我們已經很清楚許多幽

微細小的、能夠覺察卻不易言說的表情或感受是無法透過貼圖來傳遞的。貼圖的「推薦列表」同樣也是技術座架的例子，由系統來決定使用者應該看到什麼、選擇哪些貼圖要排在前面或後面，甚至有因為推薦的貼圖數量過多反過來也限制著使用者選擇或是表述的可能性。

從中也顯示出，我們往往已經活在技術的預設之下，貼圖是充滿資訊、被框架著、化約後的世界。只有當網路不順或系統出現障礙，導致貼圖無法順利傳送，然而我們又於一時之間找不到適當的語彙表達情緒感受又深怕談話對方誤會自己的意思時，我們才會意識到自己早已被貼圖所綑綁，而不知如何表達。也是在那個放下手機的瞬間才會注意到，滑找貼圖已久，雙眼已經因持續散發藍光的螢幕產生疲憊、沈浸在聊天室中，回過神才發現手機在手中握到發燙。

Heidegger 認為技術座架之下將導致人類與自然和文化的疏離和危機，但 Ihde 認為這種觀點過於悲觀和負面，因此對 Heidegger 的思想持有批評的態度。首先，Ihde 對 Heidegger 的存在論觀點提出了質疑。他覺得 Heidegger 過於強調人的存在與世界的關係，而忽視了人的身體和感官經驗的重要性。再者，他認為 Heidegger 對技術的特定的、簡化的解釋，包括：座架，過於片面。當我們從 Ihde 以具體的、中介性的的角度考慮技術時，我們與這些技術的互動中可發現，技術並不完全對世界一種帶有「控制」的意涵的。技術甚至可以讓世界以新的方式展現自己。最後，他也因此對 Heidegger 之於技術與科學的分析提出質疑，因為其忽略了實際的技術實踐和科學研究。Ihde 主張要從更多角度來看待技術的影響，並且大大提升感知和身體經驗對人與世界關係的重要性。

Ihde 以更為積極地態度關注技術的中介作用，來認識技術是如何改變了人的知覺和感知方式，進一步改變人與世界之間的關係。既然工具參與實踐活動時是一種體驗的手段，便應該關注使用者操作技術時，他們的身體經驗與感知為何以及如何結構的。Ihde 主張工具擁有某一特定用途，但不能阻止它還有其他功能或是成為其他角色，而是根據如何使用它，從而「成其所是」。我們無法武斷地說出技術「真正」是什麼，技術始終存在於「使用」，它總是使用中的技術，而這

種使用背景是更大文化背景的一部分，這些背景使技術具有「多重穩定性」(multistability)。如此，技術是一種中介，更是在影響和塑造人們所經驗到的文化。貼圖技術的確可能如 Heidegger 所言將可能座架著使用者，但 Ihde 認為技術的具身／體現(embodiment)總是相對論的，具身不會使我們一味地受到技術所座架。因為它是人與所採用的技術之間的關係：

1. 使用者操作貼圖時，首先是手機具身 **embodiment**，而後是貼圖。貼圖在體現關係的意義下，成為使用者身體及情緒的延伸，此時貼圖「成為我」。而當貼圖具身時能夠產生轉化作用，創造空間上的切近感，故讓使用者產生與對話方之間的距離感覺縮短。因此，在即時通訊軟體中，貼圖更適切地扮演了技術當中「除距」的角色。最後，貼圖雖然無物質性的「黏性」，但在數位環境中轉為使用者對技術的黏著度及依賴性。從上述可見，技術在體現關係中實實在在地影響其身體感知與經驗。
2. 在詮釋關係意義下，貼圖成為「知覺的對象」。在使用者查找貼圖及接收貼圖的過程，由於技術的物質性及動物形象化的貼圖圖像允許使用者產生「延伸」的感覺，使用者更能自然而然將自身投射於貼圖圖像；並且也因為貼圖的在場加以幫助使用者想像對話方於聊天室「共在」，再一次推進貼圖成為「除距」的角色。而從動畫與漫畫中延伸成貼圖的角色，也因其所既存的故事性及脈絡影響使用者對於貼圖的詮釋與選擇。
3. 隨著使用者習慣使用貼圖，並使貼圖具身，使用者將對技術產生「不只是我」（能與真實自己不同）的期待。因此，貼圖在它異關係的意義下，使用者的身體「變形」(morphing)在聊天室中轉化為「面具」，成為異於我的「他者」，讓使用者在必要時隨時配戴。而貼圖的技術無論具身與否(embodied/unembodied)，其所解蔽或遮蔽的對象都是使用者本人。也就是說，使用者使用貼圖的技術一方面以「解蔽」揭露自身，一方面則以「遮蔽」揭露自身。

第五章 結論與建議

近年來無論是媒介研究學者或哲學家對於技術的討論逐漸增加，除了從鉅觀的文化背景，也更加深入挖掘微觀的技術實踐，並且探尋技術是如何牽引著使用者的身體與其思考方式，乃至於改變其感知甚至產生文化上的影響。而在本研究最後一章結論與建議中，筆者將以回顧的方式回看本研究之書寫脈絡，並且以展望的角度提點研究建議，供未來學者作為參考方向。

由於本研究欲探討以下三個問題：(1)在技術哲學觀點的建構之下，「貼」貼圖是什麼樣的身體技術？承接研究問題 1，結合 Ihde「人—技術」關係結構的觀點，提出：(2)貼圖與使用者建立不同關係結構下的意義為何、扮演什麼角色？在研究問題 2 的基礎上，進一步分析框架，嘗試發現：(3) 文字是否對貼圖產生座架？

為了回答這三個問題，筆者於第二章「文獻探討」中聚焦於研究對象貼圖。回顧以往貼圖的相關研究後發現這些研究所討論的內容都不是筆者想關注的。本份研究所關心的是，在使用者操作貼圖這項技術的過程中，所牽涉到手機、使用者、貼圖，這三者身體之間的關係以及現象。而事實上，無論是「貼」圖或「手」機，這兩項工具都已提示是個由手、由身體來實踐的技術。又因現象學中的技術哲學關注的即是「身體」本身就是一種具體的技術，其中 Heidegger 的及手性也揭示出身體對技術的重要性，而 Ihde 的技術現象學更是掌握技術與身體的結構，能夠幫助使用者理解自身將如何與技術建立關係。

故第三章中以「貼圖作為身體技術之研究路徑」作為切入視角，並且從上述兩位哲學家的觀點打開對於貼圖技術與身體的詮釋空間，也定義出本研究之對現象的「厚描」是排除狹義人類學意義下的厚描，而著重於現象學中存而不論與現象學描述之研究方法，並且加入媒介技術發展的歷史描述中對於技術物技術層面關注的論述。筆者認為，藉由技術物與身體之間關係的厚描更能夠細緻地去觀望

並且揭露技術究竟是如何在使用者的身體銘刻並產生一定程度的影響。

在第四章「『貼圖』的身體技術與『身體』的互動」中，筆者主張先是手機具身，貼圖才會具身，故從手機的身體開啟談論：以體現關係討論手機與貼圖的具身，創造「貼」了更靠近以及數位化的黏性與痕跡；以詮釋關係與它異關係討論貼圖的物質性與故事性幫助使用者詮釋貼圖，並且成為使用者的面具，卻使「距離疏遠」可能同時發生。最後，以座架檢視貼圖雖為圖像卻仍受文字所架置。以下就本研究主要結論與研究建議分述如下：



第一節 身體在貼圖裡，貼圖也在身體中

本研究以「貼圖作為一項身體技術」出發，在現象學厚描及具體分析上，已加以描述技術與使用者身體這兩者及綜合性的狀態，並且從前述章節得出階段性小節。我們可以發現，手機有身體、使用者有身體，而貼圖作為一項技術同樣也有身體。也就是說，無論是人還是技術，我們都是「身體」。而事實上，任何技術，都是從「身體」出發。以下將針對第四章三個研究子議題「手機的身體」、「使用者的身體」、「貼圖的身體」分別進行總結：

- 一、 在「手機的身體」這節中，筆者主張先是手機具身，貼圖才可能具身。手機的身體會設計成特定幾款尺寸，便是因為將使用者的手納入設計考量，以方便使用者操作，並且影響使用者手持手機的方式。因此，手的大小決定手機的大小，手機大小框架著螢幕，螢幕限制使用介面的樣貌，使用介面形塑貼圖這項技術，最後貼圖的技術反過來架置使用者的身體進行操作以及思考方式。此外，技術一再要求使用者身體精準操作，如此才可能使手機具身，使用者也才自然而然將手機視為手指的延伸或身體的一部分。從上述及可見，身體總是在技術裡，技術也總在身體中。
- 二、 在「使用者的身體」這節中，本研究厚描使用者操作貼圖的過程，並在其中一步步使貼圖具身。體現關係裡，使用者迫切希望貼圖這個技術成為「我」，作為身體及情緒的延伸，彷彿自身能因貼圖存在得以在場。本文也整理出貼圖具身後產生的轉化作用：從「貼」了更靠近，到數位化的黏性與痕跡。貼圖使對話雙方創造「除距」的效果，能夠感覺到自己持續與他人共在；使用者也因貼圖具身而讓自身更靠近貼圖技術，甚至是「黏」在貼圖上，不停貼、不停玩，嚴重者若失去貼圖則易為表達所困。而使用者的身體與貼圖技術之所以都能留下某種程度的痕跡，

便是因為貼圖與使用者兩者同樣都擁有身體，身體總是在技術裡，技術也總在身體中。有身體，就有留下痕跡的可能。

三、 在「貼圖的身體」這節中，顯示出技術與身體之間的關係結構是流動且密不可分的，貼圖不僅具身，也會在使用過程中來到詮釋關係與它異關係。在這兩者關係結構中，使用者期待技術能夠成為的「不只是」我。詮釋關係裡有賴於貼圖圖像上的「物理性」特質得以讓使用者產生「延伸」的感知，包括貼圖作為數位化的圖像所具備的這些經過擬人化的臉部表情、肢體動作、乃至於可被看見、聽見的媒介效果，動物形象化的圖像能幫助使用者更容易將自身投射於貼圖；另外，圖像背後所具有的故事性及脈絡也將影響使用者對於貼圖圖像的詮釋以及選擇。

它異關係中，貼圖成為使用者「面具」的角色，是自使用者的身體延展出另一個身體的角色。本研究加入劇場理論中針對「面具」(persona)的討論，主張貼圖成為使用者得以隨時穿戴的面具，穿梭於各個聊天室中。使用者在聊天室中使用貼圖，並且總是不斷切換於各種貼圖角色，就好像能（在必要時）穿戴上不同的面具來與他人互動，只不過現實生活中使用者仍然是原來的使用者、維持著同張臉孔。

從上節技術的體現關係、過渡到詮釋關係，到最後的它異關係，在三者的意義下顯示出，貼圖與使用者建立起的「人—技術」結構，是一種具流動性且混雜的自我的呈現。使用者一方面能夠透過貼圖揭露自己，一方面卻也可以同時藏身於圖像／技術的身體之後，而以遮蔽的方式來揭露自己。此時，揭蔽與遮蔽快速替換，技術也與身體混雜，再次體現身體總是在貼圖裡，貼圖也在身體中。更因為如此，貼圖使用者很有可能在無意間使得數位環境上的對話同時產生兩種情況：「貼了更靠近」與「距離疏遠」。

四、 最後，本研究從 Heidegger 對於現代技術的本質—「座架」作為切入視角，整體性地檢視貼圖技術。筆者主張貼圖雖然作為圖像，事實上

其仍被文字所座架，並且依舊是標準化下的產物。貼圖本身被給定一組關鍵字（標籤），使用者也能夠「以文找圖」選擇需要的貼圖，而貼圖圖像上所搭配的文字也經常影響著使用者作出選擇。關鍵字的座架使貼圖看似創造選擇，實則卻可能反過來產生限制，因為使用者很可能為求效率而任意使用貼圖，疏於進一步用文字或更精準的圖像來表達自身感受或想法，便產生限制使用者表述的可能性。回到貼圖圖像的製作方式，我們可發現貼圖必須遵守一定準則，因而某類型的貼圖始終被排除於系統之外。這也就說明貼圖的技術也在建立某種框架影響使用者的操作，有些幽微細小卻能夠被感知的情緒或氣氛、瞬間的語氣轉折、若有似無的眼神變化、隱隱約約的肢體語言……這些都有可能在貼圖中被忽略，或是無法呈現的。因此，使用者現在眼前所看見的貼圖，其實都是經過篩選、框架、預設、甚至是被「化約」後留下來的世界。

本研究點出：貼圖的操作始於手，而手的大小決定手機的尺寸，手機螢幕框架著使用介面，使用介面形塑貼圖這項技術，最後貼圖的技術反過來限制住使用者的身體進行操作。從這也就說明著，當身體開始使用技術、與技術建立起關係時，我們能夠發現，身體總是在技術裡，技術也總在身體中，我們都是在技術裡的身體(bodies in technology)。倘若沒有身體，就沒有技術。另外，技術與身體之間的關係結構是流動的，就如貼圖也在體現關係、詮釋關係、它異關係這三者所建立起「人—技術」結構中的連續光譜上游移；就連身體的表面、技術的介面都可能是混雜的，因為身體早已允許技術參與至身體構造裡，技術也將身體納入設計與規劃。

在第四章最後本研究主張貼圖作為圖像的技術仍為文字所座架。從媒介技術的發展歷史來看，我們一直以來都是以文字去思考，而事實上文字和意義從一開始也座架著使用者。就如貼圖一開始被設計出來，目的便是為了要滿足使用者能夠在溝通環節裡輔助文字、精確表達。而任何數位技術的特徵，也都是一再要求

精準、準確，以方便進行管理。然而，圖像在此數位環境中開始大量蔓延的同時，也有部分的貼圖是難以被歸類，或是被加上文字標籤的。反而此類圖像的存在，允許了數位環境裡出現各種可能產生的曖昧性以及不明確的意義存在。尤其當使用者收到一則無文字的貼圖卻也無法辨清圖像的意涵時，便很有可能發生使用者不知道如何回應的情況。也是在這樣的狀況下顯示出，或許有些貼圖早已經離開文字的意義，甚至這些圖像在創作者進行文字預設時都沒有想到該用什麼文字錨定或是根本無法標籤。

長期以來我們都是使用文字、由文字開啟溝通與互動，追尋文字背後的意義，即使身處數位環境中仍是如此，此時使用者自身就已經受到文字所座架。然而貼圖裡出現越來越多不明所以、意義曖昧模糊的圖像，反而允許了使用者在溝通環節中跳脫於文字座架的可能，以圖像傳遞文字所無法做到的部分。也就是說，或許使用者用貼圖的目的並不完全在於溝通訊息或傳遞資訊，而是透過貼圖揭示自身的狀態或是與他人建立某種程度的連結即可。如此看來，貼圖是否旨在傳遞訊息與意義似乎已不是最重要的目的，而是揭示在現代中作為一個使用者於數位環境中的存有狀態。如此，意義已經並不是貼貼圖最重要的目的地，反而傳遞一個存有的狀態、不斷與他人進行連結，才是現代人所重視的。

筆者從貼圖與身體的關係的研究中得到「身體在貼圖技術裡，貼圖技術也在身體中」的結論。貼圖作為一項身體技術，這項技術物的本體仍然是身體，而使用者的身體則在經過漫長時間熟悉技術、與技術互動之下，也將自身構造為技術的實存，技術在身體表象留下銘刻。不過就如同上文所述，貼圖這項技術也可能跳脫自身所受文字的座架，離開文字的意義，反而在處處要求精確的現代技術中，讓使用者獲得喘息的空間，能夠在聊天室中依賴於曖昧的圖像，與他人建立起連結，凸顯現代人在網路空間作為存有時一個最明顯與特別的狀態。

第二節 研究限制與未來研究建議

本研究探問貼圖技術與技術操作所涉及的三個身體之間的關係。從文獻探討、經驗的厚描、理論建構與分析，提出上述研究結論。雖然筆者在透過現象學方法的研究過程中已力求周延性，但仍有不足之處，因此歸納出下列兩點研究限制：

一、部分文獻上的空缺，如：黏性的討論。

筆者留意到針對使用者對技術產生的「黏性」討論不多。主要的研究都是從閱聽人的角度探討使用者對媒介的「黏著度」(stickiness)，並且以量化的實證研究為多數。過去文獻中較少從現象學或文化理論的作為切入視角討論關於物理性質的黏性是什麼、黏膠的作用、黏貼技術的前世與今生，乃延伸至數位性質的黏著度，如何定義數位化的黏性，以及兩者之間如何混合、分開的關係等等。因本份研究探討的即是「貼圖」，然而貼圖又不如貼紙具備實質黏性，卻在某程度上來說的確在進行「黏」。若未來學者有意發展黏性的討論，也許能夠期待將本份研究加以延伸，繼續深描貼圖的「黏」之特性與意義。

二、貼圖的種類差異是否影響使用情況

在本份研究是以比較宏觀的視角網羅貼圖整體性的使用，並以微觀角度厚描使用者的貼圖實踐過程與細節。然而，貼圖在官方系統上仍然有更詳細的區分，例如：免費貼圖與付費貼圖、靜態與動態貼圖，並且也有貼圖與表情貼之分。而在使用者個人手機裡又因 ios 或 android 系統的不同，有內建各自的表情符號。筆者觀察到，在聊天室對話時，許多使用者將會交替使用貼圖、表情貼，以及系統裡的表情符號。然而，在不同情境、不同話題、面對相異的對象時，是否將影響使用者選擇貼圖、操作貼圖，以及透過貼圖揭露情緒的表現是否具差異性，筆者在此份研究中無力做更深入的探討，稍作可惜。最後，貼圖在筆者撰寫研究過程中也出現另一個新推出的功能，即是在 LINE 個人檔案中，貼圖可作為裝飾性的貼紙。這個功能的意思是，使用者能夠自由將貼圖點綴於個人頭像或背景中，而不受位置限制。就如我們一般用貼紙裝飾物品時可以任意選擇覆蓋處，只不過

此功能目前仍僅能使用於個人檔案中。此時，貼圖似乎又跳脫於本研究之視角，成為「另一種」使用方式、具備不同層次的存在意義。雖此功能不在本研究之討論範圍，但若未來學者有意發展探討其推出背後之原因與意義也是非常有趣的方向。

回顧整個研究過程，現象學研究旨在找出經驗之共同存在的本質。雖筆者已竭盡心力但仍有不足，期待後續學者加以突破上述限制並且深入探討之。最後，依據上述研究限制，筆者仍有幾點建議希望提供予未來研究者參考，如下：

一、探討其它情緒或不同情緒表達方式、情感揭露程度

人類情緒因素十分敏感及複雜，且對於文字表情符號及圖像表情符號的理解，更是因人而異。加上聊天室的對話中時常貼圖、表情貼、系統內建的表情符號、甚至是顏文字，這些媒介都可能互相混雜地使用。本研究主張之貼圖成為使用者任意穿戴的面具，後續研究若想深入探討，應同時挖掘使用者使用貼圖時，對不同情緒的表達方式為何，以及這些媒介元素是否影響使用者情感揭露的程度、如何影響，亦或是關注是否在數位溝通上貼圖是否僅被做為溝通媒材的一種回應策略，這些在未來可以加入更多因素進一步探討論。

二、貼圖的商業性影響技術操作的可能性

如上所述，貼圖的功能與發展日新月異，貼圖又作為一個商業性質的產品，在短短一年的研究時間內貼圖就增加一項新穎的功能，未來發展指日可待。而若此商業性的技術持續性地轉變，有沒有可能又對使用者的操作及身體產生更進一步的座架或因此更深層的影響。此時，貼圖與使用者之間的關係還會僅限於過去技術哲學者所認知的人—技術的關係結構式嗎？還是會長出新的混合的樣貌呢？相信貼圖的改變在未來的日子裡僅會更加日新月異，也許有天貼圖還能夠允許使用者製作模擬個人形象的虛擬人偶（ios 系統中已有類似功能）。此時，貼圖對使用者的意義又會成為什麼樣的可能，這是接下來的研究可以繼續發展的方向。

參考文獻

中文部分

LINE Corporation，LINE FRIENDS 角色前進 Netflix 在原創影集與粉絲見面 全球逾 190 個國家會員皆可觀賞，上網日期 2021 年 12 月 24 日，檢自：

<https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2019/3015>

LINE Corporation，貼了更靠近！LINE 貼圖 10 週年 累積在地精彩創作能量 創作者人數達 65 萬人 貼圖總數破 810 萬組，上網日期 2021 年 12 月 24 日，

檢自：<https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2021/4012>

LINE Corporation，服務上線將滿五周年 LINE 舉行 LINE Conference Tokyo

2016 宣佈開放事業平台資源 目標成為匯流豐富資源的「智慧入口」 台灣將推 LINE Points 及 Pop-Up 貼圖，上網日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：

<https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2016/1297>

LINE CREATORS MARKET，貼圖審核準則，上網日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：取自網頁 <https://creator.line.me/zh-hant/guideline/sticker/>

LINE 台灣 BLOG，LINE 的使用大數據首次公開！台灣用戶使用 LINE 的方式原來是這樣，上網日期 2019 年 10 月 24 日，檢自：<https://official-Blog-tw.line.me/archives/81291901.html>

LINE 貼圖，[LINE 貼圖] 歡慶 10 週年 貼了更靠近！ | 完整版，上網日期 2021 年 12 月 24 日，檢自：<https://www.youtube.com/watch?v=02WtWM60KZM>

TRADE MAGAZINE，用貼圖拉近距離和顧客成為「好友」，上網日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：<http://www.ieatpe.org.tw/magazine/ebook304/b4.pdf>

大紀元，LINE 統計 台灣民眾最愛幽默搞怪貼圖，上網日期 2015 年 7 月 27 日，檢自：<https://www.epochtimes.com/b5/15/7/26/n4489343.htm>

于成。2019。「看指不看月:《留聲機、電影、打字機》方法論線索」，**傳播研究與實踐**，第 9 卷第 2 期，頁 229-242。

- 王彝中。2018。「觸控式螢幕的操作如何被設計：『滑』手機的探問」。世新大學社會心理學系碩士學位論文。
- 自由時報，LINE 又出新花招！聊天混搭全新上線的「LINE 表情貼」更促咪了，上網日期 2018 年 4 月 19 日，檢自：<https://3c.ltn.com.tw/news/33456>
- 自由時報，放大吧，貼圖！LINE 推出全螢幕貼圖，上網日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1716463>
- 李政國。2009。「胡塞爾觸發概念研究—從被動性到主動朝向的觀點」。政治大學文學院哲學系碩士論文。
- 李維倫、賴憶嫻。2009。「現象學方法論：存在行動的投入」，**中華輔導與諮商學報**，第 25 期，頁 275-321。
- 宋祖良。1994。**海德格爾的思想之路**。(台北：仰哲出版社)。
- 宋祖良。1996。**海德格爾的技術問題及其他文章**。(台北：七略)。
- 邱誌勇。2014。「視覺性的超越與語藝的複訪：數位時代視覺語藝的初探性研究」，**中華傳播學刊**，第 26 期，頁 107-135。
- 紀金慶。2009。「掙脫美杜莎的眼睛：海德格的現代性解決方案」。政治大學哲學研究所碩士論文。
- 紀金慶。2015。「論海德格現代技術危機與解救之道」。政治大學哲學研究所博士論文。
- 唐士哲。2014。「重構媒介？「中介」與「媒介化」概念爬梳」，**新聞學研究**，第 121 期，頁 1-39。
- 唐士哲。2017。「作為文化技術的媒介：基德勒的媒介理論初探」，**傳播研究與實踐**，第 7 卷 第 2 期，頁 5-32。
- 徐生權，2017，「重新理解媒介——與海德格、維根斯坦和麥克盧漢的對話」，發表於中華傳播學會年會（台北：中華傳播學會年會主辦，6 月）。
- 宮布利希。1972。**藝術知覺與現實**。(新北市：木馬文化出版)。
- 清大彭明輝的部落，「Geertz 厚描」的曲解與訛傳」，上網日期 2022 年 1 月 15

日，檢自：<https://mhperng.blogspot.com/2022/01/geertz.html>

索科汝夫斯基。2004。《現象學十四講》。(台北：心靈工坊文化出版)。

健康醫療網，線上聊天超方便？貼圖萬用？小心影響青少年表達，上網日期

2021年12月27日，檢自：

<https://www.healthnews.com.tw/news/article/52349>

曹家榮。2013。「理解技術實作：現象學取徑初探」，**社會分析**，第七期，頁1-43

曹家榮。2015。「行動通訊的持續完成：『講手機』的俗民方法學探問」，**新聞學研究**，第一二四期，頁1-37。

張玉琳、李秋滿。2014。「以媒介豐富與社會臨場感理論探討 LINE 貼圖價值、流行涉入、網路外部性對虛擬社群意識與黏著度之影響」，**電子商務研究**，第12卷，第4期，頁419-449。

張汝倫。1997。「現象學方法的多重含義」，**哲學雜誌**，第20卷，頁90-115。

張采蘋、鄭霽絨、陳云顥。2020。「通訊軟體 LINE 貼圖使用率與使用者對脈絡的關係」，**設計學年刊**，第8期，頁1-15。

張桓梅。2021。「貼圖語言的規則與情感：角色規範下的 LINE 貼圖語言遊戲」。政治大學傳播學院碩士論文。

張雅喬。2015。「社交情境與人格特質對貼圖類型運用之影響-以 LINE 貼圖為例」。國立交通大學傳播研究所碩士論文。

陳可嘉。2017。「Why So Serious? —LINE 圖戰的溝通實踐分析」。政治大學傳播學院碩士論文。

陳佳好。2019。「貼圖設計中動物擬人化之造形設計以《單身叢林》LINE 貼圖設計為例」。國立臺南大學視覺藝術與設計學系研究所碩士論文。

陳昭希，2014。「貼圖中的情境線索：對行動通訊軟體用戶之態度與黏著度的影響」，發表於中華傳播學會年會。(台北：中華傳播學會年會主辦，6月。

陳嘉映。1999。《存在與時間讀本》。(北京：生活讀書新知三聯書店)。

- 程雨心。2019。「角色設計的認知偏離程度對傳達效果之影響-以 LINE 貼圖為例」。環球科技大學視覺傳達設計系文化創意設計碩士班碩士論文。
- 葉玫君。2004。「年輕族群行動文字簡訊使用研究初探」，**資訊社會研究(6)**，頁 235-282。
- 彭采薇。2014。「一張貼圖勝過千言萬語？初探即時通訊應用程式 LINE 之貼圖的親密效果」。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 黃厚銘。2001。「Heidegger 的哲學思想與資訊科技」，**資料社會研究**，頁 1-31。
- 黃厚銘。2009。「邁向速度存有論—即時性電子媒介時代的風險」，**新聞學研究**，第 101 期，頁 139-175。
- 黃厚銘、曹家榮。2014。「『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**，第 124 期，頁 39-81。
- 萬芝安，2014 年，「有“XD”就不怕生?表情符號與社交程度對溝通滿意度影響之研究」，發表於中華傳播學會年會（台北：中華傳播學會年會主辦，6 月）。
- 楊馥瑜。2017。「非語言溝通的情緒感知於插圖表現—以 line 貼圖設計為例」。國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系碩士班碩士論文。
- 蔡美玲。2020。「LINE 貼圖圖像認知差異研究」。國立臺中科技大學商業設計系碩士班碩士論文。
- 蔡語慧。2014。「貼圖在情緒感知與溝通涵義之研究—以 LINE 為例」。國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系碩士班碩士論文。
- 維基百科，Line，上網日期：2022 年 04 月 01 日，檢自：
https://zh.wikipedia.org/wiki/LINE#cite_note-1。
- 劉麗真。2007。「臺灣網路語言表情圖像符號之視覺表現研究」，**商業設計學報**，第 11 卷，頁 241-254。
- 廖久慧。2013。「探討行動通訊軟體之使用行為—以台灣 LINE App 為例」。南

華大學資訊管理學系碩士論文。

數位時代，台灣人每天上網超過 8 小時！最新使用報告出爐，8 大數據亮點幫

助精準行銷，上網日期 2022 年 3 月 15 日，檢自：

<https://www.bnext.com.tw/article/68026/2022-internet-report>

數位時代，台灣人每天傳 10 億則訊息，蘊藏多少商機？看 LINE 如何把「分

享」變現，上網日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：

<https://www.bnext.com.tw/article/72001/line-converge-2022-summary>

數位時代，表情經濟學~從 ICQ、MSN 到 LINE，為什麼我們喜歡貼圖？上網

日期 2022 年 10 月 16 日，檢自：

<https://www.bnext.com.tw/article/29473/BN-ARTICLE-29473>

霍瑟爾。1990。《歐洲科學危機和超驗現象學》。(台北：唐山出版社)。

謝青龍。2017。論存在的時間性與空間性—海德格爾前後期哲學比較，**揭諦**，

第 33 期，頁 119-154。

顏亦敏。2017。「對話情境、貼圖解讀與社會臨場感之關聯性研究-以 LINE 貼

圖為例」。國立陽明交通大學傳播研究所碩士論文。

鏡週刊，不再表錯情！LINE 首度推出「動態表情貼」情緒傳達更精確，上網日

期 2021 年 9 月 9 日，檢自：[https://tw.stock.yahoo.com/news/不再表錯情-](https://tw.stock.yahoo.com/news/不再表錯情-line_首度推出-動態表情貼-情緒傳達更精確-064548858.html)

[line_首度推出-動態表情貼-情緒傳達更精確-064548858.html](https://tw.stock.yahoo.com/news/不再表錯情-line_首度推出-動態表情貼-情緒傳達更精確-064548858.html)

英文部分

Berthier, Thierry, and Bruno, Teboul., (2018). From Digital Traces to Algorithmic Projections, London: ISTE Press.

Gunkel, D. J., & Taylor, P. A., (2014). Heidegger and the media, Cambridge: Polity Press.

Heidegger, M., (1977). The question concerning technology, and other essays, New

- York: Harper & Row.
- Holloway, I., (1997). *Basic concepts for qualitative research*. London: Blackwell Science.
- Ihde, Don, (1990). *Technology and the Lifeworld: from Garden to Earth*.
Bloomington: University Press.
- Ihde, Don., (2002). *Bodies in Technology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Joseph G. Ponterotto., (2006). *Brief Note on the Origins, Evolution, and Meaning of the Qualitative Research Concept Thick Description*.
- Japan's Zoomorphic Urge, Retrieved May 6 2023, from
<https://doi.org/10.16995/ane.208>
- Kittler, F. A., (1999). *Gramophone, film, typewriter* (G. Winthrop-Young & M. Wutz, Trans.). Stanford: Stanford University Press.
- McCloud, Scott., (1993). *Understanding Comics: the Invisible Art*. New York: HarperPerennial.
- Plant, S.(2002). *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephoneson*. Social and Individual Life, Motorola Media Center.
- Schwandt, T. A., (2001). *Dictionary of Qualitative Inquiry*. (2 ed.) SAGE Publishing.
- Siegert, B., (2015). *Cultural techniques: Grids, filters, doors, and other articulations of the real*. (G. Winthrop-Young, Trans.). New York: Fordham University Press.
- Tanaka, K.(2002). *Small Talk with Friends and Family: Does text messaging on the mobile phone help users enhance relationships?* Published doctoral dissertation, U WASHINGTON, the Washington state.
- The Elements of Stickers, Retrieved May 6 2022, from
<https://a16z.com/2016/06/17/stickers/>
- Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture, Retrieved June 9 2023,

from: <https://doi.org/10.4324/9780203931950-11>

Wen-Hsuan Lee & Yu-Hsun Lin, (2019). Stickers' functions of self-expression and conspicuousness. Online communication of visual information Stickers' functions of self-expression and conspicuousness. New Taipei City: Ming Chi University of Technology.

