國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

微信之即時性書寫實踐研究

——以中國東部都會區年輕世代為例

Realtime Writing Practices on WeChat:

A Case Study of Young Adult Users in Eastern China

指導教授：王淑美 博士

研究生：張怡瑩 撰

中華民國一零九年一月

DOI:10.6814/NCCU202000269

謝誌

前幾日收到父親消息：何時畢業？論文何時了？提及「別人家的小孩」早已畢業。我苦笑，畢竟碩論全程，我腦海中浮現次數最多的念頭便是：來不及了！時間太短了！

對我而言，與其說碩論是洋洋灑灑十萬字，不如說這是一門總時長超過一年的實踐研究課程。寫論文的過程中，我從懷疑自己能不能寫好這篇論文，到懷疑自己是否有能力完成這篇論文，及至在更大層面上懷疑自己的研究能力，懷疑未來能否成為一個好的文字工作者。所幸現在看來，以上種種於我的人生，都是好事。

完成論文的過程實在不是跨越一道難關，而是一關更比一關難的進階挑戰。重新開啟一個新的領域，將誘人且神祕的日常生活轉化為具體可行的研究問題，處理文獻和田野的巨大差異，思考和選擇寫作的筆法，以及照顧好的情緒和身體，碩論實乃研究所最大的「去魅」，讓我得以了解何為真正的研究。過往閱讀理論的學習生活過分甜蜜，讓人不知「人間疾苦」，誘人進入田野，做研究則是蛻下華麗的外衣，接受風吹雨淋，直面一切慘淡和殘酷。而中文系出身的我，第一次在文字書寫的層面遭遇如此大的挫敗感，終於意識到未來若想要成為一個好的文字工作者，我還有多少局限。如同我在研究中所發現，感性與理性始終交織，缺一不可。

論文的完成，得益於太多人的幫助，首先該感謝的就是淑美老師的一路指導。從我兩手空空，僅帶著研究問題，來到老師的辦公室開始，一步步帶領我走進這一領域的核心。而在論文寫作的過程中，每每及時為我解惑，又在我陷入瓶頸時，幫助我釐清思路，也在我崩潰之際給予我安慰和鼓勵，更包容我的缺點。初來傳院，碩一的第一門課便偶然選修了老師的傳播理論，因此得以結識老師，直到經由老師指導我才發現，這真是偶然得來的最大幸事。

感謝口委念萱老師，嚴格卻溫柔，為本研究提供寶貴的建議，同時老師爽朗

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000269

的笑聲如同夏日拂面的涼風，帶走我口試時的焦慮。也感謝口委嘉玲老師，一邊暢談生動的日常經驗，一邊直指問題的核心，帶給我諸多啟發。

感謝遠方的好友，來台旅行卻半夜三點和我討論研究問題的微，積極為我尋找研究對象的翁和楓，以及時不時被我叨擾的華、艾和佳。感謝佳璇、勁萱、建璁和沉默的畢兒，與你們共同創造的回憶填滿了這三年半的生活，有你們相伴的日子總是充滿歡樂和驚喜。感謝文化學程的各位夥伴，尤其是和我走過至少一百公里的雪，可愛的組員珮蓁和威，沒有你們，課堂的樂趣少一半。感謝兩年多來伴我熬過無數個夜的祼方，感謝和我一起走完最後一裡路的彥竹。

感謝所有受訪者，願意對我敞開心扉，談及文本之外複雜的實踐過程和內心的私密想法。每一位受訪者都是本研究的靈魂人物，豐滿和充實了我的所有論述。在研究中我逐漸發現，比訪談錄音更重要的是，記住你們中每一個人。將內心省思毫無保留與我討論的小金，訪談結束後還將偶然讀到的相關內容分享給我的惠子和葉子，對我說「和我聊天很愉快的」梨子和阿俊，身為心理學學生卻有一肚子苦水無處倒的茶茶，細緻回答每一個問題的小婷，百忙之中接受訪談的阿金、小傑和小滿，訪談中仍不得不陪「客戶」聊天的安言，時常拒絕朋友的邀約卻為我這個陌生人開道的小羊，作為多年好友隨叫隨到的元元、小艾、小微、花花，以及訪談過後幫我找到其他受訪者的小甜。這些細節雖在逐字稿之外，卻都留在我的記憶深處。

最後，感恩基隆的黃爸、黃媽、阿嬤、阿公，讓我在台北之外有了另一個溫暖的家。感恩雖然希望我儘早畢業，卻始終不忍心給我壓力，寬容我至今的爸媽。

完成論文的這一年，既漫長，又短促。長在論文內在，現實種種，讓人百感交集，給予我人生新的厚度。短則感嘆能力有限，論文不足之處甚多，尚需精進術業，但在這個不完美也不完整的地方劃上句號，則是希望有一天我依然能滿懷憧憬地重返研究，回到田野。

張怡瑩

寫於 2 月 12 日道南橋畔

DOI:10.6814/NCCU202000269

摘要

2012 年，中國透過手機上網的人數首次超過電腦，而微信朋友圈這一即時性書寫平台也在同年推出，代表了中國網際網路行動轉向的正式開端。「等一下，我發個朋友圈」標誌著原本只發生在獨立時空下的書寫活動嵌入日常生活中。「隨時隨地」，超越過往時空限制，即時性書寫成為科技公司藉由電子媒介之可能性形塑的又一理想，而開啟數位科技書寫生命歷程的第一代人成為檢驗其可行性的最佳人選，因此本研究選取年輕世代作為研究對象。

本研究沿著文化研究關注使用者能動性的傳統，從媒介實踐（media practices）的角度出發，強調日常生活中實踐的多樣性，還借鏡「複媒體」（polymedia），希望打破單一平台中心的研究方法，試圖在年輕世代長期延續和日益複雜的實踐中探討微信即時性書寫的意義。

本研究結合深度訪談和使用者日常記錄的資料收集方式，了解年輕世代一路走來的數位書寫經驗和日常生活的具體實踐。結果發現使用者與社會之間的角力，不僅極大地影響了微信及其他社群平台的整體發展趨勢，也滲透進個人每日的微觀實踐，體現了即時性書寫與日常生活的複雜關係，有時對日常生活進行了重組、活化和微顛覆，有時則鞏固了原有的時空秩序，成為刻意的經營。

本研究還發現，中國年輕世代希望透過即時性書寫所實現的時空超越是建立在其對現存的集體空間、生活秩序的不滿，並非徹底拒絕社會性，而陷入原子化的孤立狀態，相反，他們積極地在線上建構新的書寫空間，想象新的互動方式，達到公私兼顧的狀態。

關鍵詞：即時性書寫、即時性、書寫、媒介實踐、社群媒體、智慧型手機、微信、中國、年輕成年人

DOI:10.6814/NCCU202000269

Abstract

In 2012, the number of people accessing the Internet via mobile phone surpassed computer in China for the first time, representing the beginning of China's Internet transition to mobile. In the same year, WeChat launched Moments (called "pengyouquan" in Chinese), a realtime writing platform. "Wait a minute, I want to share a post on moments." This phrase has marked the transfer of writing activities from indoor to everyday situations. "Anytime, anywhere", beyond the limitations of time and space, real-time writing has become another ideal for technology companies to shape with the possibility of electronic media. The younger generation born after 1990 in eastern China gradually grew accustomed to recording daily life in the form of online digital writing and actively practiced realtime writing, who was selected as the research object of this study.

The research follows the tradition of cultural studies, which pays attention to the relationship between users and society, and understands media as practice, which emphasizes the varieties of media practice in daily life. At the same time, this study also draws on the concept of "polymedia", hoping to break through the transitional focus of the platform in the field of social media research. This study attempts to explore the significance of realtime writing practices on WeChat from the long-term and complex practices of young adults.

This study combines the methods of in-depth interviews and daily records of users to understand the digital writing experience and the daily practices of young adults. It was found that the wrestling between users and society not only greatly affected the overall development trend of WeChat and other platforms, but also penetrated into the daily micro practices of individuals. Realtime writing practices sometimes reorganized,

DOI:10.6814/NCCU202000269

activated and microscopically subverted daily life, but sometimes consolidated the original spatiotemporal order and became a deliberate operation, reflecting the complex relationship between this writing form and daily life.

This study also finds that the practice of young adults are based on its dissatisfaction with the existing collectivism and the order of daily life. On the contrary, they are actively constructing new writing spaces online, imagining new ways of interaction to achieve a state of taking into account both public and private.

國立政治大學 National Chengchi University

Keywords：Realtime writing, immediacy, writing, media practices, social media, smartphone, WeChat, China, young adults

DOI:10.6814/NCCU202000269

目錄

第一章 緒論.....1
第一節 研究動機.....1
一、「隨時隨地分享新鮮事」：即時書寫的日常實踐.....1
二、回歸「現實」還是「繼續寫下去」：延續即時書寫.....3
三、從日記本、部落格到微時代：開啟數位科技書寫生命的一代人.....5
第二節 問題意識.....6
第二章 文獻回顧.....8
第一節 個人書寫的變遷.....8
一、書寫與主體性.....8
二、想像閱聽人下的個人表達.....14
第二節 中國網際網路發展的行動轉向.....17
一、網際網路的興起和趨勢.....17
二、以東部都會區新生代為主的使用者.....20
三、在地媒體文化：微信的發展.....22
第三節 從手機出發的即時性書寫實踐.....26
一、手機作為媒介.....27
二、指向使用者的實踐取徑.....31
三、「隨時隨地」的發明.....35
第四節 公與私的權衡.....41
一、公共空間與個人.....42
二、若隱若現的連接.....45
三、公共空間滲透私人空間.....49
四、文獻小結.....52
第三章 研究方法.....54
第一節 從研究問題到最熟知的材料.....54
一、研究問題.....54
二、研究取徑.....56
三、研究對象.....58
第二節 具體操作.....60
一、立意抽樣.....60
二、深度訪談和日常記錄.....61
第四章 個人書寫空間的建構.....68
第一節 伴隨成長的書寫實踐.....68
一、受阻的日記書寫.....68
二、無心插柳柳成蔭.....70

DOI:10.6814/NCCU202000269

第二節 集體空間下的個人逃遁.....75
一、保留「我」的故事.....76
二、邁向新階段的年輕成年人.....81
三、未完的成人禮？.....83
第三節 閱聽人的變遷與重組.....86
一、從混雜到流動的閱聽人.....86
二、理想/不理想的閱聽人.....92
第五章 日常生活中的微信書寫實踐.....96
第一節 日常時空的重組.....96
一、尋常生活中的新奇感受.....97
二、例行生活中的自我審視.....99
三、改變原有的時空秩序.....101
第二節 原有框架下的經營.....103
一、重要時刻的紀錄.....104
二、關係中的感受.....105
三、共時的參與者.....107
第三節 生活韻律和即時性書寫.....109
一、個人的時間感知.....109
二、隨時隨地變化的整合策略.....113
第六章 結論.....118
第一節 研究發現.....118
一、分析概述.....118
二、生命歷程與書寫.....119
三、日常生活的動態與鞏固.....122
四、即時性書寫中的微觀個體.....125
五、交織於日常生活中的中介.....127
第二節 研究限制及未來研究建議.....129
一、研究限制.....129
二、未來研究建議.....129
參考書目.....131

DOI:10.6814/NCCU202000269

圖目錄

圖 1-1 微信即時書寫編輯界面 2
圖 2 -1 索尼隨身聽 40 週年紀念影片，影片將為樂迷群體提供「隨時隨地」（ANYTIME，ANYWHERE）音樂服務作為主旨 39

表目錄

表 3-1 研究對象基本資料.....65

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000269

第一章 緒論

第一節 研究動機

一、「隨時隨地分享新鮮事」：即時書寫的日常實踐

十多年前，Howard Rheingold（2003）在日本街頭看到低頭盯著手機，傳送訊息的人群，對行動裝置連接網路這一新趨勢發出驚歎：「當你總是在上網狀態時，你所接觸的不只是溝通的管道而已」。行動上網開啟的不僅是某種技術上的可能性，它逐漸延展勢力，嵌入日常生活的實踐中，不斷改變著人們對即時的想像。

在隨後十年間，即時的分享在網際網路和行動通訊日漸普及後爆發出巨大影響力，媒體需要即時上傳新聞，即時通訊軟體讓天涯海角即刻相連成為稀鬆平常之事，普通民眾也能即時發送個人動態加入任意事件的話語序列中，物理距離和時間如同麥克盧漢所言已不再是阻隔。

2010 年前後，社群媒體在中國大陸的發展逐漸向行動端傾斜，即時性書寫的概念和實踐興起。不僅自電腦端發跡的主流社交網站陸續推出行動端軟體，即時性也開始被形塑為一種優勢，中國最具代表性的微博客（microblog）網站「微博」（Weibo）就以「隨時隨地分享新鮮事」的宣傳口號，凸顯了這一書寫方式超越時空限制的特質。[1]

「微信」（WeChat）則是騰訊公司在 2011 年專為行動端設計的軟體，瞄準「即時市場」，不設網站，最初只能透過手機使用，其於 2012 年推出的即時貼文

[1] 據〈2010 年中國網民社交網站應用研究報告〉（2011 年 3 月，頁 8），這一時期手機廠商和社交網站展開積極合作，以 2010 年 9 月推出的手機產品來看，均內置了包括人人網、開心網等主流社交網站之客戶端。「微博」（Weibo）則是由新浪網 2009 年推出內測網站，一年後也正式上架移動端軟體。

DOI:10.6814/NCCU202000269

分享功能「朋友圈」更是在編輯頁面以「這一刻的想法…」作為底紋，對使用者進行暗示。懷著新奇，不少人開始嘗試使用手機進行即時書寫。正在北京上大學的我見證了微信朋友圈的爆發初潮，時常能聽到一句話：「等一下，我發個朋友圈」，人們隨時隨地從現場切換到手機界面，記錄和編輯即刻所思所想。相關數據確也證明了這一盛況，據〈2013 年中國社交類應用用戶行為研究報告〉（2013 年 11 月），微信用戶覆蓋率遠遠超越傳統社交網站，並且使用者正在進一步流向微信。在減少使用社交網站的網民中，32.6%的人轉而使用微信，20.3%的人轉向微博；減少使用微博的人中，37.4%轉移到了微信。

圖 1-1 微信即時書寫編輯界面

在即時性書寫最開始出現的階段裡，人們並未就應該在這類平台上發些什麼內容獲得明確指引，但使用者大概一眼就能感受出微信朋友圈和部落格（blog，中國大陸譯為「博客」）在容量上的極大差異：在文字方面，貼文在手機界面上每行能夠排列 17 個中文字符，每條貼文的文字若超過 5 行將自動折疊其餘部分，

DOI:10.6814/NCCU202000269

直觀上來看一次最多呈現 85 個字符，查看剩下部分需點擊「全文」展開；若是加入圖片，一次最多也只能分享九張圖片，分享圖片超過兩張則以縮略圖形式呈現，必須點擊放大才能看清細節。在界面設計上，使用者可以直接使用手機自帶的相機拍攝素材，文字書寫界面也相當簡潔，完成內容創作後一鍵便可完成發送，書寫行為似乎在轉瞬間即可完成。

在此之前，我身邊的大部分人都是以部落格的形式（集中在 QQ 空間、人人網和新浪博客三家電腦端起家的社群網站）來記錄生活的。部落格在內容上所能承載的容量更大，編輯功能也更豐富，微信這類微型書寫平台剛出現時，我依然會不定期抱著筆記型電腦寫網誌，完全沒有考慮過前者將大面積替代後者。在我看來，行動端書寫的空間太小了，怎麼可能比得上部落格。當時的我沒有想到，即時性開啟的正是一種全新的書寫方式。

在〈2013 年中國社交類應用用戶行為研究報告〉（2013 年 11 月）的調查中，人們最常使用微信的時間段為「起床前」，「坐車途中」，「排隊等候」等，其他社群網站卻只能在「上班」，「學習」等場景下使用。由於手機的便攜性，微信先是填補了使用者移動過程中的空白時間，催生使用者在無法使用舊有社群網站的情形下不斷開拓新的實踐方式。這種透過手機進行的書寫，與電腦時代在部落格上進行的書寫截然不同，前者和後者相比鼓勵和匹配的是迅速、短小、即興和隨意的片段書寫，不僅書寫門檻實質上降低了，並且在技術上真正實現了「隨時隨地」，也促使內容更加貼近日常生活。因此我很快便在微信朋友圈得知，A 同學的中餐吃了炸雞，B 同學在路上偶遇了一隻狗，C 友人昨晚看了一場電影，D 友人和戀人吵了一架，街景、食物、票據、自拍，以上任意內容都有可能成為一則獨立的貼文，書寫題材被不斷刷新和拓寬，進而浮現出更多創造性的實踐，即時性書寫似乎逐漸顯現出其特有的樣貌。

二、回歸「現實」還是「繼續寫下去」：延續即時書寫

依〈2018 年微信年度數據報告〉（2019 年 1 月 10 日）顯示，平均每天有 10.1

DOI:10.6814/NCCU202000269

億用戶登錄微信，日發送微信消息 450 億條。[2]作為中國大陸目前最大的綜合性社群媒體，微信幾乎覆蓋了全民，並且作為典型的熟人社交應用軟體，微信強調線上線下人際關係的聯結，微信朋友圈也成了相當比例的使用者必須顧及的門面。去年 4 月，《人民日報》發表的評論文章〈別讓朋友圈定義了真實生活〉對由微信朋友圈在社會上引發的普遍焦慮感做了如下形容：

> 一位朋友曾說，如果出去旅遊，回來不發一下朋友圈，就好像沒去過一樣。這可能也是很多人的真實寫照。的確，如今朋友圈正在越來越多地介入我們的生活，因為我們需要這樣一個平臺，來記錄日常的點滴，來分享生活的際遇，來展示一種被關注、被看到的社交存在。……但是，為什麼現在越來越多人為自己的朋友圈加上了一把鎖，甚至不願意再發朋友圈？從心理上來說，很多人渴望記錄生活，卻又不希望將自己完全展現在他人面前；渴望交流訴說，但又不願將自己的心情向所有人廣播；渴望營造積極的社交網路，卻又害怕別人無限接近自己的生活圈子……這些心理反映到朋友圈中，就有了「分組可見」「分組不可見」「僅三天可見」等種種操作。[3]

該篇評論在文末向公眾呼籲回歸現實，放下手機。諸如此類的媒體倡導多不勝數，總歸試圖以結束使用來解決遇到的困擾。依據筆者的觀察，周圍不少友人在遭遇上述困境後非但沒有放棄使用微信朋友圈，反倒是探索出了更多元和複雜的使用方式：發了之後又刪除，將朋友圈設置為「三天可見」或「半年可見」（微信於 2017 年增加的新功能），將特定貼文設定為「僅自己可見」，開設新賬號來發佈更情緒化的內容或開始同時使用其他熟人更少的社群媒體等。[4]即時性書寫

---

[2] 中國新聞網（2019 年 1 月 10 日）。〈2018 微信年度数据报告：每天 10.1 亿用户登陆微信〉，取自 http://media.people.com.cn/n1/2019/0110/c40606-30513560.html

[3]《人民日報》是中國共產黨中央委員會的機關報，與新華社及中央廣播電視總台並列為中國共產黨和中華人民共和國政府官方三大傳媒機構，為中華人民共和國第一大報。該報是目前中國大陸境內影響力最大的媒體之一。該評論發表於 2018 年 4 月 16 日人民網，取自 http://media.people.com.cn/n1/2018/0416/c40606-29927038.html

[4] 據中國互聯網中心（CNNIC）（2009 年 10 月）首次發佈的〈2009 中國網民社交網絡應用研究報告〉，絕大多數用戶擁有多重社群網站賬號，平均每人擁有賬號 2.78 個。又據 2019 的微信公開課，微信公佈使用人數最多的設置為「三天可見」，已有超過 1 億人進行了設置。

DOI:10.6814/NCCU202000269

不同使用者的實踐過程中不斷變化和豐富，逐漸甩開技術最初的單一腳本。

筆者延續即時書寫已邁入第七個年頭，儘管中途也有短暫間斷，卻終究選擇折返。當偶然因手機電量用盡、無法連接網路等物質條件不足而湧現出想要記錄卻不得的焦慮時，我意識到經年累月的即時性書寫實踐有其獨特之處。或許是手機把我慣壞了，讓我習慣性地在日常生活中不規律出現的節點透過媒介留下痕跡。這讓我好奇，使用者都是如何進行即時性書寫的？這種書寫方式對於不同個體究竟意味著什麼？為何使用者們持續進行著書寫？

三、從日記本、部落格到微時代：開啟數位科技書寫生命的一代人

透過手機所實現的即時性書寫讓更多人開始嘗試主動地記錄生活。只需要一部能夠連接網路的智慧型手機，哪怕不具備任何謀篇佈局的技巧，使用最為簡單的口語，甚至完全不使用文字，單純發送由手機攝像頭拍攝的照片視頻，在這一場域中都被視為合情合理。以當下中國大陸的網路覆蓋程度和手機上網用戶數量來看，手機即時書寫必然已經觸及全國各個群體，從而產生豐富多樣的使用方式和文化意涵。

對於中國東部都會區的年輕世代而言，即時性書寫既是新媒體帶來的新實踐，又是接續成長歷程中一路相伴的數位書寫經驗。回溯我的私人經驗，能夠對手機即時書寫體驗的特殊性有所感悟，很大程度上得益於過往寫作方式的對照，以書寫方式記錄日常生活的習慣一直存在，只不過書寫的媒介從最初的紙筆，轉變到電腦，最後又增加了手機這一類目，因此本研究將聚焦書寫這一核心脈絡，同時將攝影、錄像、分享等實踐作為分析時的輔助。

而能與數位科技建立如此長期且緊密的關係，慣於以數位科技書寫生命的年輕世代，最早便是出生於 1990 年代後的一代人。在國家政策的明確傾斜、校園資訊科技課程的普及和經濟發展水平等因素的共同促成下，這一代人在求學過程中同時接受了傳統讀寫能力和新興數位科技能力的訓練（Hjorth, Wilken, & Gu, 2012）。與此同時，網際網路自 1994 年進入中國，部落格在 2005 年前後漸成氣

DOI:10.6814/NCCU202000269

候，他們得以自青少年階段便在實際情境中操演線上的數位書寫，在即時性書寫出現後更是主要的先行者。[5]因此本研究試圖以出生於 1990 年後，深受數位科技滲透的年輕世代為主要研究對象，探討發生在社群媒體上的個人書寫行為和傳統的紙本日記有何區別和關聯。

第二節 問題意識

在微信出現之前，不論是在中國還是世界範圍內，即時性通訊軟體就已經存在，人們認為即時性強調的是資訊流通的速度和物理距離的縮減。但只能在手機上使用的微信一方面延續了此前即時性的意涵，另一方面宣稱「微信，是一個生活方式」，開啟了中國手機時代的即時性文化，讓線上與線下的連結變得更為緊密。[6]

實際上，手機這一輕巧便攜的技術媒介善於以最寂靜的方式融入日常生活中，並逐漸佔據合法位置。相比於使用電腦，人們以更頻繁和隨意的形式使用手機，大多情境下手機的短暫插入也被視為情理之中。本研究認為，以手機這一行動科技作為參照，即時性實踐在此前和之後發生了質上的變化，開始與日常生活有了更緊密的接合。

Hjorth（2006）曾提到在十年前的第一世界國家脈絡裡，有兩種對手機使用的解讀方式，第一類是哀悼公共空間的消亡的浪蕩子（flaneur），他們認為手機將破壞公共空間，第二類則是恰恰相反，視一刻不停地盯著手機的使用者為先驅（phoneur，Robert Luke 引自 Morley 2003 年的說法）。隨著智慧型手機和行動網際網路的普及，第一類解讀依然時常出現在各類媒體和研究中，但第二類解讀已

[5] CNNIC（2011 年 3 月）〈2010 年中國網民社交網站應用研究報告〉顯示，手機社交網站使用者中，年齡在 30 歲以下的人群佔 81.4%；CNNIC（2012 年 12 月）〈2012 年中國網民社交網站應用研究報告〉顯示，19 歲以下用戶和 20-29 歲使用者中超過八成會利用手機發佈個人狀態，約六成會發佈日誌，發佈內容的意願均高於 30 歲以上的使用者。

[6] 微信主打口號，取自 https://weixin.qq.com/

DOI:10.6814/NCCU202000269

成為中國東部都市隨處可見的街景。de Seta & Proksell（2017）對北京在地居民（包括來京就學的大學生）以即時性書寫的形式參與公共空間的現象進行了研究。他們發現在中國政府為重大儀式舉辦而對街景進行改造，並試圖在傳統媒體中營造有序狀態的同時，在地居民通過「微觀媒體」微信朋友圈上的實踐，以個性化的角度拍攝圖片，對街景進行詮釋，積極地進行抵抗性的解讀。從公共空間消亡論到抵抗性的互動論，可見在不同的時空背景和文化脈絡下，使用者實踐的意義將截然不同。

微信的出現及其快速發展與中國網際網路高度偏向智慧型手機的趨勢有密切關聯，微信朋友圈的發跡和變遷見證了即時性書寫在中國從想象到納入日常生活的脈絡，從技術可能性到普遍現狀。當「等一下，我發個朋友圈」這句話本身逐漸消失，使用者更加自然和內化地尋找契機，進行書寫，實踐過程本身就此隱匿於日常生活中。當年輕世代被勸諫離開手機，離開朋友圈，回歸真實世界時，即時性書寫羽翼漸豐，無法被隨意關上的時刻已經來臨。在習慣以手機進行即興書寫之後，當手機沒電或是功能障礙時，我立刻就能感受到自己的焦慮。這讓我開始反思，若我從未開啟微信朋友圈的使用，對該功能毫不知情，可能也並不會意識到自己有如此多想要「書寫」的內容，而我又為何要寫呢。

人們總是在具體的情境脈絡下接近和熟悉一種媒介，並在社會互動中實踐。如同其他的實踐活動，這一過程不僅存在社會結構和個人能動性的對峙，同時也在兩者持續性的交互中被形塑，發展和變化。在人人都在滑手機和人人都在使用社群媒體的集體場景下，本研究主張從人們的具體使用過程中理解實踐的多樣性和社會文化意義的產出，而本研究將以微信作為中國年輕世代活動的主要觀察場域，提出問題意識：在隨時隨地都能書寫的日常脈絡中，年輕世代會為何書寫？具體又是如何實踐的？

DOI:10.6814/NCCU202000269

第二章 文獻回顧

本研究所提出的即時性書寫強調這一活動在時空上較以往更加靈活，從而也讓個人書寫的情境變得更為複雜，也更重要，並且隨著人們使用社群媒體的狀況日趨多樣，針對單一平台進行的研究已無法呈現使用者靈活的樣貌，因此本研究將以手機成為一個探看使用者實踐方式的綜合性媒體，對手機與社群平台緊密相連的媒介體系進行研究。

文獻回顧主要分為四節，第一節主要回顧個人書寫的歷史及這一實踐與主體性的聯結，並且這種聯結在實踐過程中形成，而非個人和文本之間具有天然連接。第二節介紹具體的研究背景，說明中國網際網路在東部都市由手機主導的現狀，新世代使用者形成長時間連接網路的使用習慣。第三節從手機的技術特性出發，再以實踐取徑回到使用者的具體脈絡中提出本研究的關懷。第四節則從即時性書寫公私並存的狀態中討論使用者實踐方式的矛盾和變化，社群媒體的使用因此由單一轉向復合。

第一節 個人書寫的變遷

個人化書寫的合法性是在歐美歷史發展中被逐步確立的，書寫和主體性之間被賦予了某種關聯，但這種關聯又是通過反思書寫的過程得以發現和證實。

一、書寫與主體性

幾乎是從書寫開始，人類有了歷史，事實得以被相對精確地記錄下來（吳筱玫，2008）。但書寫不是單純記錄現實世界和所思所想的工具，也應被理解為熔鑄於社會結構中的傳播技術，紙莎草紙與古埃及帝國的興衰有著密切的關聯，印

DOI:10.6814/NCCU202000269

刷術則是推動宗教改革的一個重要因素，書寫記錄方式變遷的意義不只是見證人類文明，也成為歷史發展趨勢的助推器（Innis, 1951 /何道寬譯，2003；Van Loon, 2007）。

書寫最初的目的在於資訊記錄，結束口語時代「口說無憑」的狀態，但受限於物質條件和政治文化，以個人為中心展開的書寫活動在相當長的時期並不受重視。而工業革命、資本主義及都市化興起，人們從以往生活的牢固社群進入更流動鬆散的狀態，開始更多關注自身作為個體如何存在。十九世紀的浪漫主義試圖為個人化的書寫正名，肯定書寫是個人情感的自然流動，個人主義便發源於浪漫主義之中，個人主體性的價值開始被普遍認可。

而近半個多世紀以來，個人化的書寫行為在歐美學者的研究中被認為和主體意識的形成及特定心理結構的出現有密切關聯。這些研究大多以考掘、反省歷史為出發點，賦予書寫新的意義。自七十年代開始，拉崗（Jacques Lacan）、德希達（Jacques Derrida）、布魯姆（Harold Bloom）等學者提出書寫不是單純記錄口語所述，有其獨特的物質性，希望擺脫歐洲傳統將口語置於文字之上的局面。他們認為，每一次書寫都是重新思考和敘述，寫作過程不是以透明的語言工具承載我們已有的思考，而是以實體的語言，建構、框架個人的認知，以此確立書寫的地位。英語文學教授 Ong（2013，初版 1982）在 *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word* 一書中梳理了從口語到書寫思維方式的不同，提出閱讀和寫作突出了個人的心理活動，個體開始擁有私人的空間，從而逐漸脫離口述所偏向的集體行動。關注主體性的 Foucault（1982；1983b）則追溯自古希臘，將書寫視為自我技術中的重要部分，強調書寫在道德主體建立中發揮的重要作用。他認為柏拉圖時代流行隨身攜帶「個人筆記本」（hupomnemata），用來記錄個人隨想或管理事務（Foucault, 1983a, pp. 175），捕捉所說所聞，進行自我修養，培養政治上具有獨立思考能力的公民意識，但這一現象僅流行於中上階層。到了十七世紀，東西方皆開始出現較普遍的日記習慣，不少記錄性質的個人書寫被保留下來，恰好又與個體意識覺醒的啟蒙時代同步（Knights, 2001；解亞珠，2016）。並且隨著美國在

DOI:10.6814/NCCU202000269

上世紀八十年代向全球，尤其是第三世界國家輸出書寫本位意識形態，提升全球勞工識讀和書寫能力，個人的文字識讀能力在某種程度上被賦予了進步的意涵，個人書寫的價值在這一系列研究脈絡中獲得肯認，成為個人主體性討論中的重要因素（何春蕤，1990）。

不過在中國古代，個人書寫空間一直未受到明確的認可，書寫亦不被看做和個人意識的覺醒有所關聯，更多和家國抱負相關。在中國古代，摻雜個人經歷和感受的書寫散見於各個時代的文學作品，但作為一個獨立品類出現是從宋代開始。北宋時期的日記作者多是當代文臣，內容緊扣政治時局，甚至被歷史學者作為對照史實的材料，南宋時期日記的創作才逐漸脫離政事有了更多個人化的寫作，例如范成大的旅行遊記。至晚清，日記著者和作品繁多，保存狀況也較好，為學界關注最多，才開始出現相對多元和私人化的題材（解亞珠，2016）。

中國古代文論有「詩言志」和「詩緣情」兩大創作傳統，前者強調個人創作以政治抱負為目的，後者則以情感面向為正當性，不過前者一向更為大宗且為正統認可，但個人情感在創作中的重要價值依然不可小覷。比較文學學者王德威（2010）在梳理中國文學抒情傳統時採納了 Taylor 將情感視為發動現代主體意識的說法，認為中國古代至現代的文人儘管並未刻意強調寫作和主體性的關聯，卻在不自覺地抒情寫作中關注和表達了自我，努力為個人化的書寫尋覓合理的位置。而中國進入現代階段後，文學創作的價值取向究竟應該偏向個人的表達還是集體的敘事一直是文藝界爭論不休的問題。

近幾十年來，隨著識字教育普及，寫作能力被納入基礎教育，個人性質的書寫記錄已經成為稀鬆平常之事。上世紀九十年代，部落格出現，逐漸在全球範圍內盛行，打破了個人書寫原有的公私分界，大量個人書寫從私人的書桌被端上更公開的檯面。早期的部落格自線上日誌（online diary）演變而來，使用者開始透過電腦，在網上書寫生活經歷、日常感想、個人創作等，並且開放或、默許他人閱讀和評價。網絡日誌這一命名形式，似乎有意地引導使用者將以往日記的題材內容轉移到新的媒介上。Scheidt & Wright（2004）認為網誌是具有表演性質的個

DOI:10.6814/NCCU202000269

人敘事，使用者也可通過互動機制和訪客互動。儘管部落格可設置為僅自己可見，但網際網路與外界連結的本質突出了讀者的位置，也有數量可觀的人樂於將其書寫的內容公開給未知的讀者。

乍一看，這一空間相較於傳統的可供個人書寫的線下空間要開放許多，而書寫被觀看的性質也被彰顯出來，成為每一個寫作者都將考慮的事項，但這並不代表部落格式的個人書寫就完全傾向於公開。部落格為個人在線上提供了一個的固定空間，這個空間對於所有能夠使用電腦上網的人開放，既可以選擇只開放給親密好友，也可以完全匿名現身，暫時地將線下固存的權力關係和社交網路切割開，從而讓部落格究竟更私人還是更公開的問題變得相當模糊。一方面，使用者可以選擇逃開現實中社交圈的凝視，或只透露給特定對象，另一方面，相較於傳統的書寫形式，線上書寫平台不僅是單薄的筆記本，更具有明確的空間感知，讓使用者在使用過程中仿佛進入「自己的房間」，希望邀請何種客人觀光這一空間的決定權也掌握在使用者手中。這一特質在之後興起的社群媒體上被進一步放大，也更加成為某種共識性的感知和想像。Horst（2012）在矽谷的工程師家庭中進行民族誌研究，發現儘管很多孩子都擁有自己的房間，也希望將電腦這類媒體放置在自己的房間，但父母卻更傾向於將電腦放在公共空間，因此孩子想要享有絕對的隱私並不容易，Facebook 這樣的社群媒體就成了他們擁有私人空間的首選。孩子們能夠自由支配和安排社群媒體的樣貌，打造理想的空間，藉此找到家庭中沒有的隱私。

2006 年到 2007 年間，網路上湧現出一批內容含量更為碎片和隨意的微博客，諸如 Twitter，Tumblr，Jaiku，FriendFeed，Plurk 等。和部落格相比，微博客所能分享的資訊量小得多，通常是一些簡短的句子（多數以 140 個字符為限）、單獨的圖像或影音連結（Kaplan & Haenlein, 2011）。人們最常在 Twitter 上發佈的內容也是描述其日常生活的隻言片語（Java, Song, Finin & Tseng，2009）。而在微博客出現之前，另一個具有類似書寫性質的網路服務是 Gtalk、Yahoo、MSN 等即時通訊軟體的「狀態」（current status）欄，內容向使用者列表中的好友展示（Java,

DOI:10.6814/NCCU202000269

Song, Finin & Tseng, 2009）。網友 foolfitz 在描述對 Twitter 的看法時，便將之與 MSN 的「狀態」進行了對比：

> 有人說這是一種書寫的解放，有人說這是一種新型態的即時通訊；而就我看來，這不就跟 MSN／即時通的【狀態】是一樣的東西嗎 XD
>
> 話說現在的大學生，狀態都不是用來寫「狀態」的，你一定很難看到有人 MSN 狀態上只寫個「吃飯去」或「馬上回來」；而是會寫如：**初三夜叉家麻醬聚會、這就是兩年沒打掃的下場 Orz** 這般當下的心情或感想；或是自己喜歡，而且想給別人看的句子：**舞台很小 夢想很大 心要起飛 卻沒地方降落**；甚至是落落長的：**什麼天？昏了昏了 慢到 不想 打 ＝ ＝ 喔喔喔 為什麼每天都這麼熱 ˋ 五角冰鋪的留言被撕了啦ˋˊ不過冰好吃．．．！！**
>
> （以上摘自於我可憐朋友們的狀態）[7]

不過「狀態」通常在修改後就被新的內容替代，微博客則將這些瑣碎的狀態都保留在時間軸上，更接近於書寫所偏向的狀態，而非傳統口語溝通，表達過後文本即消逝。使用者有意識地將內容匯集在這一帳號下，和 Foucault（1983a）提及的「個人筆記本」頗為相似，逐漸形成其主體意識的一部分。從書寫的角度看，微博客相較於前輩部落格在書寫難度和佔用的精力上都大大降低，讓書寫實踐更多地交織於日常生活中，成為個人自我觀照的一種微小實踐。Java, Song, Finin & Tseng（2009）認為微博客和部落格的區別不僅表現在使用方式，也改變了人們的使用動機。相比於部落格，微博客意味著更快捷和即時的傳播模式。短小的文本降低了使用者投入在這種書寫過程中的時間和思慮，讓創作的負擔大大降低，促使使用者更頻繁地發文。大部分部落客間隔數天才會更新，微博客使用者的更新速率則是以小時甚至分鐘計算。微博客中最具影響力的平台 Twitter 最初的口號便是「What are you doing？」，以現在進行時的時態突出了即時性的特質，使

[7] foolfitz（2007 年 2 月 19 日）。取自 http://www.bigsound.org/foolfitz/archives/2007/02/twittermsn.html

DOI:10.6814/NCCU202000269

用者可以隨想隨寫，不需要事後回憶再進行書寫。而 Twitter 由於最初是通過手機這一便攜設備來完成內容書寫和發送，手機鍵盤的操作只適合簡短的書寫表達，加上以 140 個字符為限，無法長篇大論，更促成輕鬆隨性的書寫形式。事實上，今天 Facebook 或 Instagram 等常見社群媒體也大都更傾向於這類書寫形式，普通使用者日常發佈的「貼文」（post）或「狀態」（status）較傳統的部落格內容已輕巧得多，不論是閱讀還是書寫佔用的時間都相對少得多，似乎無需專門為這項活動另行安排時間。

近年來，社群媒體上個人書寫獲得的正面肯認大都與個體匯聚而成的集體行動相關，個人帳戶被視為在場的公民，書寫的內容則被視為個人發聲的方式，在阿拉伯之春、佔領華爾街運動等非常規事件中成為矚目的話題。這一視角將個人書寫的意義與其造成的具體社會效果相聯繫，關注的是集體聲量（邱林川、陳韜文，2009），但這種書寫實踐發生在極為特殊的情境下，無法和日常的書寫一概而論，並未說明自社群媒體掀起的書寫習慣對個體所帶來的影響。

個人書寫的偏好和分化與其生活環境及生命經驗有著密切聯繫，了解人們為何書寫又選擇以何種方式書寫是一個複雜的社會過程。Papacharissi（2012）研究人們在社群媒體上的展演行為時，提及個人的情感抒發作為一個必然存在的因素，長期以來未受到充分考慮。人們書寫的感性和理性因素通常是混合的，Papacharissi（2012, pp. 2002）認為大部分人在 Twitter 上的書寫行為是有意識的即興創作（deliberate improvisation），本研究也無意刨除任何因素對個人實踐的影響，反而希望避開簡化的理解方式。Marwick & Boyd（2011）提到社群媒體使用者大都希望在保持形象和維持本真性（authenticity）之間取得平衡，並且除了以自我推銷（self-promotion）為主要使用原因之外的使用者通常會將自己的帳號視為個人空間，而這種對本真性（authenticity）和個人空間的強調則是抗拒自我被商品化（self-commodification）的一種表現，個人在社群媒體上的書寫或許延續了此前的書寫形式與主體性觀照上的聯繫。

隨著網際網路和數位技術在中國大陸的發展，民眾開始透過網路對公共事件

DOI:10.6814/NCCU202000269

發表個人看法，時常能夠匯聚起可觀的輿論力量，推動個人或地區維權抗爭事件的進展，因此湧現出不少對底層賦權的想像和討論，而這些討論大多關注的也是個人在集體事件中扮演的角色（胡泳，2008；邱林川，陳韜文，2009；邱林川，陳韜文和茅知非，2017；Tong & Zuo，2014）。4Svensson（2014）指出目前針對中國大陸社群媒體使用者日常使用方式和狀況的研究相當匱乏，忽視底層賦權的設想與實際情況的落差，例如微博使用者在整體人口中的比例遠高於 Twitter 在世界各國的佔比，時常被視作考察民間觀點的主要平台，但大多數微博使用者都是城市居民，農村使用者則更偏向使用 QQ 空間、微信這類相對封閉的平台，這些平台聚集了更多與他們來自同一地區的使用者，對於在整個網際網路分享內容不感興趣。Svensson（2014）認為這挑戰了技術解放的可能性和底層想要向世界「展現自我」的期待之間的必然聯繫，個人實踐可能不符合宏觀的目標和期待。

二、想像閱聽人下的個人表達

由於網際網路對外連結的特性，線上平台書寫中閱聽眾的位置被凸顯出來，不過寫作者預設讀者的現象在個人書寫中一直存在，「為閱聽人而寫」幾乎是不可避免的，並且閱聽人一開始就與個人書寫的形成和發展息息相關。

Ong（1982）在對比口述和書寫的不同時，提到寫作者不再面對現實的聽眾，不再有面對面的臨場感，因此必須先虛構聽眾，再進行書寫。對大多數人而言，記錄生活瑣事和感受的私人日記不會對外公開，甚少有自己之外的讀者，但在西方的傳統中卻習慣以「Dear Dairy」作為日記開頭，寫作者想像自己向某個對象講述傾訴，將日記本形塑為理想的閱聽人，在《安妮日記》中 Anne Frank 就給日記本取名為 Kitty，視其為自己的好友，在每篇日記前都寫上「Dear Kitty」。中世紀僧侶在書寫個人記錄時則將讀者想像為監察自己的對象，基督教徒 Athanasius 在《聖安東尼的生活》（Vita Antonii）中將自我書寫視為一種監察方式，筆記本扮演者一個同伴的角色，書寫者在羞恥感中正視自己的行為，書寫近乎一個向導師懺悔的過程（Foucault, 1983b）。儘管過往個人書寫的內容在物理層面上都保存

DOI:10.6814/NCCU202000269

在相對封閉的空間裡，大多不對外傳播和流通，但閱聽人無疑發揮著重要的作用。人們總是在想像閱聽人的狀態下書寫，閱聽人也總是被想像出來的（Ong，1975）。

閱聽人代表著寫作者對情境的想像，除卻面對面的溝通，所有傳播都是在缺乏物理性實體對象的狀態下進行的。我們通常認為打電話這一舉動是對著一個特定且具體的閱聽人進行，但對方並不在眼前，溝通的完成很大程度也建立在無意識的幻想之上（Marwick & Boyd，2011）。個人在社群媒體上進行的書寫實踐又是以非同步傳播的方式和他人進行互動的，因此個人的書寫過程通常不是為了即時性地回應對方，而是在獨白的狀態下想象閱聽人（王右君，2019）。

Meyrowitz（1985）提到電子媒介出現，原本慣於因地制宜調整溝通策略的演講者，需要在廣播中同時面對全國各地的觀眾，原本多種對話情境融為一體，導致「情境崩解」（context collapse）。這個概念被不少學者用以討論人們在社群媒體上所面臨的狀況及其對書寫的影響（Davis＆Jurgenson, 2014; Marwick＆boyd, 2011; Vitak, 2012；Beam, Child, Hutchens & Hmielowski, 2018）。

「情境崩解」的關鍵在於情境融合，相當於同一情境中不同類型的閱聽人同時到場，網際網路的開放性為人們的書寫帶來了多重交疊的閱聽人，甚至是不確定的，書寫的內容可能同時被來自各個生活領域的對象閱讀，從而讓以往人們依循特定空間來規範行事的狀態發生變化（Hampton, Goulet, Marlow＆Rainie, 2012; Marwick, 2005; Marwick＆boyd, 2011）。

社群媒體平台上的閱聽人大致分為兩類，一類是可見的，主動發表評論者或是以列表呈現的身份明確的閱聽人，例如在 Facebook 上互相驗證身份的「朋友」（friends），Twitter 上的「追蹤者」（follower）清單，這其中就可能包含著朋友、同事、家人、網友等來自不同社交圈的閱聽人。另一類則是未知的，難以把握，當寫作者將書寫的內容設置為公開，通常這也是默認的狀態，便意味著隨時可能有潛在的閱聽人出現。

社群網站的技術本身增加了人們對於閱聽人理解的難度（Marwick＆boyd, 2014; Papacharissi, 2013），演算法和偏好影響著每次書寫後閱聽人的構成

DOI:10.6814/NCCU202000269

（Bernstein, Bakshy, Burke ＆ Karrer, 2013; Eslami et al, 2015; Moll, Pieschl, ＆ Bromme, 2014），內容發佈後也可能被他人儲存和搜索到，再被進一步分享（boyd, 2014）。當我們從實際存在的閱聽人這個面向梳理時，很快就會發現，這件事相當耗費精力並且幾乎不可能做到。因此，Marwick & boyd（2011）及 Litt & Hargittai（2016）在研究中發現想像的閱聽人通常不等同於實際上的閱聽人，使用者對於閱聽人的想像也各不相同。

Marwick＆boyd（2011）在 Twitter 發起研究，詢問使用者如何想像目標閱聽人，發現儘管使用者會顧忌到形象維護的問題而在書寫時進行自我審查（避而不談某些話題）和平衡（技巧性地表達），卻依然強調本真（authentic）。其中更有部分使用者認為發文是在和自己對話，並將這種書寫方式理解為日記或生活記錄。Marwick＆boyd（2011）認為強調「我」作為閱聽人的重要性而抗拒其他閱聽人，可能是由於在當前語境下，對閱聽人關注很容易被等同於內容上的失真（inauthentic），雖然他們發佈的內容依然是公開的。這提醒了我們必須要正視，完全不考慮閱聽人的狀況是不存在的，但閱聽人的存在不意味著只能從形象管理的角度來理解書寫行為。

事實上，人們相當積極地協調閱聽人和個人表達之間的衝突，尋找理想的閱聽人。為了應對和避免「情境崩解」帶來的緊張局勢，不同地區的研究都發現使用者會策略性地篩選閱聽人。常見的有：更改隱私設置——大部分網站提供的最私密書寫方式為「僅自己可見」，使用多個帳戶，採用匿名或暱稱，創建虛假身份的帳號來掩蓋真實身份等，以便更自如地進行表達，也保留其他閱聽人的位置（Costa, 2018；Duffy & Chan, 2019; Marwick, 2005；Vitak, Blasiola, Patil & Litt, 2015；吳皓筠，2015）。以個人為中心的書寫有助於主體認識自我，反思自我，並更好的觀照自我，但個人書寫和閱聽人是共存的，閱聽人顯然是寫作者對自身進行思考的必不可少的一個中介（Foucault，1982）。

Miller（2011）根據其對 Trinidad 在地居民使用 Facebook 的研究，提出「傳播的剩餘經濟」（surplus communicative economy），認為人們似乎用社群媒體做各

DOI:10.6814/NCCU202000269

種不同的事情，社群媒體不僅是滿足溝通需要或者其他實用主義的工具，因此他嘗試提出逆向假設，認為與其說人們將 Facebook 作為維繫人際關係的途徑，不如說我們當中許多人將人際關係作為維繫自己與 Facebook 本身之間關係的途徑，社群媒體充當抽象的好友角色。並且他認為除了上述的可能性，依然有很多部分無法解釋，例如為什麼在社群媒體上，人們擁有為數眾多而又不存在有效互動的「朋友」，同時也不能解釋 Trinidad 使用者為何熱衷將一些並不討喜的內幕消息公佈在社群媒體上。

Miller（2011）還提出理解社群媒體使用的另一世界觀，即社群媒體一方面扮演者生活中值得記錄事物的見證者，另一方面也是使用者接受審視與批判的道德存在。歷史上，人們會把這種審視與評判歸於神的凝視，但在這裡，人們將之歸於那些在社群媒體上被稱為朋友的普羅大眾。簡言之，社群媒體作為道德環繞（moral encompassment）的一種模式，具有世界觀上深刻的意涵。

第二節 中國網際網路發展的行動轉向

十年前，電腦還是中國大陸使用者連結社群媒體和即時通訊軟體的主要渠道，智慧型手機（smart phone）的普及和手機上網成本的大幅降低改變了這個局面。隨著網際網路基礎設施的完善和行動上網資費不斷下調，智慧型手機憑藉極大的便利性和靈活性迅速寄生在城市的每一個角落，整體的社會文化和經濟發展都傾向於委以行動科技重任。在這一前提下，即時性書寫成為特定脈絡下的普遍實踐。

一、網際網路的興起和趨勢

1994 年 4 月，中國全功能接入網際網路。2000 年，「博客」（中國的 blog 譯名，即部落格）進入中國，但最初未受到業界的太多關注，而 2003 年，網路作家「木子美」在「博客中國」網上公開書寫其性愛日記，尤以其與某搖滾樂手的

DOI:10.6814/NCCU202000269

故事《遺情書》引起轟動，更多民眾開始了解「博客」並使用。[8]於是，2005 年，新浪、搜狐等門戶網站也加入博客陣營，線上百科（WIKI）、社群網路服務（SNS）等概念和新事物陸續出現，中國網際網路進入 web2.0 階段，在線上書寫的使用者逐漸形成規模。

不過這一階段人們上網的工具只限於電腦，數位書寫自然也只能透過電腦進行。想要在網路上發佈文章就必須端坐在電腦前打出所有內容，一旦移步他處，和線上的連接就必然要終止。直到 2009 年 1 月，中國工業和信息化部（簡稱「工信部」）為中國移動、中國電信和中國聯通（統稱為中國通訊行業三大運營商，分割所有市場化的民間通訊業務）發放第三代行動通訊（3G）牌照，手機上網將進入高速階段。2009 年下半年，運營商開始大規模釋放 3G 用戶號碼，並強力推廣 3G 手機的概念，積極聯合手機廠商進行促銷，手機網民的數量在半年間急速增長，截止 8 月底，手機網民突破 1.8 億，佔整體手機用戶數的 34.2%。[9]手機網民比例則在年末達到 60.8%。[10]

然而這個增速並沒有維持下去，隨後一年便開始明顯放緩。3G 手機並非一出現就完全顛覆電腦主導的局面。大部分手機網民在同時使用電腦上網，甚至到 2010 年末，手機和電腦雙重網民的比例仍為 56.8%，研究者也大都認為電腦未失去主權，稱此時處於電腦上網和手機上網互相滲透融合的時期。[11]事實上，不論是文化習慣，還是物質條件，這一階段的手機上網行為都處在初級階段。首先，新增手機網民由於接入手機網際網路時間較短，手機上網的習慣還未培養起來，上網時長和頻率都較低。其次，網速依然較慢，資費也相對較高，制約了手機上

[8] 人民網（2003 年 11 月 17 日）。〈性愛日記網上連載『木子美現象』讓人擔憂〉，取自 http://www.people.com.cn/BIG5/wenhua/27296/2193457.html

[9] 資料來源：CNNIC & CR Nielsen（2009 年 10 月）。〈2009 年中國移動互聯網與 3G 用戶調查報告〉。

[10] 資料來源：CNNIC（2011 年 3 月）。〈2010 年中國網民手機上網行為研究報告〉。

[11] 同 10。

DOI:10.6814/NCCU202000269

網的活躍度和深度進一步提升。[12]

此外，手機本身的功能也限制了實踐的可能性，儘管 3G 網路將手機帶入了網際網路的世界，不過功能手機和智慧型手機在載用軟體的便利程度上差異甚大。2008 年 7 月，蘋果公司推出 iPhone 3G，開啟智慧型手機的時代，陸續為手機的創新設計帶來諸多啟發性的變革（Hjorth, Burgess & Richardson, 2012; Chesher, 2012）。在 2010 年 CNNIC 的調查結果中，智慧型手機用戶在手機上安裝過軟體的比例大大高於總體上網用戶，各大智慧型手機操作系統的手機網民安裝軟體的比例都接近 80%（包含 Symbian、微軟、Android 和 iOS），但在總體手機網民中的這一比例則只有 44.5%。[13]

不過相對於 iOS 系統，配置 Android 系統的手機廠商更多，大量中低價手機依託此系統，有助於智慧型手機的最終普及，成為行動上網真正走向成熟的助推器。兩年後，在 2012 年的手機網民購機意願調查中，未來計劃購買 Android 手機系統的比例最大，佔 41.9%，其次才是 iOS 系統，佔 28.2%。[14]截止 2012 年 6 月底，中國手機網民規模達 3.88 億，在整體網民中佔比 72.2%，首次超越臺式電腦的網民數量，成為第一大上網終端，手機逐漸成為人們上網的主流方式，46.2%的手機網民在工作學習時間外，最常使用的上網設備為手機，與電腦已基本持平，甚至 35.6%的手機網民因為手機而減少了對電腦的使用，並且根據同時期調查，有 50.6%的手機網民計劃購買智慧型手機。[15]追求更高的性能配置也成為購買智慧型手機的主要原因（佔 72.8%）。[16]

以中國政府的發展計劃來看，網際網路和移動通訊被列入公共服務和福利設施，同時為經濟發展和轉型帶來新動力，讓人們以更低廉的價格，浸泡在更高速

[12] 據 CNNIC（2011 年 3 月）。〈2010 年中國網民手機上網行為研究報告〉，使用者認為制約其使用手機上網的主要因素為「網速較慢」（63%）和「資費過高」（25%）
[13] 同 10。
[14] 資料來源：CNNIC（2012 年 11 月）。〈2012 年中國手機網民上網行為研究報告〉。
[15] 同 14。
[16] 同 14。

DOI:10.6814/NCCU202000269

的網路環境中。2013 年 8 月，中國國務院印發《「寬帶中國」戰略及實施方案》，指出寬頻是國家經濟社會發展的戰略性公共基礎設施，強調加強戰略引導和系統部署，推動全國寬頻基礎設施快速健康發展，制定了 2015 和 2020 年兩階段發展目標。2015 年，國務院辦公廳印發的《關於加快高速寬頻網路建設推進網路提速降費的指導意見》提出加快基礎設施建設，大幅提高網路速率。同一年，中國三大移動通訊運營商相繼行動：中國聯通承諾在 2016 年底前降低全網移動用戶資料流程量綜合單價 20%以上；中國電信宣佈 4M 以下寬頻免費提速，流量資費降約四成；中國移動也表示將推出十三大提速降費新招。此外，三大運營商年內實施面向所有用戶的「流量當月不清零」政策。中國數字經濟的規模也保持快速增長，佔國民生產總值比重持續上升，2018 年佔比超過三分之一，達 34.8%。[17]

截至 2018 年 12 月，中國網民使用手機上網比例達 98.6%，使用台式電腦上網比例為 48%，較去年同期下降 5%，筆記本電腦的比例為 35.8%。[18]2019 年的調查結果顯示，中國大陸整體網民訪問時間較平均分佈自早上 8:00 至 23:00，且保持在相對高位，而工作日與週末訪問時間的分佈也幾乎重合，表明「持續在線」的狀態在相當比例的使用者中已成現實。[19]今天使用者對網際網路的想像較多年前只能通過電腦上網時已發生很大的變化，人們開始習慣在多場景、移動中使用網際網路，即時性書寫具備了物質性基礎。

二、以東部都會區新生代為主的使用者

儘管中國近年來不斷強化通訊和網際網路作為公共服務的一部分，但受到經濟面和社會文化差異的影響，實際使用層面的數位落差依然顯著，主要體現在地區、階級和世代三個面向。

根據 2018 年的統計數據，網際網路普及率在城鄉和東西部地區的差異依然

[17] 資料來源：http://finance.eastmoney.com/a/201904251106317971.html
[18] 資料來源：CNNIC（2019 年 2 月）。〈第 43 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。
[19] 資料來源：網宿科技（2019）。〈中國互聯網發展報告 2018〉。

DOI:10.6814/NCCU202000269

相當大。城鎮地區網際網路普及率已達到 74.6%，農村地區則為 38.4%。[20]一直以來作為經濟領頭羊的東部地區網民比例遠高於其他地區，東部地區整體網民佔比超過半數，其中華東網民人數佔總數 30.71%，華北地區佔 13.39%，華南地區佔 14.34%；而行動端網民同樣以東部地區佔絕對優勢，其中華東佔比 38.21%，華北佔比 16.71%，華南佔比 9.77%。[21]網際網路普及率排名前六的省份均分佈在東部沿海地區，分別為北京市、上海市、廣東省、福建省、天津市和浙江省，與經濟發展程度及人均生產總值排名幾乎重合。

改革開放四十年來，東部沿海地區不僅經濟上的領先其他地區，社會文化氛圍和生活方式也相對更為豐富多元，成為人口不斷流入和聚集的地區，成為數位經濟發展的重要市場。從更具體的層面來看，不同地區人口在使用方式上也因此呈現出較大差異。以 2018 年來看，社交服務類作為總體網民使用頻率最高的軟體類型，日均使用率高達 94%，這也是東部地區使用者手機上網的核心需求，這與本研究所觀察的自線上書寫平台發展出的使用慣習相匹配；反觀西部地區網民使用頻率比例最高的手機軟體類型則依次為遊戲、資訊和生活服務類應用。[22]

在世代方面，受到明確的政策導向影響，出生於 1980 年代之後的中國公民在數位科技尚未普及的情況下就率先接受了相關教育，從小便對數位科技的使用更為熟悉。1980 年代中期開始，中國政府為了迎接資訊科技時代的到來，提出「計算機的普及要從娃娃抓起」，將電腦技能的學習加入中小學教育的必修課程。[23]自 1994 年開始，政府在資訊科技上又追加了大比例的教育項目，2000 年啟動了「校校通」項目，希望在 5-10 年間使全國 90%的獨立建制中小學能夠使用網際網路。因此 1990 年代後出生的孩童某種程度上可被視為中國的「數位原住民」。而以 1990 年出生為年齡最大者來計算，受到數位科技和網際網路全民普及影響

[20] 同 18。
[21] 同 19。
[22] 同 21。
[23] 《新民晚報》（2014 年 8 月 22 日）。〈鄧小平視察上海：計算機的普及要從娃娃抓起〉，取自 http://www.chinanews.com/gn/2014/08-22/6522779.shtml

DOI:10.6814/NCCU202000269

的人群年齡在 30 歲以下，這一人群依然是當下的網民主力，在 2018 年的統計中，20-29 歲之間的網民占比最高，達 26.8%。[24]

三、在地媒體文化：微信的發展

社群媒體現象似乎具有全球性，但在地實踐往往又深受具體的社會文化影響。與不同地區呈現出的 Facebook 多元使用樣貌不同，受到網路防火墻的限制，中國境外的社群媒體幾乎都無法在中國境內使用，為中國內部社群媒體生態的發展提供了一個相對獨立的空間，科技公司若想生存也必須依據境內消費市場進行產品設計。

自 2009 年起，政府封鎖了 Facebook 和 Twitter 在中國的使用，隨後 Instagram 也被禁用，而中國網際網路的行動轉向則大致發生在 2010 年之後，完全避開了與全球主流科技公司的競爭，大多數使用者對行動社群媒體的體驗具有高度在地性（Bamman, O'Connor & Smith, 2012）。

最初只能在手機上使用的微信代表了中國社群媒體行業的行動轉向，自 2011 年推出至今逐漸成長為使用人數最為龐大的平台，與其他社群平台拉開差距，2018 年其月活躍用戶超 10 億，同期位列第二的則是同出一家的 QQ 空間，活躍戶數為 5.62 億。[25]不過和微信不斷向前邁進的步伐不同，QQ 空間的用戶數近年來持續下滑，而微博則以 4.62 億排在第三位。作為中國影響力最大的在地社群媒體，微信具有兩個鮮明的屬性，**其一便是以手機時代的即時性為發展核心，其二則是以半封閉的熟人社交為軟體腳本**，該部分將透過分析微信朋友圈的特質理解該平台最資深和佔比最大的使用群體——年輕世代如何理解和想象社群媒體和其主體的關係。

微信隸屬於騰訊科技公司，該公司此前主打產品為即時通訊軟體 QQ 和博客

[24] 資料來源：CNNIC（2019 年 2 月）。〈第 43 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。
[25] TechWeb（2018 年 5 月 17 日）。〈騰訊財報背後的流量隱憂：微信用戶增速放緩 QQ 空間月活連續 6 季度下滑〉，取自 http://www.techweb.com.cn/internet/2018-05-17/2665776.shtml

DOI:10.6814/NCCU202000269

服務 QQ 空間，均是電腦時代的產物。微信推出時的核心功能也是即時通訊，但卻放棄了此前大多數社交類應用選擇電腦和手機並行的策略，成為一款只能在手機上使用的軟體，手機不再作為輔助而成為中心。本研究的核心微信朋友圈則是 2012 年 4 月微信 4.0 版本更新時上線的即時動態發佈功能，能夠發佈文字和圖片，鼓勵「即興的創作」，依然無法在電腦上使用，在電腦和手機上進行的書寫成為無法串連，各自獨立的存在。[26]

其次便是腳本設計和功能服務上半封閉的特質，這一特質影響使用者實際會觸及的閱聽人及其想象方式。社群媒體的發展仰賴使用者之間社交關係的建立和維繫，過往研究指出人們在社交網站上建立連結的通常都是原本已經相識的對象，因此社交網站在設計上大多致力讓使用者將線下關係遷移到線上，創造機會讓人們再次相遇和相認（boyd & Ellison, 2007）。Facebook 即要求使用者以現實生活中使用的名字作為名稱，在交友欄提示使用者「你可能認識的朋友」，並明確列出共同臉友的數量。Instagram 也設置了推薦用戶一欄，試圖引流 Facebook 的社交關係，Snapchat、Twitter 等平台儘管未對用戶名稱進行限定，但若嘗試以對方姓名或暱稱中的部分資訊搜索，系統將呈現出包含相關字符的搜索結果，除非對方刻意隱藏，也較易尋獲蹤跡。

微信在中國被定義為「熟人社交」，同樣屬於主要由使用者原有社交關係驅動的社群媒體。然而，作為目前中國使用人數最多的社群媒體兼即時通訊軟體，微信在推出之時的設計就以封閉和高效作為取向，強調隱私。

微信為騰訊科技公司在 QQ 之後推出的同類產品，而 QQ 作為當時中國境內用戶數量最多的社交軟體本可以成為微信拓展和增加用戶的助力，然而微信在運營之初卻不鼓勵將 QQ 上的社交關係平移至新平台。微信既不向使用者推薦和同步 QQ 好友，也未設置任何類似「推薦好友」的欄位，使用者想要添加好友必須清楚地知道對方的微信賬號名（與暱稱不同，需點開個人資料頁才能查看，賬號

[26] 騰訊的公關總監「騰訊張軍」2019 年 3 月 29 日發佈的微博，取自 https://www.weibo.com/1044254764/Hn7aHayWp?from=page_1005051044254764_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

DOI:10.6814/NCCU202000269

名由英文字母和數字組成）或掃描對方身份 QR 碼才能搜索到相關用戶，無法透過嘗試搜索對方姓名及相關字符的方式發現該用戶，並且默認需要對方驗證才能建立連結，看到對方在微信朋友圈更新的即時動態。

微信的創始人張小龍在 2016 年的公開演講中也提到微信確實將封閉性寫入了設計的腳本：

> 如果是很早期的微信用戶就會發現，微信其實一直不鼓勵你加太多好友，所有的加好友都要經過你的驗證通過才會加進來，其實如果微信作為一個產品要讓好友變得很多的話很簡單，只要把 QQ 好友、手機通訊錄導進來默認變成你的好友就好了。但是我們一直非常謹慎，一直希望用戶的好友不要太多，所以每次加好友都提示用戶是不是確定要添加他，從來沒有說批量導入過……[27]

boyd（2015）認為社群媒體提供了經由網路技術構建的新公共空間，並提出這一空間和傳統的實體公共空間的差異在於持久性、能見度、散播力和可搜索四個面向。持久性指的是內容和呈現時間的持久；能見度指的是可資見證的潛在閱聽眾，大多數社群媒體都以廣泛分享為前提，在默認狀態下分享的內容面向公眾（public），通常需要使用者主動設定才能限制特定分享內容的能見度；散播力和可搜索則分別指內容容易被分享和找到。

以下將先列出微信朋友圈在隱私設置上的「默認功能」和需使用者「手動設置功能」，再對照持久性、能見度、散播力和可搜索四個特質進行詳細說明，可發現信朋友圈的設計及發展方向近乎逆其道而行。

- 默認功能：

A. 貼文默認及最大可見範圍為微信好友

B. 微信好友能夠對貼文進行重複瀏覽、「評論」或「贊」，但無法「分享」

[27] 騰訊科技（2016 年 1 月 11 日）。〈微信張小龍首次公開演講全文〉，取自 https://tech.qq.com/a/20160111/034681.htm

DOI:10.6814/NCCU202000269

或「儲存」該帖文

C. 只有發佈貼文者能看到所有人的「評論」或「贊」

D. 非發布貼文者能夠看到與貼文者共同好友的「評論」或「贊」

- 手動設置：

A. 隔絕特定對象的所有閱聽權：在軟體中被描述為「不讓他/她看」，被添加到「不讓他/她看」列表中的好友將無法看到該使用者過往及未來發佈的所有動態，通常被稱為「屏蔽」

B. 隔絕部分時段的內容：在軟體中被描述為「允許朋友查看朋友圈的範圍」，用於設定朋友圈可見的時間期限，目前有「最近三天」、「最近一個月」、「最近半年」和「全部」四個選項

C. 針對具體貼文設置隔絕：需在每次發布貼文時進行設置，分為「公開（所有好友可見）」、「私密（僅自己可見）」「部分可見（選中的好友可見）」和「不給誰看（除選中的好友其餘可見）」四類。使用者可隨時自行建立分組，但建立分組必須在貼文發佈的界面進行，不過分組一旦建立便可重複使用，但仍需每次發文前點選，通常被稱為「分組可見」

與能夠面向全球公眾發言的社群媒體不同，微信朋友圈的分享範圍僅限於該使用者的微信好友。也就是說，其目的只在於維持現有的社交關係，且閱聽人清單是確定的，不向更大範圍未知的人群進行展示。使用者可以對好友發佈的貼文進行「評論」或「贊」，卻無法查看其他陌生使用者與好友在該帖文下發生的互動。這一設計減少了線下不同社交圈的交雜，使用者可以放心大膽地和同儕在評論區插科打諢，而不用擔心父母長輩的監督，或是在評論區和家人朋友吐槽工作煩惱時，也不必擔心同事上司的目光。

微信朋友圈在推出的同年便增加了對發佈內容選擇可見範圍的功能，使用者不僅可以將特定的朋友圈設置為「私密」和「部分可見（選中的朋友可見）」，還

DOI:10.6814/NCCU202000269

可以採取排除的做法，選擇「不給誰看（選中的朋友不可見）」，讓使用者在能見度上有更靈活的操作，而微信朋友圈的可見範圍本身也只限定於互為好友關係的明確清單中，無需額外進行隱私設置，本就不存在分享未知的閱聽人（Marwick & boyd, 2011）。

對過往發佈的內容，微信朋友圈也是中國第一個推出「三天可見」功能的社群媒體，並在之後陸續更新「最近一個月」和「最近半年」的選項，在持久性上給予發佈者更多選擇空間。

在散播力和可搜索層面，微信朋友圈對於使用者的原創內容既不提供諸如「分享（share）」「轉推（retweet）」「複製連結（copy link）」等利於直接擴散內容的按鍵，也不設置「儲存貼文（save post）」「書籤（bookmarks）」「珍藏（saved）」以便儲存他人過往發佈的內容，使用者只能透過手動跨平台、複製粘貼、截圖等間接的方式散播內容。而其他使用者更無法通過搜索相關詞彙找到朋友圈發佈的內容。由此可見，有別於 boyd 提到的公共空間，微信朋友圈在設計上更接近一個半封閉的互動空間，諸多設定都趨向於降低內容被散播至確定閱聽人之外的幾率。

不過該部分並非試圖說明微信朋友圈的腳本設定獨具創意，恰恰相反，本研究主張社群媒體平台的意義皆來自使用者在具體情境下的實踐，從關係的角度來看待社群媒體在地使用的獨特性（Miller, 2011；Costa, 2018）。微信朋友圈的腳本設定和中國作為其唯一的市場有著密切關聯。

第三節 從手機出發的即時性書寫實踐

該部分論述手機作為書寫媒介的特質及其對使用者習慣的影響，進一步將手機作為紙筆、電腦之後出現的書寫空間來討論。手機和使用者的親密和陪伴程度都甚於前兩者，而科技公司和媒體機構常常以此為基點引導使用者進行書寫，鼓勵使用者創造內容，增加用戶黏著度。使用者也不斷在實踐中豐富和形塑即時性

DOI:10.6814/NCCU202000269

書寫的內涵，創造這一書寫方式對其自身的意義。

新媒介的出現往往不會直接導向單一的結果，尤其是單個媒介技術。最早的手機雛形可以追溯至 1902 年，偶然地誕生於美國的一處鄉下住宅，但直至 1973 年第一部真正意義上的民用手機才出現。[28]媒介技術，就如同其他種類的技術，均置身於社會整體的脈絡之中，社會各種要素甚且深嵌於科技之中。媒介科技同時具有物質與符號兩方面的意涵，同時也是引發行動的觸媒，但媒介只有透過個人或是組織的具體實踐，才能真正實現、發揮這些效果。這些行為本質上都涉及一場對意義與控制權的爭奪戰，從技術物的設計，到媒體的發展、分佈，乃至使用，皆是如此（Silverstone, 1999/陳玉箴譯，2003）。

一、手機作為媒介

在手機發展初期，受限於電池容量、內存大小，附帶功能非常有限，早年功能性手機（feature phone）以人際通訊為核心，主要的實踐活動唯有即時通話和發送簡訊。簡訊可以算作手機上最早出現的文本，編輯簡訊則是使用者以手機作為書寫方式的初體驗。不過，在簡訊盛行的年代，受到資費和技術的限制，大部分情況下使用者首要考慮的是溝通效率，即如何在有限的字符數量和類型之內書寫文本，填充訊息，人們使用簡訊的動力也主要是考量到價錢相對低廉以及在降低干擾性的狀態下完成溝通，減少線上與線下的摩擦（Hjorth, Burgess & Richardson, 2012；Levinson，2004）。

這一階段手機的使用特性透過和固定電話的對比彰顯，最先被注意到的是其可移動性（mobility）和便攜性（portability），促使個人間的溝通能夠超越時間和地點的限制（mobile communication），保持永遠相連（perpetual connection）的狀態，主要影響了使用者維繫社交網絡和人際關係的方式（Katz & Aakhus, 2002；Rheingold, 2002）。一些學者對這一現象表示擔憂，認為使用者將困於無形的束縛

[28] 一點資訊（2017 年 6 月 27 日）。〈史上最全最詳細手機發展史〉，取自：https://zi.media/@yidianzixun/post/E7xk7c

DOI:10.6814/NCCU202000269

之中（Turkle, 2008），另一些學者則提出手機為個人提供了更靈活的行動方式，不是絕對意義上的「即時」，卻增加了隨時協調的可能性（Ling & Yttri, 2002；Ling & Donner, 2009）。不過，手機憑藉其物理上的特質能夠被隨身攜帶，放入口袋，成為個人書寫場景從家戶之內向外轉移的契機，人們也在這一時期開始習慣於在不同的時空場景下與這一媒介相連，迅速形成新的使用規範（Horst, 2012；Rheingold, 2002）。

隨著手機功能及行動網路技術日新，當今最先進的手機已經能夠囊括上百種功能，近年來的研究轉向強調手機作為隨時隨地連結網路之設備所蘊藏的多種可能性。智慧型手機成為部分地區的主導使用設備後，手機不僅能夠保持較順暢的網路連接，豐富的軟體也將溝通、娛樂、記錄、資訊整合等功能合為一體（Hjorth, Burgess & Richardson, 2012）。儘管我們依然習慣以「行動電話」（mobile phones）指代這一設備，但手機技術融合的程度使得「行動電話」這個術語已經無法充分描述這一技術物（Lievens et al, 2007）。不少學者試圖對手機進行再定義，提出應當以新的視角來看待手機（Lievens et al, 2007；Levinson, 2004；de Souza e Silva, 2006）。

兩位美國學者 Rheingold（2002）和 Levinson（2004）早年以芬蘭、日本、美國等國的主要城市作為觀察，對手機的未來發展趨勢提出暢想，尤其強調手機可能取代電腦成為更好的網路連接設備，成為下一個趨勢所在，將手機和電腦進行了比對，而非固定電話。Rheingold（2002）預言關鍵多數將在不久出現，當一定規模和比例的使用者開始透過手機在網際網路上匯聚，以往透過電腦相會的個體將形成更為靈活的社群，肯定了手機的媒體潛能。Levinson（2004）認為手機是一種更好的網際網路連結方式，人們不再需要體積較大又受到使用場所限制的電腦設備來儲存和分類資訊。事實上，互聯網研究學者的興趣確實也逐漸從關注個人電腦轉移到手機上（Hjorth, Burgess & Richardson, 2012）。

de Souza e Silva（2006）認為手機在推廣為商用後不久，就包含了豐富的功能，甚至遊戲也在較早版本的手機中就已經出現，與其說手機是無線語音設備

DOI:10.6814/NCCU202000269

（wireless voice devices），不如說是攜帶式微型電腦（portable microcomputers）。以攜帶式微型電腦對手機進行描述，意味著看待手機的角度也將發生改變，de Souza e Silva（2006, pp. 19）將手機首先視為一種媒介，而不是單一的設備，並將手機定義為一個「可穿戴的，無處不在，社會的媒介」（wearable，ubiquitous and social media）。

一方面手機越來越成為一個媒體共存的綜合體，另一方面以單個軟體或網站作為研究單位的考察方式也開始難以處理今天人們使用手機的複雜狀況。Madianou & Miller（2012a；2012b）意識到如今人們使用媒介的狀況越來越複雜，提出以「複媒體」（polymedia）的概念對新的使用情境進行定義，以個人使用媒體的整體狀況作為出發點，而不是繼續在不斷增加變化且越發分散的單個平台下進行研究。而 Madianou（2014）認為智慧型手機超越任何其他技術物，綜合了傳統手機、個人電腦和連接網路的功能，是技術性接合（technological convergence）最突出的代表。他在研究英國菲律賓移民與家人溝通的過程中觀察到使用者將智能手機視為人際溝通的綜合環境（integrated environments），接著再利用不同媒體平台的差異來表達情感，管理他們與異國親屬的關係。手機不僅體現了不同的技術和平台的融合，也是使用者實踐、習慣和使用方式的混雜。這種混雜的情況不止發生在手機作為人際溝通的使用上，Lee（2012）認為自 iPhone 起，人們逐漸習慣跨媒介的實踐方式，多種連結頻道在同一設備內無縫銜接，讓使用者能夠依據當下的心境和需求來選擇書寫平台。雖然「複媒體」的研究主要處理的是媒體技術對人際溝通之影響的問題，但將手機視為一個綜合的媒介環境，並且以手機為單位展開研究是本研究希望採取的觀點。

智慧型手機能夠安裝和啟動無數應用程序的能力顯示出了強大的可塑性（Goggin, 2011; Jenkins, 2006）。如同 de Souza e Silva（2006）對定義提出的思考，手機本身是一種技術媒介，每一種媒介都有其偏向（bias）。Costa（2013）認為智慧型手機完全改變了她使用社群媒體的方式，她意識到在公車、廁所等更多地點使用 Facebook 的可能性是手機所特有的，儘管此前她也花費大量時間在

DOI:10.6814/NCCU202000269

Facebook 上，但手機依然帶給她全新的體驗，並在數月之內形成了新的規範（Miller, 2012/王心遠譯，2014）。Humphreys（2013）提到早期行動社群媒體研究（mobile social media）更關注適地性服務（Location-Based Service），手機被視為個人與地點之間媒介，但人與媒介之間關係的變動不應被忽視，例如越來越多人選擇在移動設備（手機或平板電腦）上使用 Facebook 和 Twitter 而非電腦，使用者在意的顯然不僅是基於位置的功能，更包含加快交換速度、功能一體化、擴大潛在受眾等問題。

近年來不少研究嘗試將手機視為各類型舊媒介的延續，都發現該媒介形式原本的使用方式被改變了，人們的使用心態也有所轉變。攝影、閱讀、消費音樂及至書寫等藉由手機這一媒介所展開的實踐都趨向一種更輕鬆、世俗的方式，並深刻嵌入個人日常生活的整體活動中，從而動搖和擴大了原本的定義。

Palmer（2012）提出，iPhone 定義相機的方式改變了使用者對拍照這一行為的認知，圖片不再被視為一種嚴肅的再現（representation），而是信息（information），拍照成為更隨意的記錄方式，儘管某些情境下美學意涵依然存在。Chesher（2012）認為 iPhone 手機顛覆了人們對於攝影的想像，相比於使用相機，使用者不僅會用手機相機拍攝類似傳統相機的照片，同時還會記錄信息、編輯圖片，混合了美學、技術和功能性等多重使用方式，推動攝影歷史進入新階段。這不僅是簡單的平台跳轉，手機所拍攝的照片被認為和使用者更為親密，也更具世俗性（Gye, 2007；Murray, 2008）。

類似的狀況發生同樣發生在以手機為媒介的書寫實踐上，便於隨身攜帶且功能豐富的手機可能取代以往的筆記本和部落格，成為人們更普遍選擇的生活記錄者（life recorder）。由於手機的便攜性和多媒體融合特性，個人很可能將製造出一個碎片化的生活軌跡和觀點記錄（Palmer，2012）。微博客的代表 Twitter 最初發跡和後續形成的書寫方式也和手機所匹配的媒介特性有所關聯，人們的使用目的和方式都和部落格不同。手機鍵盤的操作適合較簡短的書寫表達，140 個字符的限制對於使用者而言也趨向輕鬆的寫作形式，而手機能夠隨身攜帶，因此可以

DOI:10.6814/NCCU202000269

在遇到想要分享的事時隨時書寫，使用者更新頻率更高，經常在同一天內的不同時刻更新多條內容，有了在零碎時間也能書寫的心態，而以往需要坐在電腦前書寫的部落格則需要更認真對待，更新頻率最多一天一次（Java, Song, Finin & Tseng，2009）。如同 Costa（2013）對自身經驗的反思，儘管使用者並未更改書寫的平台，但確有些變化在潛移默化地發生。

以手機作為一種媒介來考察，我們會發現手機所實現的這些新體驗不僅是一種可能性，新的使用習慣及意義正在形成。不過以前文的討論來看，這些整體趨勢的推測依然圍繞數位技術中心展開。Miller（2011）在田野觀察中發現人們使用社群媒體做各式各樣的「事」，相比於更日常生活化的記錄或是更多碎片化的更新（Palmer，2012；Java，Song，Finin & Tseng，2009），本研究想從更微觀之層面看到即時性書寫的影響，從各式各樣的具體「事件」中，發現和挖掘更豐富的社會文化意涵。

即時性書寫並非強制性活動，儘管多數使用者此前已具備文字識讀、影像拍攝等能力，但相較於傳統的寫作能力，這一書寫形式在使用範疇、象征意義等方面都未被嚴格定義，人們顯然沒有被明確告知應當怎麼做，但並非表示人們在「胡來」。正如 Couldry（2008）對數位書寫提出的看法，這一發展中的媒介實踐方式尚未有固定的形式出現。人們很可能憑藉著某種不自知的「感覺」在使用手機進行即時性書寫，而這種「感覺」正是本研究關注的核心，也是媒介技術、使用者之能動性、媒體機構和社會規範及文化介入互動的過程。本研究試圖切開，或是貼近這一「感覺」，觀察和探問不同使用者：（1）如何和為何在各種情境下進行即時性書寫？（2）如何考慮即時性書寫和日常生活中其他活動的關係？（3）這種實踐方式下個人與媒介之間的關係為何？

二、指向使用者的實踐取徑

本研究採用「使用者」這一名稱，而不是「大眾」、「觀眾」、「生產者」、「消費者」，一方面凸顯實踐空間的豐富性和異質性，另一方面將研究目光放在理解

DOI:10.6814/NCCU202000269

同時代普通使用者的日常實踐上，從而把握「整體經驗」。

主流的媒介研究專注於檢驗媒介本身的效果，大部分批判媒介研究則關注政治經濟面向和媒介文本解讀，而隨著大眾傳播方式被挑戰、生產者和消費者之界限模糊、媒體技術概念擴展等討論湧現，實踐方式之多樣性逐漸成為普遍共識。英國媒體與文化研究以人文社會關懷為傳統，主張技術與社會交互關係，自 Raymond Williams 就開始關注使用環節的研究，也是本文研究脈絡之由來。

Williams（1958/吳松江、張文定譯，1991）在大眾傳播形式引起恐慌時，反對妖魔化媒介技術的影響力，批評了把技術從社會中分離的觀點，倡導從社會使用面向理解媒介科技的意義。Williams 擅長以現實生活中的經驗反思提供啟發性觀點，例如他認為聽廣播和看書一樣面臨單向溝通的問題，讀者也無法寫信給幾百年前作古的作者，而人們選擇在休息時間坐在家中看電視或是和朋友聊天的狀況是並存的，強調特定脈絡下，共同的社會文化對於理解使用者行為的重要性。

Williams（1974）並不否認媒介私人化的讓媒介機構能夠觸及國家的整體人口，為散佈意識形態，增強規範和控制的需求提供了條件和可能性，但電視的歷史本身就體現出這是一個社會的過程而非單純的技術發展史。

Roger Silverstone、David Morley 等人延續 Williams 的研究取向，吸收了更多社會學和人類學觀點，以民族誌等深入使用者家中的研究方法，進行了豐富的經驗性研究。他們指出電視的使用和收看並非孤立的現象，人們不只是收看電視，也現實情境中使用電視，除了媒介文本，電視科技本身同樣是文本，使用反映了其解讀的過程（Morley, 1986；Silverstone, 1994）。

同時關注使用者能動性和社會環境的影響，媒介科技在社會與使用者之互動往來之中被形塑樣態。Hirsch & Silverstone（1992，本文引自 2003 年再版, pp. 1）在 *consuming technologies* 一書的開篇引用 Raymond Williams 的一句話：「我們社會的一個主要特點就在於新技術和固有社會形式的持續並存（A main characteristic of our society is a willed coexistence of very new technology and very old social forms.）」。透過媒介，公共道德與私人道德實現統一，因而政治宣傳者

DOI:10.6814/NCCU202000269

和廣告人、為人父母者都在爭奪其控制權（Silverstone, 1999/陳玉箴譯，2003）。這幾乎走向了和當時 Hall 為首的文化研究截然不同的道路，從關注次文化群體的主體建構，朝日常生活中家庭的消費實踐著手；從媒體文本和閱聽人解讀方式的分析，轉向關注媒體科技的消費和使用。

Silverstone 和 Morley 的弟子 Couldry（2004；2012/何道寬譯，2014）明確提出傾向於媒介社會學研究，認為應當「去媒介中心」（non-media-centric），以往的媒介研究在其看來太過簡化媒介的影響力，轉向實踐能夠讓媒介研究以更開放的視野，將以往被排除在外的日常生活和整體社會因素重新納入考量。Pink 與 Horst 等人（2015）延續其觀點提出「去數位中心」（non-digital-centric）的取徑，希望將數位技術視為使用者所居住的物質、感官和社會世界的一部分。

Couldry（2004）提出「實踐轉向」（the practice turn）作為新的媒介研究範式，想要在「文本」和「機構」的瓶頸之外探索新的研究方法，以實踐理解媒介（theorising media as practice）。人們總是在具體的時空條件下使用媒介，實踐取徑強調從人們究竟用媒介做了什麼的追問中認識媒介的影響力。

Couldry（2004）以觀看足球賽來說明實際情形中媒介實踐的多樣性，反思使用者通常在研究中被默認為專注且單一的「閱聽人」或「消費者」。儘管同樣在觀看比賽，有的人可能是出於熱愛足球而觀看，有的人因陪伴他人視觀看為一種義務或親近，有的人可能出於維持社群或國族情感連結而在公共場所觀看球賽，更有可能僅僅是出於打發時間而觀看，隨時中斷放棄，根本沒有看完一場比賽（參見 Hermes, 1995；轉引自 Couldry, 2004）。媒介的使用往往和媒介以外的因素有著密切關聯，緊盯著媒介本身常常會陷入宏觀的線性推斷之中，實踐則是從具體、微觀的使用去認識媒介影響力。

而以個人透過手機進行即時性書寫來看，我們時常並未思考使用者是如何實踐的。我們看到的是在世界上的任何一個大都會，公共空間都存在著大量低頭使用手機的個人，這類場景在諸多行動上網的研究中都被以不同的方式描繪過，在媒體的報導中就更為常見了，人們在走路時候寫，吃飯時候寫，坐公車的時候寫，

DOI:10.6814/NCCU202000269

等人的時候寫，開會的時候寫，書寫實踐時常發生且夾雜在日常生活的其他活動之間，似乎確實無處不在，無孔不入，也就理所當然認為其越來越重要。

當我們將大量使用者的實踐活動糅合在一起想像時，透過手機所發生的即時性書寫看起來已經嵌入了日常生活的每一個物理空間中，而這種觀察則構成了大部分身處這一環境之中的個體對數位產品使用的集體想像，但回歸具體個人的實踐時往往並不是這麼回事。換句話說，只看到媒介無處不在是不夠的，這種無處不在隱藏的意涵是媒介實踐的多樣性，及其嵌入日常生活，可能成為生活形式的一部分。

二十世紀英國女作家伍爾夫認為女性要寫作，必須同時有錢和一間自己的房間，這已經帶有對書寫過程的思考，認為書寫不僅是內容的生產，也和實踐的方式相關。以往人們通常在到達某個特定空間的時候後進行書寫，或用電腦或用紙筆，書寫這一活動和日常生活中的其他活動有著較明顯的界限，是相對獨立的一項活動。但以手機作為書寫媒體模糊了這一界限，手機通常被隨身攜帶著，儘管有小部分物理空間無法使用手機，因此幾乎能夠稱得上「隨時隨地」。

不過從使用者的角度來看，實踐與人的需求有關，但這不是所謂普遍人性界定的需求，而是和具體的時空條件有關（Couldry, 2012/何道寬譯, 2014）。很明顯，書寫是個人的主觀行為而非自動記錄裝置，人們會選擇書寫的時機和情境，這一實踐既具有個人能動性的成分，只在想寫的時候寫，也和社會互動相關。

不過，日常生活（everyday life）正如一隻猛虎，放虎出籠容易，想要再收虎進籠似乎就有些無從下手。在研究中如何再次圈養日常生活呢？Felski（2002）指出：「日常生活研究的困難之一，在於『日常生活』是一個模糊的概念。雖然『日常生活』表達出一種重複與循環的時間感，但它並未包含特定的空間界線，事實上，日常生活往往被認為缺乏明確範圍，也不具有清楚的空間分化，它可能指涉各種空間（家庭、工作場所、商店等），以及在空間內的各種移動形式及過程」（Felski, 2002, pp. 48；轉引自王宜燕，2012）。

由於電視大多固定在家戶內，Silverstone 輩多將焦點放在人們如何在家庭脈

DOI:10.6814/NCCU202000269

絡中使用科技、家庭裡的性別關係如何影響觀看等問題，因此坐進他人的客廳即可展開研究。但家庭生活似乎又是日常生活的某種括弧形式（王宜燕，2012），甚至從今天來看，研究者本人最常看到電視的地點反而是外食餐廳，舊媒介的流動性也較以往更強了。而作為被隨時帶去各處的手機，以特定地點觀察使用者之媒介實踐顯然也不合時宜。

實踐轉向的研究取徑將使用者所處的脈絡從「日常生活」轉移到「生活形式」（forms of life），將常規、慣例等規律性的社會行為視為日常生活的具體呈現（Couldry, 2012/何道寬譯，2014；王宜燕，2012）。「生活形式」是維特根斯坦提出的概念，源自其後期語言哲學的興趣，指向人們慣常做卻不必為之立法的事，也如同韋伯的社會學觀點，社會行為是以他人為取向的行為，習慣不是個人的特異行為，而是社會建構的，承載著整套的能力、約束和權力（轉引自 Couldry，2012/何道寬譯，2014）。總之，實踐是社會性和規律性的，因而對日常生活的研究可以不限於其延伸範圍大小、移動空間的彈性等問題，關注使用者置身於怎樣的生活形式之中，並從習得怎樣的常規實踐，形成怎樣的媒介習慣。而使用者的媒介習慣又和其他習慣共同組成更大的綜合體，媒介正是在這個過程中融入社會和文化生活的連鎖機構。

依據實踐取徑，在對即時書寫的研究中，研究者除了了解使用者即時書寫的情境，更應思考各種書寫情境是否關乎一套自圓其說的使用習慣和規範。個人的實踐總是社會的，當了解不同使用者在何種情境下想要寫、能夠寫或是認為值得寫之後，進一步探討這種書寫實踐和整體生活形式的關聯。

三、「隨時隨地」的發明：從商業、文化想像到使用者的「即時」理想

「隨時隨地」是手機時代下即時性書寫的核心，這個概念的發明對於人們習慣的形成和即時性書寫的文化意涵或許起著決定性的作用。從這個概念的發明入手，或許可以回答使用者如何從「能夠隨時隨書寫」轉變為「想要隨時隨地書寫」。

DOI:10.6814/NCCU202000269

1、從新奇體驗到值得一書的「隨時隨地」

手機將書寫的媒介從相對固定單一的空間拓展到了各式各樣的物理空間中，人們可以在不同時空與這一媒介相連，給使用者提供了在更多情境下書寫的機會，這也成為各類網路科技公司的商機。新的使用情境意味著使用者可能產出截然不同的內容和形式，以往碎片化的時間或是固定場所之外的空間大都不會被用作個人性質的書寫，在此之前隨身攜帶的筆記本大多是為了記錄日程安排、臨時出現的資訊等實用性較強的活動。

網路科技公司為了更好地利用行動設備連結網際網路提供的機遇，已經陸續嘗試從閱讀、錄影、音樂、遊戲、書寫等面向針對碎片化時間研發新軟體，爭相吸引使用者的注意力。「隨時隨地」的即時書寫成為諸多科技公司瞄準的新市場，並且在營銷策略中紛紛強調這一方式所特有的文化價值。

作為最早透過手機完成書寫和分享過程的平台，Twitter 最初的口號便是「What are you doing？」，並在主界面昭告所有使用者。現在進行時的時態突出了即時性的特質，將 Twitter 的使用引導向，呼籲使用者隨想隨寫，而相較於前輩部落格，Twitter 的更新速率是以小時和分鐘計算的，同樣表明了時間的重要性。2009 年，微博客網站噗浪（Plurk）在台灣推出行動版時，名為「我們的放浪人生」的部落格發佈了一篇教學文：「隨時隨地飆浪的快感！用手機噗浪之行動網頁篇」。文中還列舉了使用手機的多個優點，其中包括「打發零碎時間」、「記錄當下的靈感」、「當行動狗仔」、「速度很快」等。[29]這些特質介紹同樣都以即時作為重點，而這一使用方式的價值也是以即時性為基礎建構出來的。[30]

如今，手機用戶的數量使得科技公司們都意識到了行動端市場的巨大，大部

[29] 「我們的放浪人生」是一個紀錄台灣噗浪客各項動態的部落格。內容包含各種教學文與秘技、噗浪客的心情、Plurk 官方的八卦消息、噗浪上的活動公告、以及其他不定期更新的訊息。

[30] 取自「我們的放浪人生」http://plurker.pixnet.net/blog/post/29736058-%5B%E6%95%99%E5%AD%B8%5D%E5%99%97%E6%B5%AA%E6%95%99%E5%AE%A414%EF%BC%9A%E9%9A%A8%E6%99%82%E9%9A%A8%E5%9C%B0%E9%A3%86%E6%B5%AA%E7%9A%84%E5%BF%AB%E6%84%9F%EF%BC%81%E7%94%A8

DOI:10.6814/NCCU202000269

分線上書寫平台都以行動端作為主要的市場考量，風生水起的社群媒體也仰賴於手機用戶。根據 2019 年 Hootsuite 和 We Are Social 聯合發佈的報告 Digital 2019: Global Digital Overview，全球手機的不重複使用者已達到 51.1 億，而在全球 34.8 億社群媒體用戶中，有 32.6 億人在移動設備上使用過社群媒體。[31]

近幾年在中國大陸，移動端成為使用者主導性的連入網路的媒介，並且日漸侵佔和限制了其他通路，成為科技公司的最大市場。2012 年 12 月底，中國手機網民的數量規模達到 4.2 億，使用手機上網的網民首次超過了臺式電腦，成為第一大上網終端。[32]使用者從電腦端流向手機端，社群網站經歷了行業洗牌。以 2012 年為分界，能夠清晰的看到 2009 年和 2010 年佔據用戶比例前五名的社群網站（QQ 校友錄、校內網、新浪空間、51com 和開心網，均以電腦端作為主要登錄方式）影響力急劇下滑，覆蓋率均低於 20%，後起之秀微信的手機網民用戶覆蓋率已超 50%。[33]

目前，微信成為中國影響力最大的社群網站，曾經躥紅的開心網和校內網則走向沒落。網際網路用戶自電腦端向手機端的流動也倒逼社群網站不得不以移動端服務為主要戰略目標。微信所屬公司騰訊的公關總監「騰訊張軍」在 2019 年 3 月 29 日發佈一條微博：「有沒有發現，在微信朋友圈黏貼複製的內容，會被折疊更多，而直接輸入的，能等到更長的展示？原因很簡單，朋友圈更鼓勵即興的原創。」[34]道出其以技術手段鼓勵使用者在微信朋友圈進行即時書寫，對即時性市場的關注。

微信朋友圈本來就只能通過手機使用，其文本輸入界面的底紋文字為「這一刻的想法……」，強調這一書寫方式側重於記錄當下「這一刻」，包含了一種情感

[31] Hootsuite & We Are Social(2019，January 31)Digital 2019: Global Digital Overview[Online forum comment].

[32] 資料來源：CNNIC（2013 年 1 月）。〈第 31 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。

[33] 資料來源：CNNIC 發佈的〈2009 年中國網民社交網絡應用研究報告〉、〈2010 年中國網民社交網站應用研究報告〉、〈2012 年中國網民社交網站應用研究報告〉、〈2013 年中國社交類應用用戶行為研究報告〉

[34] 原微博鏈接：
https://www.weibo.com/1044254764/Hn7aHayWp?from=page_1005051044254764_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

DOI:10.6814/NCCU202000269

上的感召和期待，過去了之後將無可挽回的惋惜。類似於拍照手機對 Kodak 相機策略的沿用，Gye（2007）認為這種營銷方式向消費者推廣這樣一個理念：使用者應當記錄下一些「值得」被記住的場合，讓人們感到有必要「捕捉」這一時刻，「這一刻」需要使用者採取行動，進行實質性的把握才能擁有，而手機成為見證生活時不可缺席的技術物。

Miller（2011）在對 Facebook 進行研究時也提到了社群媒體可能作為見證者存在，並認為這是一種能見度的強迫症，例如對一些人來說，如果不是看到自己發在 Facebook 上的歡樂享受的假期照片，似乎就感受不到自己真正度過假；如今一些人會覺得，如果不是透過 Facebook 或 Twitter 廣播自己做過的某事，自己就好像壓根沒做過某事。在《人民日報》去年 4 月的評論文章〈別讓朋友圈定義了真實生活〉也提到：「一位朋友曾說，如果出去旅遊，回來不發一下朋友圈，就好像沒去過一樣。」[35]即時性書寫通常和個人的日常生活密切相關，因此有可能成為其他活動和生命歷程中的一部分。

即時性書寫的意義還將透過日積月累的使用和習慣更加凸顯出來，個人很容易參照此前的慣例不自覺地想要寫下來，習慣是一個內化的過程，也是自然化的過程，個人將不必在每次實踐時都試圖合理化自己的行為。Westlund（2011）的研究發現人們一開始是用行動新聞的動機是打發時間，填補空檔，但卻逐漸發展成隨時隨地都想要看新聞（轉引自賴合新，2015）。Hjorth，Wilken & Gu（2012）對上海的「街旁網」（一款針對地點的打卡 app）使用者進行研究時發現，使用者一開始是為了網站提供的獎勵進行打卡，但在形成習慣後主要的使用動機轉變為記錄，並認為這些記錄類似地點「日記」，而留存地點日記這一意義則是在長期使用之後形成的。不過也有另一些「街旁網」使用者認為他們只用於向他們展示新地點，發展出了不同的個人使用方式和意義解讀。人們一開始可能出於新奇使用進行即時性書寫，後續繼續使用的理由則會進一步發展變化，更有可能是多種

[35] 人民網（2018 年 4 月 16 日）。〈別讓朋友圈定義了真實生活〉，取自 http://media.people.com.cn/n1/2018/0416/c40606-29927038.html

DOI:10.6814/NCCU202000269

目的的混合。

最後，儘管「隨時隨地」「這一刻」等強調即時性的概念被用於建構即時性書寫的特質，但這種書寫形態是一種象徵性的理想形態，「即時」強調的是一種主觀上的感知，而無需做到客觀上的「即時」，實際上客觀上的「即時」幾乎是不可能的，日常生活中的大部分情境都是無計劃性和隨時變化的，在事件發生的當下，書寫的重要程度要遠遠小於現實中的大部分活動，這也是社會規範普遍認可的。隨著手機書寫在社會上常態化，人們大都會尋找合適的時機或空擋進行書寫，盡量避免和現實生活中的其他活動發生衝突。因此適當在時間上延遲書寫的情況普遍存在，並不會影響個人對書寫即時性的感受。

2、「隨時隨地」和「隨心」，「即時性」和「解放」

在電子媒介的技術基礎上，Tomlinson（2007）認為即時性（immediacy）所代表的時空觀念不是進一步加快，而是接近性（proximity）和瞬時性（instantaneity），意味著個人能夠從時間和空間上解放出來，也象征著一種新的文化準則。這個想法不僅吸引著個人，商業力量也趨之若鶩，「隨時隨地」等概念被無休止的引用。「隨時隨地」除了是一個物理上的概念，形容手機的技術特性，從實踐的角度來看，也意味著不同的書寫情境，這一特質長期以來被科技公司和媒體機構強調能夠滿足使用者的需求，是一個被發明出來的並逐漸具備某種社會文化意涵的概念。即時性書寫很可能意味著個人書寫當下的心境狀態和以往不同。

圖 2 -1 索尼隨身聽 40 週年紀念影片，影片將為樂迷群體提供「隨時隨地」（anytime，anywhere）音樂服務作為主旨

DOI:10.6814/NCCU202000269

「隨時隨地」的即時性書寫意味著某些限制被解除，隱藏含義是以前在這些場景下無法寫，不僅是物質層面上的空間、時間，還包含意識層面的「隨心」，帶著技術解放的浪漫幻想。這種想象的源頭較手機的出現早得多，歐洲浪漫主義文學思潮就提倡以隨時和隨心的情感抒發突破束縛，認為這種直接的（immediate）表達才是自然而真實的。[36]即時性書寫同樣讓使用者產生了一種無需等待，想到即可寫，不被中介的表達，儘管 Tomlinson（2007）指出媒介科技帶來的即時性儘管給參與其中的個體帶來無限之所以會產生直接的感覺，正是因為其間存在許多新的媒介而非消失，只不過在物質上表現得越來越微小或隱蔽。

「隨時隨地」的概念從被發明，再透過使用者的媒介實踐和「直接」、「解放」聯繫起來，使用者很可能在線上書寫平台提供的理想模型中體會到個人表達的真實。Duplantier（2016, pp.4）在研究個人對社群媒體的看法時指出：「真實性（authenticity）的思考其實關乎信念：我們相信真實的事物，便從接收的過程開始內化該真實性，最後也形塑了我們」。前文已經提及，促使人們即時書寫的一個重要因素是情感，在書寫中偏向於「即興」，也是部分研究者在社群媒體使用中發現的實用性和人際社交功能之外的「剩餘價值」（Miller，2011；Papacharissi，2012）。在使用者逐漸形成書寫習慣之後，或者說即時性書寫被日常化之後，即時的書寫就成了一種可近用的理想的狀態。

Lee (2012)認為自 iPhone 起，人們逐漸習慣跨媒介的實踐方式，多種連結頻道在同一設備內無縫銜接，這讓使用者能夠依據當下的心境和需求來選擇書寫平台，例如一個人先使用手機自帶的相機功能拍了照片，可以選擇上傳到 Instagram、Twitter、Facebook 等多個平台，若該內容想和現實中的友人共享很可能會發至 Facebook，若是無法和現實中的人提及的「抱怨」，則可能會發至匿名使用的 Twitter，這讓使用者得以隨時找到書寫內容的棲身之所。即時性書寫使個人可以不用顧忌物理空間下的社交或權力關係，給個人提供一個出走的表達空間。

[36] 英國浪漫主義詩歌之父 William Wordsworth 對詩歌的著名定義為「詩歌是強烈情感的自然流露」，這一思潮受到法國大革命「自由、平等、博愛」主張的影響。

DOI:10.6814/NCCU202000269

而 Miller（2011）在研究 Trinidad 人使用 Facebook 的觀察中，社群網站可能被使用者視為自己的超級好友，當我們孤獨離群時，無人說話時，在天亮之前的黎明和夜不能寐的黑夜，社群網站卻永遠像我們敞開懷抱。Turkle（2011/洪世民譯，2017）提到手機同樣像是 24 小時陪伴在我們身邊的密友，並且是不讓人產生心理負擔的機器人密友。

與此同時，這種書寫的實踐過程還是私密的，不是進行塗鴉或大字報式的書寫，不會在當下的物理空間留下痕跡或是發出聲響，雖然很可能關涉個人對當下所見所聞的感受（甚至有可能是對陌生人的觀察）。書寫本身就是一個靜默的過程，最初的手機鍵盤尚會發出機械的聲響，今天的手機輸入方式則是完全安靜的。人們低頭喚起手機，打開軟體，在界面上書寫，開啟獨處和靜思，這件事或許無法或無意向周圍的同伴或陌生人分享，而是先想像虛擬的閱聽人，進行自我記錄，事後就算在線上得到反饋，也相對滯後。

以中國的情形來看，物理上的公共空間基本覆蓋了家戶之外的所有地點，而從公共空間的概念出現以來，就被視為是為集體所有，公共空間的書寫服務於集體的表達，甚至於亞文化在公共空間的表達也被視為群體性的抵抗行為。當人們在公共空間進行個人表達的行為，對他人而言就是一種打擾，這在早年的手機研究中幾乎都被提及，關於手機鈴聲和通話被視為一種打擾（Ling, 2004；Levinson, 2004）。手機微型的界面提高了私密性，讓書寫過程較大程度免於被他人直接觀看的尷尬和危險，讓使用者獲得了安全感，從表達的壓力中解放出來，「微信」之「微」也在於其試圖減低存在感。而這種對個人情緒直接流露和解放的強調一方面蘊藏著使用者豐富的能動性，另一方面也遮蔽和淡化了權力關係和社會互動的客觀性，接下來的文獻將指向這一問題。

第四節 公與私的權衡

經由手機，書寫這一活動一方面從私人的桌面轉移到更廣泛也是更公共的現

DOI:10.6814/NCCU202000269

實場景，成為人們在線下公共空間中開闢的小房間，另一方面人們開始進行即時性書寫的平台又多數是與網際網路相連的社群媒體，書寫的終端通向了更公開的線上空間，被更多人閱讀，甚至與預期之外的閱聽人相逢。書寫活動在線下公共空間意味著靜默地進行個人活動，但其發出的聲響終究在虛擬世界引人關注，人們仿佛剛走進一個小房間，就發現這個小房間的另一扇門正對外敞開，這兩種關係的對立意味著什麼？使用者又如何看待和調整自己的實踐方式？

一、公共空間與個人

在現代西方社會，社會生活的組織架構最重要的實質性和象徵性的劃分是公共與私人領域的區隔，前者在空間上指代社區生活，後者指代的則是個人和家庭範疇（du Gay, Hall, Janes & Mackay, 1997/霍煒譯，2003）。關於技術物如何改變公共空間和私人空間的討論最早是從家戶內的媒體使用開始，人們在家戶內收聽廣播或是觀看電視，從而將公共形式和資訊帶入居家空間裡，獲得來自社會的安全感，另一方面也將公共阻隔在私人空間之外（Silverstone, 1999/陳玉箴譯，2003；Williams, 1974）。

上世紀 80 年代，索尼隨身聽推出之後，原先私人空間內隱藏公共信息的狀態出現了新情境，個人能夠帶著其私人的享樂空間進入了公共空間。而當時對隨身聽消極的社會文化影響警報也立刻出現，批評的焦點正是認為隨身聽讓個人得以隨時隨地「關掉」外部世界，這將導致個人更內向、自私和更加不能容忍其他人，將社會拒之「身」外，極端的個性化導致公共空間的架構被破壞（du Gay, Hall, Janes & Mackay,1997/霍煒譯，2003）。

不過，du Gay et al（1997/霍煒譯，2003）認為理解隨身聽及對它的批評應從具體的社會脈絡出發，人們將隨身聽和個人化關聯起來是二十年以來保守黨執政，其政策及導致的文化價值觀改變，讓企業的經營模式趨向服務於私人的消費而非集體，鼓勵大眾發展個人慾望並滿足其個性化、私人化的需求。而索尼公司提出隨身聽的意義和使用者具體的實踐方式相關，將使用者分為「逃避」型和「增進」

DOI:10.6814/NCCU202000269

型，後者認為隨時聽是增強他們與外界關係的一種積極的、創造性的習慣。香港學者周蕾（1995）撰寫〈另類聆聽 迷你音樂——關於革命的另一個問題〉一文，從香港在地社會出發，認為隨身聽帶來了一場「聆聽革命」。她認為在一個公開收聽被視為唯一可接受的收聽方式的社會裡，隨聲聽的使用具有明顯的政治意涵，讓使用者在公共場合「不去聽那些宣傳歷史的喇叭」，獲得裝聾作啞的自由。一方面設備的微型讓隨身聽躲避他人，更響亮地去聽，帶來了某種自由，提供了一個容納自我、生產自我的空間，另一方面因其人工性又讓使用者意識到集體的無所不在，這種製造自我的方式又來自於一種集體的生產方式。

而隨身聽的使用逐漸日常化之後，以往對隨身聽的恐慌又轉移到了網際網路和手機這類更新的技術產品上。手機最開始進入公共空間的方式比隨身聽更具干擾性，不論是突然響起的鈴聲，還是人們和電話另一頭的人進行對話。當手機被視為隨身聽的類同項，人們在公共空間使用手機，被視為將公共空間轉變為個人的私人空間（Bull，2007）。

不過這也取決於人們從何種角度看待手機的使用，當比較對象是電腦時，美國評論家 Levinson（2004）則認為電腦通常需要在室內使用，手機反而將人們從家戶、辦公室解放出來，進入了廣大的、真實的外界世界（the big, real world outside），而非阻隔，增加了個人參與到公共空間的幾率。

手機相較於隨身聽，交互性更強，尤其是今天的智慧型手機和網際網路、地點之間都有著強烈連結。Meyrowitz（2003）; Sheller, Urry（2003）和 de Souza e Silva（2006）等學者認為以往涇渭分明的劃分方式早已無法說明空間複雜的狀態，對公共空間和私人空間、物理空間和虛擬空間之間的關係進行了歷史爬梳和思考。

Meyrowitz（2003）從早年情境理論的適用性出發，認為電子媒介讓模糊了公共和私人的界限，通過電子媒介混合出現的情況可能與任何先前的定義都不匹配，例如，當一位高管在商務會議中接聽私人電話時，可能會同時違反兩套規則，她的說話風格對於商務會議來說是過於個人化的，同時對於親密的友人或愛人而言又太過冷淡，公共空間與私人空間的邊界開始互相滲透。

DOI:10.6814/NCCU202000269

Sheller & Urry（2003）認為以往的文獻大多以靜態（static）的方式來思考空間，提出「流動性的社會學」（a sociology of mobilities）來更好的理解公共和私人生活界限明顯消融的情形，強調了移動（mobile）和混雜（hybrid）發生在人與物、公共與私人、物理的和信息的多重關係之間。de Souza e Silva（2006）認為手機是被帶出家門的「連結」的空間，讓我們生活在一個混雜空間（hybrid spaces）下，這一概念形容的是使用者在移動過程中使用手機，物理空間和數位空間交織在一起，改變了使用者對日常空間的體驗，創造出新的都市空間。

公共空間和私人空間的關係是在相對之中建立起來的,城市公共空間被視為理性對話和民主發展的空間之關鍵在於空間的歸屬是社群（Habermas, 1992；Jordan, 1998；轉引自 Sheller & Urry, 2003），而新興的社會問題在於「私人」的進程在侵蝕「公眾」的位置，公共機構的所有權在普遍地讓渡給私人公司。從新自由主義的角度來看，物理上的公共空間已經大部分被私有化，常常由全球金融機構和跨國公司控制，公共的區域被出售給公司，品牌化並摧毀了曾經和公民身份相關的權益。從這個角度來看，所謂邊界模糊的關鍵問題反而在於公民社會與國家和市場之間的關係，經濟商品化和國家官僚化的系統邏輯對日常生活世界（包含通訊領域）的殖民化，威脅到空間的使用（Sheller & Urry, 2003）。因此，Sheller & Urry（2003）認為所謂公共空間和私人空間的混合併不會自動意味著政治的衰落或民主的崩潰，可能反而指向潛在民主化的動態擴散。

根據上文，現代西方社會是以公共和私人領域的劃分作為基本架構展開，在私有制的經濟基礎上，公共空間的理想狀態應當是作為公民對話辯論的場域存在，從而連接公民社會和國家。然而公共和私人的關係在中國的歷史意涵卻有所不同，在周蕾（1995）對隨身聽的分析中，人們使用隨聲聽視為對集體聲音的一種抗拒，對中國共產黨的一個反抗，也就是說，對公共空間的排斥是個人有意識地進行的行為和實踐。而當代中國是在和資本主義價值觀的對峙中建立起來的，所有空間都是由集體共同建造並共同擁有，集體囊括所有個人，私有財產和個人取向的價值選擇則被視為不正當的。Miller（2016）在研究中國工廠農民工（由農村或較

DOI:10.6814/NCCU202000269

不發達地區流向經濟較發達地區工作的藍領階層）的手機使用時發現，工人居住的宿舍空間時常不關門，被研究者大多對隱私毫無概念，個人只有需要隱藏負面事件時才需要私人空間，手機是大部分人對私人空間的初次體驗。受限於居住空間的狹小，在 90 年代之前個人想要享有物理上的私人空間也幾乎不可能。對個人價值追求和私有物的合理化是在改革開放之後才逐漸被默許，並且在城市和沿海地區推動的速度較其他地區迅速地多，但線下公共空間如今具有很強的象征意味，延續著以往權力的範圍。

相對於線下空間，網際網路在上世紀末以全新的姿態進入中國，打開了一個新的世界，新的空間意味著新的價值觀和規範形成的可能性。網際網路提供的虛擬空間相較於物理上的公共空間給予了更多個人言說的空間，個人書寫在線上獲得的正當性相較於線下高得多和容易得多。因此，社群網站和手機的使用對於個人的書寫而言將是一個重大的突破，被給予了民主化的期望。de Seta & Proksell（2017）對北京在地居民（包括來京就學的大學生）以即時性書寫的形式參與到公共空間中的現象進行了研究。個人透過在微信朋友圈的微型實踐對政府在公共空間的改造行為進行抵抗性的解讀，線下公共空間為國家和商業力量所主導，手機書寫反而成了個人參與都市空間的方式。

二、若隱若現的連接

大部分提供書寫服務的平台都是建立在手機與外界相連的網路上的，不論是具有溝通屬性的社群媒體，還是單純存儲內容的雲端，使用者時常並未意識到其行為的公共程度和對外界物質的依賴程度，公共性取代私密性成為默認狀態。

1、物質性連接

科學哲學學者 Andy Clark 曾說，手機是賽伯格科技（cyborg technology）的敲門磚（Clark, 2003, pp. 27；轉引自曹家榮，2016, 頁 49）。這一判斷提出一個警示，在下意識地使用手機時，手機的存在被理所當然化，甚至不被視為與自我相

DOI:10.6814/NCCU202000269

區別的身外之「物」，使用者很可能並未意識到其行動的意義。獨立擁有一部手機的使用者通常會認為自己對手機擁有絕對支配權。Chesher（2012）認為行動電話更強調和「個人」的連接，而不是「家庭」，因此收集的數據也是個人的，更能夠和使用者的身份認同感聯繫起來。不論是早年使用者自定義鈴聲、壁紙、裝飾掛件，還是今天我們按照個性化需求配置手機的硬體和軟體，都趨向於私人的使用空間。許多使用者將手機視為自我的延伸（Gant & Kiesler, 2001; Hulme & Peters, 2002）。Campbell & Park（2008）則提出手機所代表的個性化趨勢是社會轉型的反映，代表著大眾媒體時代向全新的個人傳播社會（a new personal communication society）發展。

Williams（1974）曾以「流動的藏私」（mobile privatization）比擬個人尋求私人空間和其不得不仰賴的公共資源之間的關係。手機一方面被視為完全附屬於個人的物品，另一方面卻是密集地與外界空間相連的。手機不僅是私人的「物」，還是關聯著異常複雜關係串的「物」。從紙筆轉換到電腦甚至手機書寫的這一過程，媒介的物質性通常被認為已經極大地削弱了，透過數位科技所抵達的世界被認為是和現實空間截然不同的虛擬世界。

Levinson（2004, pp. 36-37）則提出任何印刷製品都比電腦熒幕上的東西來的靠譜。所謂我的書（book）和我的網頁（web page）是完全不同的概念，我能夠完全控制和佔有我的書，恰恰相反的是，我的網頁是被其他機構控制的，儘管我們創建了它。與其說我們擁有一個網頁，不如說我們從中央系統那裡租借了一個空間，點出了線上空間的物質性。

數位書寫物質性的討論開始於 Blanchette & Kirschenbaum 對於數碼形式非物質性（immaterial）的觀察。Kirschenbaum 指出「在人類書寫技術的歷史長河中，計算機的獨特之處，就在於它提供了一種預設的物質環境，並傳播一種非物質的假象」（2008, pp. 135；轉引自 Miller，2013/王心遠譯，2016）。網際網路相較於紙筆和印刷品的變遷史是加速的，網路和數位產品的設計越來越趨向於將多種物質條件整合進同一個設備中，諸多「物」消失於無形（Couldry，2012/何道

DOI:10.6814/NCCU202000269

寬譯，2014，頁 11）。Miller（1987）更是一針見血地道出，數碼科技越是高效，我們越無法察覺出其作為物質與機制過程的存在，只有當這個機制無法正常運作，或是無法滿足需要的時候，人們才會驚覺它的存在。

所有非物質性化假象的後果中，最為重要的一點是，物品與科技在人類的社會化過程中模糊了其自身的角色。從電路和通訊相關的公共基礎設施，到背後的金融、設計等，甚至是充電設備的易得性，數碼形式的書寫技術同樣建構在所有物質的基礎上，微型輕巧的手機和無形的社群媒體附著在龐大的物質網路之中（Miller，2013/王心遠譯，2016）。

中國行動上網趨勢和微信朋友圈的興起同樣離不開國家政策的導向、網路和數位經濟的興起，近年來中國在行動通訊網路上持續進行大量投資，並致力於將網際網路覆蓋所有日常生活服務和消費。因此可以說，即時性書寫的私人空間是政府和商業機構協力打造的。但使用者畢竟自行選定了運營商和購買的通訊套餐類型，不同的個人究竟視這些服務為「公共的」，還是「私人的」，是「個人選擇」，還是「唯一的選擇」？尤其在今天的都會生活中，個人視能夠上網的手機為生活必需品，網際網路則被政府視為公共服務的一個類型，即時性書寫亦是公共與私人交匯的場域。

2、深陷其中的個人存在

本章第二節已提到，科技公司在促成人們形成即時性書寫習慣上發揮著重要的作用，而近十餘年來，不少研究者也指出如今越來越多使用者選擇將個人記憶以數位的方式傳播和保持在網路空間。

Beer（2009）認為 web 2.0 以來鼓勵參與和創造內容，但普通使用者處在一種「技術無意識」（technological unconscious）的狀態，一方面人們意識不到自己的受眾是誰、這些行為會對誰起作用，另一方面未能理解演算法等技術因素對傳播機制的影響。van Dijk（2013）提出 Facebook 在技術層面促進了使用者的互動，鼓勵使用者「加為好友」（friending）、發布貼文（post）及「按讚」（like），這些

DOI:10.6814/NCCU202000269

都是具有「分享」意識形態的行為，讓「分享」（sharing）形成為社會文化的一種主流價值，而「分享」的意識形態構成了社交媒體的標準生態模式，大量使用者的實踐影響了社會及文化規範，例如隱私的意涵及資料控制的常規被模糊化。

Levinson（2004）提到人們常常忽視線上的各類空間只是個人租借來的，但不少研究者都提及青少年對此不予理會，認為社群媒體帳號是最能為自己控制的私人空間，或是這一租借空間越是滿足了使用者在流動性極強的狀態下最需要的空間類型，不論是從地理位置的流動性，還是科技產品更迭加速所帶來的遷移，都讓租借的空間變得更加方便，因這些租借的空間反而往往連結即可延續此前的記錄。

Couldry（2012/何道寬譯，2014）還提出，線上的空間滿足了個人「在場」（presencing）和「歸檔」（archiving）的需求，這一需求又和維持開放的連接狀態相關。前者維持個人作為一種持續性的公共存在，後者滿足個人力求管理自己不斷生成的大量信息的需求，使之成為可以接受和把握的歷史脈絡。他認為在全球各地，現代媒介都造成了越來越多的、持續不斷的信息輸入和輸出。儘管對一切東西開放是根本不可能的，但「可以被聯繫上」的需求形塑著一個新的習慣做法，有別於以往的建基於間歇性交流的媒介消費模式，也有別於大眾媒介和人際媒介清除分割的習慣。而在一切頻道上維持開放的狀態，是诸如手机这类新型便攜裝置的營銷前景的要素之一。

不少研究學者認為持續不斷地保持連接的習慣（甚至衝動）是「數位原住民」（digital native）一代人的特質（Turkle, 2011/洪世民譯，2017；Palfrey & Gasser, 2008）。同時，我們的習慣也不是孤立的，Couldry（2012, /何道寬譯，2014，頁54-56）認為應當以複合體的方式來看待媒介習慣，尤其在今天，孤立地討論單個媒介習慣似乎不太合適。這些符合習慣可能會牽引出「行為序列」（action sequence），或引起多種行為的互相影響。例如我們不僅在平台上書寫，同時也在閱讀，也觀察到他人是如何評頭論足，如何發生互動，使用者必然能感知到周圍其他個體的存在，這意味著書寫活動時刻為他者所見證成為常態，我們對閱聽人

DOI:10.6814/NCCU202000269

有了特定的期待和想像，儘管這種想像可能在每次書寫中有所不同。這種書寫形式糅雜和模糊了社交、表達、記錄等多種實踐活動和概念，保存最常出現的狀態不再是「封存」，而是能夠隨時保持對外連結的賬號。

boyd（2014）認為線上書寫平台有開放性、互動性、持久性和可搜索的特性，也就是說，在時間和空間上，被閱讀的潛在性都較現實空間更強。大多數社群媒體是以廣泛分享為前提的，大多數受歡迎的系統都要求使用者主動設定才能限制特定分享內容的能見度，要保持某件事的公開程度需要刻意為之，這和線下空間是完全相反的。

三、公共空間滲透私人空間

上文提到，手機即時書寫在某種層面上透過虛擬空間，暫時性的突破和抵抗了當下的現實空間中的權力關係，在本章第一節也回顧到，網際網路給予了使用者是否揭露真實身份的選擇，相當於固有的權力關係得以被擱置。然而，線下空間中的社交關係以及權力關係在線上空間儘管尚未被完全再製，但其滲透卻日漸加深和拓寬。商業機構和政府、廣大使用者相互間的閱讀和現實社交圈意料之內或意料之外的介入都影響著人們在線上的書寫，線上空間也將不斷呈現出新形態，形成新規範（Andrejevic, 2007；Andrejevic, 2004；Rosen, 2004；Duffy & Chan, 2019）。

已有研究指出，在線上的世界，個人書寫受到社會規範、各類群體的價值取向和權力關係的影響，不僅面臨線下社交圈潛在的監看，也需顧慮線上空間存在的大量陌生人。Rosen（2004）認為在網際網路時代，每個人都像名人一樣，經常受到監控，因此每個人都應該考慮到公眾輿論的力量。使用者可能會對線上書寫的內容進行自我審查，選擇不談論某些話題，而具體不談論的話題則根據其對該平台閱聽人的想像而定（Marwick & boyd, 2011）。同時也有使用者採用迂迴的方式進行策略性書寫，比如在微博聚集著大量名人粉絲和八卦愛好者，部分使用者為免在書寫後招來不想要的讀者，通常不會公開提及爭議性較大的名人本名，

DOI:10.6814/NCCU202000269

或是將特定內容設置為好友圈可見，或是以名字簡寫或首字母等方式替代某些名詞。boyd（2014）更認為書寫策略的使用和權力關係相關，無權勢者長期以技術翻新的做法來爭取書寫的權力，政治異端分子尤其擅長利用策略隱藏在公眾之中。當代中國政府限制討論主題就出現許多規避管制的例子，例如中國使用者經常利用諧音來躲避言論審查，例如以「河蟹」來代表官方壓制異端分子的「和諧」，也常以圖片取代文字，讓藉由電腦運算的監控更難以遂行（Mina, 2012 , 2013）。

線上空間的默認狀態是持續性開放，因此使用者的調整方向多是從公開性向相對私密性，近年來社群媒體「由公向私」的趨勢成為全球性的現象，個人嘗試隱匿其存在的實踐方式也越發多樣。

部分研究發現，各地使用者都會採取轉換平台的方式延續或分化書寫的內容。根據《科技媒體》（The Information）報導，2015 年，Facebook 分享和發佈內容均下降，個人動態發佈下降尤為明顯（21%）。《科技新報》（TechNews）2016 年的報道則稱大部分人在 Facebook 上只分享影片和網路連結，個人貼文譬如當下的想法、照片、筆記等私人分享轉向觀眾較少的應用程式如 Snapchat、Instagram、line、whatAPP 等。吳皓筠（2015）就上班族使用多重賬號的現象進行了研究，發現研究對象將賬號以「大眾取向的賬號」和「私密賬號」區分，後者多用於個人興趣愛好和情感抒發。Costa（2018）在土耳其城鎮 Mardin 的研究發現，使用者同時採取使用多個賬號和調整隱私設置，創建匿名賬號，填寫虛假的個人資料，在同一個賬號內也設置為多個封閉的小組，將 Facebook 主要用作私人或半私人空间。Miller（2013）觀察英國青少年使用 Facebook 和中國人使用 QQ 的歷程，認為太過整合的關係和功能必然導致這類大平台的「衰弱」，多平台使用能夠為現實社交關係分類。而在中國大陸，自 2009 年中國互聯網中心（CNNIC）首次發佈的〈中國網民社交網絡應用研究報告〉就指出，絕大多數用戶擁有多個社群網站賬號，平均每人擁有賬號 2.78 個。[37]

[37] 資源來源：CNNIC（2009 年 10 月）。〈2009 年中國網民社交網絡應用研究報告〉。

DOI:10.6814/NCCU202000269

透過隱私設置對線上空間進行個性化調整也是較常出現的策略，科技公司也因使用者的這一需求不斷做出響應。Costa（2018）在研究中發現土耳其 Mardin 在地人將 Facebook 主要用作私人或半私人空間，是因為他們認為可見和公開通常比私人更費力，因為它意味著持續監控公共 Facebook 頁面和精心製作的自我表現。閱後即焚軟體 Snapchat 也因減少了使用者管理個人頁面的壓力而一度大火，這種做法其後也陸續被 Instagram、Facebook 以「限時動態」的形式借鑒。

2019 年 5 月，微信在最新發佈的版本中，在隱私設置上增加了允許朋友查看「最近一個月」的選項，此前的設置已有「最近三天」、「最近半年」和「全部」的區分。[38]在同年的微信公開課上，微信主要開發負責人張小龍表示微信使用人數最多的設置開關是「三天可見」，已有超過 1 億人進行了設置。

更有使用者選擇以「僅自己可見」的方式「發佈」內容。2019 年 4 月 28 日，一則使用者匿名投稿至「我的名言 bot」賬號的貼文寫道：

我經常會在備忘錄里寫一些東西

但大多都是我沮喪難過的時候

這些時刻 我都會在這裡一一發洩

像和自己對話

相比較跟朋友說這些 我更喜歡這樣

大家都有自己的煩心事

你不開心的瞬間 還是保留給自己吧

況且 你的感受

是沒有人真正能懂的

那大家又何必浪費時間

在鍵盤上苦苦支撐呢

你那些無名的悲傷

[38] 中國新聞網（2019 年 5 月 5 日）。〈微信朋友圈新功能：允许查看范围增「最近一个月」〉，取自 http://www.chinanews.com/sh/2019/05-05/8828001.shtml

DOI:10.6814/NCCU202000269

都好好儲藏與心底

獨自發酵 暗藏沉香

評論區不少人表示了類似的感觸，例如「婕寶囡囡」回復：「我微博的僅自己可見，比所有人可見多很多」。使用這一相當於封閉狀態的書寫方式相當於從完全公開走向了完全封閉的另一極端，而這也意味著在使用者看來，從「公開」到「僅自己可見」被整合和想象為一條首尾相連的範圍。

普及度最廣的線上書寫平台社群媒體鼓勵的是一種開放的、分享的書寫實踐形式，因而大部分研究也強烈錨定社交媒體的邏輯、架構及算法為使用者的實踐方式（Costa，2018）。從宏觀上看，我們明顯看到的是相連的狀況越來越多，但從使用者的具體實踐中，卻看到各種抵抗和分化的形式不斷出現。

不得不提的是，Couldry（2002/崔玺譯，2016；2004）關注的核心依然是與媒介相關的權力問題，並且十分警惕上位者是不可能將權力拱手相讓的。媒介的實踐過程中一向是處處彰顯權力關係，對即時性書寫的實踐研究必須關注使用者實際書寫的習慣，不僅關注使用者公開了什麼內容，還應考慮在何時書寫，受到怎樣的限制，選擇以何種方式進行自我規範，甚至發送前對隱私設置的考量等。

四、文獻小結

即時性書寫是人們對其在社會中發生過的互動和觀察進行檢視，再試圖轉換為自身的經驗的過程，而這一轉換過程可能受到公開的程度、個人所處的生活脈絡、使用設備、當下的具體情境、社會約束力、後續互動的預期等因素的影響，最終充滿褶皺的實踐過程將導向一個相對單一的結果，即我們通常看到的媒介文本。

過往的書寫活動大多發生在相對固定的空間內，寫作過程本身是相對私密和便於沉思的，這同時意味著書寫是一個獨立於日常生活中其他實踐之外的活動，人們全神貫注地在筆記本或是電腦熒幕前，隨之映照出自己的模樣。

即時性書寫帶著技術解放的新理想誕生，強調一種「隨時隨地」的書寫形態，

DOI:10.6814/NCCU202000269

使用者獲得了將私人空間攜帶出門的可能性。但「隨時隨地」在瀟灑的玩樂性背後，實則裹雜科技公司的市場化運作、物質性、文化性、使用者能動性等問題，選擇在哪兒寫、寫什麼、該怎麼寫，豈不全都是問題？人們顯然並非在一夕之間便決定一切。「隨時隨地」是一個裝著豐富的實踐可能性的大簍子，更不用提人們躲躲藏藏地書寫方式。

而多數發生在社群媒體上的即時性書寫更將公共空間與私人空間的複雜糾葛帶向了新的方向，這種書寫呈現出強大的整合趨勢，打破了即時性表達和永久性留存之間的天然界限。

隨著行動網際網路和智慧型手機在中國東部都會區的普及，手機取代電腦成為多數人首選的上網設備，中國社群媒體的發展也進入了以即時性為核心的時代，微信在這一過程中應運而生，微信朋友圈成長為中國最大的即時性書寫平台。年輕世代一方面在這一平台上留下更瑣碎的足跡，嘗試進行更隨意和短小的內容書寫，似乎最先為科技公司所收買，不知不覺在線上洩露天機，習慣了公與私的混雜，另一方面也開始留意線下關係滲透進線上空間的問題，創建更多的賬號，調整隱私設置，試圖地將這一空間挪為己用，在公與私之間作出權衡。

本研究主張突破以社群媒體為中心的研究出發點，從年輕世代過往的實踐經驗一路循跡，不僅需看到微信作為科技公司設計和驅動的產物，更綜合了使用者實踐、習慣和能動性的影響，將微信視為各方力量交互拉扯的場域。

DOI:10.6814/NCCU202000269

第三章 研究方法

第一節 從研究問題到最熟知的材料

一、研究問題

在文獻回顧的部分，我主要參考了來自人類學、社會學、媒介和文化研究三大塊的內容，但不得不考慮的問題則是它們之間的不同。Gray（2003/徐夢芸譯，2008）認為社會學強調研究的代表性和概括性，體現在研究方法上則表現為覆蓋的廣度，人類學則強調深入和持續觀察研究對象或社群，從而對結構有所把握，在研究方法上通常由研究者本人在田野中像流動的攝像機一般工作。

文化研究的最終目標則在於理解社會文化的「意義產製」，探討與社會建構以及文化認同相關的意義如何生成。這些關於認同與主體性以及生活文化之間關係的本質性問題，則主要出現在對於詮釋、消費以及使用「文本」的理解上。因此方法的重要性也就在於能夠幫助研究者理解文化是如何被創造出來，並透過日常生活來理解文化，聆聽人們究竟說了什麼則成為非常重要的研究方法（Gray, 2003/徐夢芸譯，2008）。

英國媒體和文化研究的傳統在於對使用者的關懷，無論這種使用方式多大程度出自使用者主觀能動性，或是社會形塑力量影響，核心在於不要「小看」而簡化使用者。Williams（1958）曾提到當時文化批評家們時常以「大眾」稱呼和概括所有閱聽人，為了指出這種看法的盲點，他舉例不妨設想自己和周遭親友也是「大眾」的一員，是否能夠同意這些草率的評價。Couldry（2004）提出以往的批判媒體研究取徑都忽視了實踐的複雜性，無法理解媒介究竟如何影響社會。個人因各式各樣的原因，受隨時隨地情境的影響，進行不同的媒介實踐，實踐取徑試圖看到過往研究中忽視、看不到及理所當然化的東西，尤其是媒介研究本身常常

DOI:10.6814/NCCU202000269

掉進媒介本身的黑洞中。Couldry（2012/何道寬譯，2014）認為需要嘗試去理解，新的媒介技術帶來的變化如何被使用者整合進日常的習慣。媒介既使個人最細微的行為都為之一變，同時也改變了我們最宏大的生活空間。

本文的研究問題發端自研究者同為使用者的長期觀察和反思，也在他人之田野研究中得到一些共鳴和啟發，於是開啟了思考。隨時隨地透過社群媒體發佈內容，在年輕世代的生命歷程中已經成為一種習以為常的實踐，但近幾年來社群媒體似乎在在漸漸變老，不再是年輕世代獨享的空間（Miller，2013）。本研究以中國目前影響力最大的社群媒體微信為例，根據 2014 年的統計數據，微信的絕大部分使用者依然非常年輕，近一半以上的使用者年齡低於 26 歲，86.2%的使用者年齡低於 36 歲。但這一情形如今有了較大變化，根據微信發佈的 2018 年數據報告，月活躍使用者人數已達 10.8 億，已經滲透進各個年齡層。並且和 2015 年相比，人均「好友」增加 110%。[39]其中 20.7%的使用者有 201 至 500 位「好友」，10.1%以上的使用者有 500 位以上的「好友」。[40]隨著行動上網在中國的滲透率達到較高水平，網路通訊技術融入日常生活的諸多面向，社群媒體不再是年輕人與同溫層相聚的單一空間，而成為更複雜的復合空間，幾乎覆蓋其所有線下的社交關係。中國的年輕世代既表現出對這一趨勢的抵觸，也並未徹底拒絕和逃離，依然是這一空間的主要使用者。**本研究的第一個研究問題便是想要了解：在中國年輕世代的生命歷程中，以微信為核心的即時性書寫的意義為何？**

以微信朋友圈 2019 年的數據為例，41.7%的男性使用者和 34.3%的女性使用者每天都會發送貼文（含原創和轉發內容），頻率不到每天 1 次，但每週會發送至少 1 次貼文的男性使用者和女性使用者比例分別為 25.4%和 29.7%。[41]可見即時性書寫已成為個人日常生活中持續且普遍的媒介實踐。**本研究的第二個研究問題想要了解：在日常生活的實踐中，中國年輕世代如何進行微信即時性書寫？**

---

[39] 資料來源：〈2018 年微信報告〉，取自 https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays

[40] 資料來源：〈極光大數據 ：2019 年社交網絡行業研究報告〉，取自 https://www.jiguang.cn/reports/381?isH5=1

[41] 同 40。

DOI:10.6814/NCCU202000269

二、研究取徑

1、線上線下

貼近使用者具體實踐的研究最常採用的研究方法有民族誌，日記法，深度訪談等，其中尤以民族誌法最為突出，十分強調實際情境和在地脈絡的重要性，認為線上與線下是相互牽連，認為唯有如此才能更好地回答媒介實踐的影響究竟是什麼。例如 UCL 人類學研究團隊在中國工廠的田野中發現，工人通常居住在集體宿舍，宿舍通常也不能上鎖，手機可能是大部分中國工人日常生活中唯一的私人空間，甚至是他們對私人空間的初次體驗，特定的生活形式和個人的生命經驗讓手機使用有了特殊的意義。而傳統的電視閱聽人民族誌研究提供了豐富的材料證實媒介實踐之多樣性和情境的密切關聯。

所謂虛擬世界和現實空間的關係是複雜的和值得探討的，同時關注兩方面是研究者在承認物質基礎的同時，又能夠跳脫經濟決定論、科技決定論等觀點的關鍵。人們的媒介實踐既有可能和現實身份的行為方式保持一致，也有可能截然不同，甚至不斷發生變換；既有可能引發現實生活的改變，例如常見的新媒體故事中的素人透過網路成為名人，提升其社會地位，也可能並沒有改變其現實狀況。對於任何一個使用者而言，所謂虛擬世界和現實空間總是關聯著的，研究者參照兩者則是為了更好地反思技術、社會和個人的關係。

與此同時，將線上和線下、虛擬和現實分為兩端的做法不應成為研究中的框限。此前已有不少學者對此進行過反思，研究者希望視之為操作上和討論上的便捷，線上和線下的實踐同屬於一個共同的世界，數位技術也是廣大世界的一部分（Couldry, 2012/何道寬，2014；Pink et al, 2016；Miller, 2012/王心遠譯，2014）。

2、研究者身份

如今不論是人類學、社會學還是文化研究的學者們都已經注意到研究者立場

DOI:10.6814/NCCU202000269

的重要性並對此提出反思。研究者在搜集材料過程中不容忽視的在場位置和最終研究書寫的過程產物都不可避免有著立場。本研究也並非認為立場本身就是偏誤，反而是回應問題意識所必不可少的關鍵。正如文化研究的經典研究常常涉及特定階級、性別、種族，但不同研究者憑藉關懷的不同才得以在紛繁複雜的社會文本中站定自己的位置。

承襲英國文化研究的女性主義學者 McRobbie 從自己的身份出發，對民族誌鼻祖 Willis 的作品 *Learning to Labor* 提出反思，認為其在研究中完全不談及性別問題，而將工人階級子女的問題完全聚焦在了男孩身上，並由此展開她對於少女們的研究，讓女性的實踐也被看到和重視（McRobbie, 1990/張岩冰，2011）。而我對該研究議題的關注也來自於對這一實踐方式的親近感，對於媒體及學術界對當下使用者採取粗暴態度有所不滿，認為大部分中國學者都將使用者放在被動或深陷其中的成癮者來看待，才為研究的放大鏡找到了關注的角度。

Gold（1958）將觀察者的身份分為「完全的參與者」、「作為觀察者的參與者」、「作為參與者的觀察者」和「完全的觀察者」，但他認為應遵從連續的思路來辯證看待四個身份的流動關係及新變體的出現（轉引自陳向明，2002，頁 85）。文化研究中，如上所述，身份是一個複雜的問題。Gray（2003/徐夢芸譯，2008，頁 28）認為文化研究者所感興趣的當代文化，或多或少已經是我們身處其中的文化，就某種程度而言，我們已經是自己文化的參與觀察者。

我在本研究中將作為「作為觀察者的參與者」，在最初就向研究對象坦誠研究身份。同為年親族群，我和研究對象大都年齡相仿，在此前作為參與者，更有著長期的使用經驗，另外在研究中也不排除時刻透過原有的社交圈不動聲色地繼續觀察更大範圍內使用者的實踐，從中獲得新的啟發和可分析的資料，對在當前社會脈絡下科技、書寫與生活交織的實踐作出詮釋。

此外，行動社群媒體的使用有著很強的流動性，「隨時隨地」的實踐形態讓媒介「介入」現實的情況更為複雜，使用地點的選擇受到使用者能動性和社會文化影響，和日常生活中的其他實踐活動互相交錯嵌套，這讓研究地點無法拘於一

DOI:10.6814/NCCU202000269

處，但跟隨使用者進行觀察又過分干擾對方的日常生活，難度較大。實踐轉向的研究取徑主張從「生活形式」（forms of life）了解「日常生活」，將常規、慣例等規律性的社會行為視為日常生活的具體呈現（Couldry，2012；王宜燕，2012）。因此除了在訪談中注意了解研究對象生活的脈絡、過往書寫經歷和媒介使用狀況，研究者也不避諱以關係密切的親友作為部分研究對象，從最熟知的材料入手，在此基礎上再選取另一些使用方式和生活脈絡差異較大的對象進行研究。

三、研究對象

在研究對象的選擇上，為聚焦問題意識和提高取樣可行度，本研究將以「使用頻率」和「職場年資」兩方面作為限定條件進行篩選，鎖定年輕世代中的高頻使用者。

在「使用頻率」這個條件上，主要依循兩點。首先是本研究將以**微信朋友圈**作為判斷「使用頻率」高低的標準。一方面，微信朋友圈是當前中國普及率和用戶活躍度最高的社群媒體，集聚著最大比例和最廣泛類型的使用者。另一方面，微信現實社交關係建立和維繫的主要渠道，我的微信好友共有 479 人，而在微博和豆瓣上的好友數則分別為 19 人和 0 人，因此辨識其他社群媒體的使用頻率也較為困難，但在研究中依然會詢問和討論使用者在其他社群媒體上的相關經驗，更好地理解使用者的實踐方式。

其次為了發掘使用者和媒介技術之間發生的更多互動和潛在的衝突矛盾，本研究選取**近期「使用頻率」較高**的使用者作為研究對象。具體而言，我選取征集的研究對象**需在 30 天內，超過 15 天有發佈原創文字內容至微信朋友圈**（即不包含轉發或音樂鏈接分享的內容），則被我視為近期「使用頻率」較高。這類使用者在經驗上相對較豐富，更便於挖掘使用者在能動性上的可能，同時也能看到更多社會規範介入個人使用的過程是否存在，如何發生。

而「職場年資」這個條件，主要考量到社會規範對使用者的影響。大部分人通常在完成學業，步入職場之後，需面臨更複雜多樣的社交關係，在短時間

DOI:10.6814/NCCU202000269

內「好友」數量會大量增加，也將受到現實生活中多重的結構性權力壓制，成為社群媒體由單一空間向復合空間轉變的重要契機。但若距離初入職場時間過久，個人對於社會規範的介入過程很可能失去敏感性，人際關係逐步穩定，也會因職場位階和社會地位的提升而不再處於被「管教」的範疇。故我將條件設定為**「步入職場 5 年內的使用者」**，這一群體在年齡上大致落在 20-30 歲之間。而以 2000 年代網際網路逐漸在東部地區出現普及來看，目前 20-30 歲的人群不僅普遍具有較高媒介素養，還是與網際網路和社群媒體使用相伴歷程最長的群體。

由於中國東西部發展狀況差異較大，本研究的研究範圍將限定在行動通訊基礎設施相對完備的中國東部都會區，並在該區域範圍內選定研究對象。2014 年 11 月 20 日，国务院发布《关于调整城市规模划分标准的通知》，按城區常住人口將全國城市劃分為五個等級，分別為超大城市、特大城市、大城市、中等城市和小城市，並且城市集聚效應日益凸顯。其中三大城市群，同時也是東部核心經濟發展區，分別為京津冀、長江三角洲和珠江三角洲，聚集全國 23%的人口和 39.4%的生產總值，主要影響力由北京、上海、深圳、廣州四個超大城市向外輻射，影響周圍省市。並且部分大城市向上升級的動力較大，中小城市近年來反而陷入人口流失、規模收縮的狀態，因此特大城市和大城市由於數量多，規模相對較大，人口佔比最多，將成為解釋東部都會區最大範圍的城市類別。[42]

受研究者本身移動性的限制，為便於操作，我選擇在東部城市中發展處於平均偏上水平的**福建省福州市**進行研究，選取研究對象。福州市為福建省省會城市，2018 年常住人口 774 萬，規模上屬於特大城市，而福建省的網絡滲透率在全國範圍內排名前六（67%），但由於福建省的地理位置介於長三角與珠三角之間，不屬於京津冀、長三角或珠三角周邊三大東部核心經濟發展區之內，整體發展狀況

[42] 引自：http://finance.sina.com.cn/roll/2017-07-14/doc-ifyiaewh9161210.shtml；
http://data.163.com/18/1231/02/E4AP6FBA000181IU.html；
http://finance.people.com.cn/n1/2019/0410/c1004-31021390.html

DOI:10.6814/NCCU202000269

屬於東部城市中游，福州在全國的城市分級體系中依然被劃歸為二線城市。[43]較能代表東部都會區人口覆蓋範圍最廣的使用者。

與此同時，以目前福建省已有的調查來看，使用者呈現出的特質基本和東部地區整體研究結果一致。針對福建省的研究及數據樣本又都來源於福州和廈門兩座城市，中小城市的研究因無法說明其代表性在全國範圍內都非常少，也無前人資料可作參照（黃含韻，2017；孫慧英，2009）。其中黃含韻（2017）對福建省三所大學的 609 名大學生調查後發現，大學生群體主要使用的社群媒體為微信和微博，並呈現出短時間但高頻率的特徵，而中學生的調查結果則顯示 QQ 依然是其主要使用的社群媒體，近用途徑同樣為手機。而中年人則主要以微信的使用為主，並主要受到現實社交圈或子女影響才開始使用，部分使用者也希望透過嘗試新技術而改變科技落伍者的形象，但在自我呈現上表現出理性和保守傾向。

第二節 具體操作

一、立意抽樣

本研究採取立意抽樣的方式，從研究者已有的微信好友、好友推薦和網路招募三種渠道尋獲研究對象，共計獲得 18 位受訪者。因研究內容牽涉較多個人隱私和現實社交的部分，研究者本身的社交圈成為發掘研究對象的重要來源，我先自微信好友清單中篩選符合條件且願意配合研究的對象，尋得 8 位受訪者，再經由周遭好友協助觀察並篩選其微信好友，通過這一方式征得 4 位受訪者。

由於地點限定為福州市，網路招募方面我選擇在社群網站豆瓣的「福州同城」小組中發佈征集訪談對象的貼文和登記表格，招募到 6 人，其中 5 位同樣成長自東部地區，在數位媒介使用和習得經驗上差別不大，但有 1 位來自陝西某縣城，

[43] 城市等級通常由非官方機構評選，每年名單有所變動，共分為五級，一線城市通常由北上廣深四座城市再加上十五個綜合發展程度排名靠前的城市，福州則常年處於二線城市之列。

DOI:10.6814/NCCU202000269

在上大學前上網的經驗較少，也無法使用手機上網。

二、深度訪談和日常記錄

本研究結合深度訪談和使用者的日常記錄兩部分來進行研究，其中深度訪談在初次見面時進行，以了解使用者生活脈絡和社群媒體使用經驗為主，依據受訪者忙碌程度，時長 1 至 3 小時不等，並在訪談後詢問是否願意配合進行日常記錄及回訪，和其討論可行性較強的日常記錄方式，便於更好地了解使用者在情境中的實踐狀況。在初次訪談的 18 人中，共有 7 人進行了日常記錄及回訪，該部分以即時記錄研究對象日常生活中微信朋友圈的使用為基礎，便於研究者了解具體情境中的實踐，透過線上進行，配合當日情形以微信進行即時通訊，完成回訪。

1、深度訪談

初次訪談採用半結構式訪談的方式，並都選擇在研究對象日常生活中較常活動的空間進行，主要了解受訪者的生活脈絡和日常活動範圍、過往書寫經歷、媒介使用狀況（網路條件、通訊設備、軟體應用等）以及即時書寫經驗和習慣，其中需要特別關注是否有特殊的生活經歷改變了研究對象的書寫形式。

John & Lyn Lofland（1995, pp. 56-57；轉引自 Babbie，1995/李美華等譯，1998，頁 457）建議研究者在訪談時扮演「一般人可接受的無知者（socially acceptable incompetent）」，表現出不知道身處何種情況，即使是在最基本又淺顯的問題，也亟需他人的援助。而在方法的思索中，研究者已交代自身本就是作為一個即時書寫實踐的參與者存在，並且設定身份為「作為參與者的觀察者」因此需考慮如何合宜地扮演「無知者」。研究者認為其中最為關鍵處在於對使用者本身的尊重，尤其對於其「媒介技巧」創造性的肯認。由於不同使用者的社交關係、日常生活脈絡不盡相同，每個個體必然都在實踐中發展出了一套安心自處又頗為精細的使用習慣，以本研究的觀點闡述，使用者們都相當會利用媒介科技做自己想做的事，研究者應當及時在訪談中對這一點給予肯定。

DOI:10.6814/NCCU202000269

在訪談提問的部分，陳向明（2002，頁 250-251）提出應盡量使用具體型問題。受訪者面對抽象型問題往往容易憑自己的印象想當然，做出的回答可能和實際狀況有所出入。由於思維理性化的影響，人們往往習慣於在理性層面探討問題，忽略實情。例如應當盡量避免以「為什麼」這樣的詞語開頭。

在本研究中，受訪者在接受訪談前也很可能不會主動留意或歸納使用方式，受限於個人記憶的狀況和大多數使用者已經較熟悉手機書寫的方式，日常生活中即時書寫所涉及的主題內容又相對瑣碎和多樣，概述型的提問可能會讓訪談內容可能留於表象。此外，受訪者還有可能由於社會性原因在自我陳述時進行的隱瞞，常常將習慣性和不可見的媒體實踐帶到前台（Pink et al, 2016）。例如此前研究者在詢問友人是否能夠回憶起上次使用手機進行即時書寫的目的時，對方回復只是隨意書寫，卻在之後的聊天無意中提及某天「只是想利用微博記錄一下明天想做的事，卻被莫名的人評論」。

即時書寫實踐的發生往往和具體情境下個人與環境發生的互動相關，受此啟發，研究者希望在訪談中盡量以具體「文本」或「事件」為提問的切入點，讓受訪者能夠藉由「事件」回憶起更多細節，而研究者再以旁觀者的視角，對即時書寫中被自然化的實踐再發現。

在具體的操作上，研究者則將借鑒事件訪談法的操作來展開提問。事件訪談法通常邀請受訪者以現在的狀態來描述謀一時期的情境發問，例如「請你回想你第一次接觸電視的經驗，可以告訴我當時的情形嗎？」「你和他人的關係有因為科技而改變嗎？請舉一個代表性的例子來說明。」，或是描述一連串情境，例如「請你描述一下，昨天下班後，科技在你生活中的何時、何地扮演了何種角色？」（Flick, 1996/李政賢、廖志恆、林靜如譯，2007，頁 171-175）。Flick（1996）建議在進行此類訪談前，研究者需對受訪者解釋這種發問方式的基本原則，好讓受訪者能夠熟悉事件訪談法的形式。

訪談內容圍繞五個面向展開：

（1） 日常生活經歷與狀態：

DOI:10.6814/NCCU202000269

詢問受訪者過往經歷、工作狀況及環境、休息時間及主要消遣方式、生活節奏、社交狀況、日常生活主要的壓力來源等個人基本狀況，該部分訪談內容同時結合研究者的自我介紹展開，同時作為與對方熟悉、互相了解、建立初步信任感的環節。

（2） 過往書寫經驗回顧：

詢問受訪者此前是否以其他方式書寫，是否有記日記、寫網誌或是隨身備忘錄等經歷，具體對應人生中的哪個階段，何時及為何中斷；分別有什麼感受和印象較深的事；目前還有保持哪些習慣。

（3） 媒介使用狀況：

了解受訪者使用手機及其他數位產品的基本狀況，主要分為硬件和軟件兩部分。硬件部分包含手機型號、辦理的通訊套餐、日常生活中近用網路的方便程度和頻率；軟體部分包含平常最常使用的功能、使用社群媒體或即時通訊軟體的方式和時間、圖片及視頻軟體的使用狀況和頻率等。

（4） 手機社群媒體使用緣起及習慣：

了解受訪者何時開始使用手機使用社群媒體，有何契機，當時原因；主要使用習慣為何，例如最常使用的社群媒體平台，若使用多個平台如何進行區分，通常會發佈什麼內容，在怎樣的情境下，編輯時長；有哪些內容想發，卻最終選擇不發，或是在別的平台發，在具體情境下有何考量；是否有哪些內容在取材、構思與最終發送的時間相隔較大，原因為何；在閱讀社群媒體上他人的內容時，有何體悟和發現，認為自身和他人的用法有何不同及共性；是否有行動端和網頁版共用的情形，和日常作息是否有關；對即時性的內容分享及閱讀有何感想；是否有意識到使用手機書寫和先前書寫方式的不同等。

（5） 過往媒介文本檢視：

根據受訪者意願由研究者查看過往發佈的內容，並邀請其回想、陳述當時的情境。並詢問受訪者在瀏覽內容的過程中，是否回憶起印象較深的經歷，或具有轉折性意涵的內容。

DOI:10.6814/NCCU202000269

2、日常記錄與回訪

在研究方法上，我原先計劃邀請研究對象以自我記錄的方式填寫「即時表格」，但在訪談階段和受訪者的討論過後，為更好地收集到相關資料，我將記錄方式調整為當日結束後直接使用微信的即時通訊功能與我聯絡，傳送和講述相關事件過程，以每發佈一則內容為計，記錄滿 15 條後終止。記錄和回訪在研究過程中是同步進行的，我與研究對象通常在一天結束後進行線上對談，先以受訪者口述的方式進行事件介紹和情境還原，受訪者通常在複述時也會將當下的所思所想一併說出，因此能夠得到相對完整的「事件發展脈絡」，我則再根據具體情形追問。

關於事件介紹和情境還原所需提及的必要細節，本研究參考了前人在自我記錄法、情境理論和民族誌研究中所提及的一些要素。Nansen et al.（2009）採用自我紀錄法研究家庭使用資訊傳播科技的情形，其中記錄的元素包含：事件發生的相關地點、客觀的物理情境、使用頻率、便於受訪者個人記錄的日記本和隨身記錄本。賴合新（2015）參照 Hansen（1972）和 Belk（1975）對情境的分析，在設計使用者日誌時，將需要記錄的具體情境分為：實體環境（物理地點）、社交環境（在場他人的角色、關係、互動情形）、資訊環境（對該議題的關心程度）、先前狀態（之前的情緒或處境）、時間的影響（是否在當下立即行動，如有延遲又是為何）以及人機互動狀態。

石婉婷（2014）從民族誌學者的方法中汲取觀察之經驗用於研究媒介實踐，提出對四個面向的關注：（1）空間/活動的意義與感受（該活動/地點在研究對象生活中的意義、實際場景的描繪、是否記得先前的打卡內容等）；（2）現場情境（連網的時機與方式，包含網路訊號、準備打卡的時機與手邊事務協調的狀況、與他人的互動、手機的擺放位置等）；（3）準備打卡的情境（拍照角度、態度和時機的選擇，花費時間，編輯圖片的方式與時機等）；（4）打卡後（上傳動態中的狀態與情緒、對線上朋友回應的態度等）。

而綜上考量，本研究在日常記錄中指引受訪者在順序上按照「引發使用的

DOI:10.6814/NCCU202000269

動機」、「進行內容編輯的情境和過程」和「後續互動狀況」三階段來展開敘述，每部分記錄的面向包含地點、時間、設備條件、社交環境、心情狀態、過程概述和素材搜集與編輯。在之後的訪談中，需要留意事件發生的情境和實際發佈內容的情境之間是否存在明顯的時空差，如存在明顯的時間差，可請受訪者進行解釋，以及在隱私設置上經過哪些考量。

表 3-1 研究對象基本資料

化名	招募方式	性別	年齡	職場年資	職業	媒體使用	訪談時間
小微	微信好友	女	26	3	地產營銷	微信（2，表示同時使用兩個賬號，下同）	7 月 13 日 1:00-2:30
元元	微信好友	女	25	2	研究員	微信、QQ 空間	8 月 11 日 17:00-20:00
花花	微信好友	女	25	3	報紙編輯記者	微信、微博(2)	8 月 11 日 21:00-23:00
小艾	微信好友	女	26	1.5	考核機構職員	微信、微博	8 月 13 日 18:50-20:20
小滿	微信好友	男	27	3.5	出境旅遊業務	微信、微博	8 月 19 日 15:00-16:00
惠子	微信好友	女	25	3	機構教師	微信、微博、QQ 空間	8 月 27 日 13:30-16:30
釦子	微信好友	男	25	1	音樂教師	微信、微博、QQ 空間	8 月 28 日 15:00-16:20
小甜	微信好友	女	26	1	研究員	微信	8 月 30 日

DOI:10.6814/NCCU202000269

							21:00-22:30
小金	好友推薦	女	25	3	公職人員	微信（2）、微博	8 月 25 日 20:00-22:00
小羊	好友推薦	女	26	4	銀行職員	微信、微博、飯否（已停止新用戶註冊的微博客）	9 月 4 日 19:30-21:00
安言	好友推薦	女	25	3	音樂機構老師	微信（2）、微博	9 月 9 日 20:00-21:10
阿金	好友推薦	男	28	5	拳擊教練	微信	9 月 14 日 18:00-20:00
葉子	網路招募	女	28	5	平面設計	微信、微博、豆瓣、達目標（任務管理型 APP）	8 月 26 日 12:00-13:30
茶茶	網路招募	女	23	0.5	特教訓練員	微信、微博、豆瓣	8 月 26 日 15:00-18:30
小婷	網路招募	女	24	2	機構職員	微信	8 月 28 日 19:00-22:00
小傑	網路招募	男	30	5	醫藥銷售	微信、微博	8 月 29 日 20:00-22:00
梨子	網路招募	女	23	3	機構老師	微信、微博、QQ、豆瓣	9 月 5 日 14:20-16:20
阿俊	網路招募	男	29	4	食品檢測	微信（2）、微博	9 月 12 日 13:30-14:30

DOI:10.6814/NCCU202000269

*標註之受訪者為接受後續日常記錄及回訪之研究對象，共計 7 人

*為保護研究對象之隱私，姓名部分均化名處理，在後續分析中也使用化名。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000269

第四章 個人書寫空間的建構

本章從年輕世代的手寫日記實踐開始，探討從青少年到年輕成年人階段，個人書寫的空間如何在不斷變化的社會互動中建立和鞏固，尤其當線下的權力關係滲透進線上空間時，個人如何透過實踐將社群媒體保留為個人所認同的自我空間。

第一節 伴隨成長的書寫實踐

出生於 1990 年代後的年輕世代，多數從國小階段開始使用數位產品和社交網站，於是出現了一種和此前世代截然不同的個人記錄積累模式。書寫紙本日記逐漸成為相對少見的選擇，維持難度也更大，而數位和線上的記錄形式成為更普遍的世代經驗，個人也逐漸熟知線上書寫空間的使用，形成一套既公共又私人的認知。

一、受阻的日記書寫

日記自古希臘「個人筆記本」的形式萌芽，延續至今，依然被認為是一種典型的個人敘事和記錄方式，在過往研究中也被視為個人和自我對話、形塑和想象主體的過程。日記這一形式對於中國的年輕世代也並不陌生，但和西方的日記傳統不同，這一形式在中國近二十年來的基礎教育中被廣泛地用作鍛煉個人讀寫和思維能力的工具，大多數受訪者被問及過往寫日記的經驗時，都提到中小學階段曾寫過「老師要求」的「日記」、「周記」。雖然這種個人敘事以日常生活中的經驗感悟為主題，不過作為需要繳交和批閱的「作業」，在葉子看來這一形式「就是在鍛煉」，由學校的作業衍生出長期個人日記書寫習慣的小婷也表示面對教師這一具有權威性的閱聽人，意味著和自我對話的過程被權力之眼凝視，「肯定不

DOI:10.6814/NCCU202000269

會把自己的真實想法寫出來，哪怕是有點煩你也只是點到為止我有點煩怎麼樣的」。

不過個人想要維持寫日記的習慣似乎並不容易。除了學校要求的日記，半數以上的受訪者也嘗試過書寫「只有自己看」的日記，但大多只是「心血來潮」，難以長期堅持，而在所有受訪者中，唯元元、茶茶、小婷和小羊 4 位有過長期寫日記的習慣，儘管他們在主觀上都想要維持這一記錄方式，卻在不同的生命歷程中遭遇了客觀的阻礙。

紙本日記的書寫對私人空間和時間的要求相對較高，不僅書寫過程需要相對獨立的物理時空，考量到內容的私密性，書寫後也需要安全的空間儲存日記本，然而這些物質條件卻常常因就學、婚戀、工作等原因而無法被滿足。元元在上大學前一直堅持寫日記的習慣，既能夠記錄校園生活的趣事，也用於抒發學業壓力。大學階段住進集體宿舍，不得不和舍友共享空間，嚴重影響到其在私密空間下進行書寫的習慣，個人空間的缺失導致她逐漸放棄了紙本日記。

> 但是我覺得這和個人成長是有關係的，一個是到大學之後，你沒有這個寫日記的空間了，這是一個很重要的事情，你上了大學以後，住進集體宿舍以後，你沒有自己的空間。因為寫日記你需要一個比較安靜，私人的空間，但你住進集體宿舍之後，當然你也有自己的床沒有錯，但周圍總會有人在講話，或者她要跟你講話。因為寫日記的時候你就是一個跟自我對話的過程，或者會把自己平時一些想法寫下來，但是在旁邊有人的時候，你是沒有辦法專念於，就算是負面情緒，你也沒有辦法專念於這種負面情緒的抒發。
>
> ——元元

紙本記錄形式的結束為數位記錄的延展提供了契機。在中止紙本日記書寫之後，元元便開始考慮將記錄的功能轉移到已經使用了較長時間的微信朋友圈上，而目前微信朋友圈則成為她唯一會進行日常生活記敘的形式，也讓她開始使用「僅自己可見」的功能來滿足部分個人不想公開的「紀念」需求。

DOI:10.6814/NCCU202000269

除此之外，紙本日記還需面對儲存的問題，這在青少年階段尤為突出。茶茶從中學開始寫日記，對她而言，經年累月留存下來的日記本是私人「寶藏」的一部分，但由於學生時代不得不住校，日記被同寢室的同學翻看，令她感到難堪。儘管當時她使用的是上鎖的日記本，依然無法阻斷他人窺看她的日記，致使她中斷了這一習慣。而研究者本人在青少年時期一直居住在家中的獨立房間，也曾因日記本的存放和父母打過游擊戰。

對於小羊而言，物理上的私人空間不是紙本日記書寫的必要條件，自學生時代起，她就能夠泰然自若地在同學面前寫日記，周圍的友人也都尊重她隨時隨地寫日記的習慣，甚至貼心地「盡量不要去看我的日記」，至今已經累積了三四十本日記。然而隨著工作和婚戀佔據的時間越來越多，篇幅較長的手寫日記在時間佔比上讓她感到越發吃力，記錄的頻率大大降低。近兩年來，由於和論及婚嫁的男友共處時間增加，個人獨處的時間減少，加上工作的忙碌對個人精力的消耗較大，小羊更傾向於利用通勤這類碎片化的時間，透過朋友圈記錄日常生活中的點滴感悟，寫日記的頻率則從過往的每天一篇減少為每月三四篇，或是選擇在重要事件過後的兩三天「補寫」紙本日記。

對於 4 位有著長期紙本日記書寫習慣的受訪者來說，紙本日記和社群媒體平台上的個人書寫實踐固然有本質不同，她們均認可紙本日記書寫在體驗上有著無可替代的優勢，但這一習慣在個人的成長過程中有著延續上的諸多困境。而紙本日記的書寫一旦中斷，即便再度具備適宜的物質條件，4 位受訪者都未選擇恢復過往的習慣，小羊作為對紙本日記評價和認可度最高的一位受訪者，也坦言「日記一旦減少之後，你再回去那種每天都寫日記寫很多是很難的」。

二、無心插柳柳成蔭

以數位的形式進行記錄在近十餘年來開始成為中國東部地區家庭共同的經驗，而在網際網路的普及過程中，本土社群媒體的發展也為人們將個人影像、文字等以更公開的形式分享出來提供了渠道。從最初不同媒材涇渭分明的分享和儲

DOI:10.6814/NCCU202000269

存形式，例如強調圖片的線上相冊、強調文字的網路日誌和偏向口語的即時狀態，到今日融合各種媒材的呈現形式，透過數位媒介進行個人敘事在年輕世代中成為了最便捷且門檻較低的表達形式，只有中學學歷的阿金在訪談中就提到曾經也有過使用「博客」的念頭，卻受限於文化水平，「心有餘而力不足」，但他青少年時期便開始使用 QQ，如今更是個「擅用微信」的人。

儘管使用的頻率和方式不一，幾乎所有受訪者在小學就擁有了第一個社交網站賬號，不少人更是因周遭同齡人的使用而開始啟用。所有受訪者在使用本研究主要提及的微信朋友圈、微博等社群媒體之前，都已經陸續使用過其他平台，並發展出不同的使用習慣，較於紙本日記更具延續性和普遍性。對葉子來說，日記是因老師的要求才寫的，而擁有個人數位設備的她，較早便開始習慣以數位形式記錄日常生活，微信朋友圈是先前平台的更迭和延續。

問：所以是從朋友圈開始你行程寫東西的習慣的嗎？

葉子：不是的。只是朋友圈是一個平台，之前的話是有 QQ 空間的，就會在心情還是什麼的，替代了那個東西。其實你現在回頭去看 QQ 的那個心情/說說，它其實也是在記錄的，現在替換了一個平台。我覺得會做這件事情不是從朋友圈開始，而是可能從很小就開始了。而且在我那個年代，我是高中裡面有手機有相機的，我都會去拍高中同學什麼的。

問：然後那個時候就會把東西發在？

葉子：那時候沒地方發。那個時候應該沒地方發，單純就是拍。

問：所以你高中的時候可以用說說來發東西嗎？

葉子：應該不行。

問：所以說說是回家用電腦才能用咯？

葉子：有點忘了。那時候好像會寫 QQ 空間。

問：我小時候會寫日誌，但是我覺得寫日誌的頻率很低，因為麻煩嘛。

葉子：對，因為需要用電腦。

DOI:10.6814/NCCU202000269

花花則認為自己在同齡人中較晚開始使用 QQ，沒趕上周圍同學使用 QQ 空間寫日誌的潮流。不過這也無妨她發展出個人獨特的使用方式，選擇以更少人使用的 QQ 空間「留言板」來進行個人敘事。雖然最初開設微博賬號是為了追蹤當時喜歡的記者，獲得即時資訊，但之後她發現自己將使用「留言板」的習慣遷移到了微博上。

> 小時候的日記只是交給老師的日記，但是自從用了 QQ 這樣的社交軟件之後，我自己呈現出來的是我特別喜歡自言自語，我喜歡給自己寫東西。我當年 QQ 空間最頻繁用到的功能就是在留言板給自己留言，講一下「我最近好不開心」，或者怎麼怎麼樣。這個習慣到我高一用微博，就是我微博也這樣，這麼多年就完全改不過來。社群的這個互動性，因為它有很多的功能嘛，但是我在意的可能就是這種日常記錄啊，日常一些小心事啊，這種功能，社群功能，我使用的不多，比如我@誰，誰@我，對我來說都是很大的障礙。
>
> ——花花

相較於紙本日記的書寫被明確視為具有個人記錄的意涵，人們在社交網站上分享內容的動機相對模糊和多樣，然而長期使用所累積的「結果」卻在無意中形成了連續性的個人檔案，如今依然有在使用 QQ 相冊的阿金、釦子和惠子都主動提及了社群媒體提供的記憶歸檔功能（archiving），惠子表示自己會留意 QQ 提供的「三年前的今天」，釦子也認為 QQ 空間曾經「冒出來一個五年前的今天」啟發了他以數位平台記錄生活的想法。Couldry（2012/何道寬譯，2014）提到過往個人歸檔的主要形式是日誌和照相簿，而今天 Facebook 似乎在提供類似的功能。王右軍（2019）認為傳統自我敘事文類的呈現多以單次完整形式出現，社群網站為個人提供了一種特殊的記憶建構和分享空間，在持續性的實踐中延伸出自我記憶敘事連續體（continuum）。對於科技公司而言，個人敘事的分享和留存是相交融的。微信創始人張小龍在 2019 年的公開演講中提及記錄或拍攝本身並不是一個有力的需求，而微信提供給個人對外分享的平台，才促使人們使用手機在

DOI:10.6814/NCCU202000269

即時的情境下拍攝、分享。人們當下實踐的目的是分享，但記錄會在無意間形成。[44]

在回溯使用微信朋友圈、微博、豆瓣等主流社群媒體的初衷時，受訪者皆未提到過記錄這一功能。小艾的第一條微信朋友圈是向朋友分享自己上軟陶課的新奇經歷，小羊開始使用微信朋友圈是因為當時心儀的對象也在使用這一平台，她想要透過這一平台和對方產生連結，梨子發佈的第一條朋友圈內容是為了獲得商家的優惠，小金則認為一開始她「更專注於美的東西」，阿金最初更是為了拓展業務才開始使用朋友圈。此後隨著分享內容和題材的不斷擴充，受訪者對於同一空間的論述也發生了改變，例如小艾已經不自覺地將微信朋友圈的使用和記錄連結起來，而這種感覺不迅速記錄便會流逝。

小艾：就朋友圈可以作為一個記錄和終結的感覺。我覺得記錄對我來說還挺重要的，我到現在換手機也不會刪照片，就一直增加手機的內存而已。就記錄這種儀式，對我來說還是挺重要的。

問：你現在發一條朋友圈會用多長時間？

小艾：我是挺等不及的，基本上拍完就會發。因為我覺得它對我來說是有感情記錄性的，如果你不即時把它發出去，很多事吧，就是你越想就會表達的，嗯，就算有遺憾，反正總會有遺憾的嘛，它是由一個即時的感情和記錄的意義在的，所以要盡快發出去。

由於個人敘事的連續性，記錄甚至會成為部分使用者延續使用的重要動機，花花被問及堅持使用微博的原因時，將這種記錄定義為「私人的成長史」。

問：那你覺得自己為什麼能一直堅持寫微博呢？

花花：我也經常在想啊，其實我有一兩年也一直在說「我要放棄微博」，然後沒多久又回來了。第一個是說我需要一個平台去寫，日常生活記錄，其實後來我把它定義為我的個人世界的私人的成長史這種東西。

[44] 引自「Tech 星球」在微信公开课大会现场根据張小龍演講的記錄整理，連接：https://tech.qq.com/a/20190110/000050.htm

DOI:10.6814/NCCU202000269

因為我覺得，比如我最近的一些感悟、想法，符合我這個階段的一些感悟、想法，我現在不記就會忘，忘了就會丟失，等到我三四年過後回去再看的時候，想看我這一階段的經歷的時候，就沒有東西可以打撈。所以第一是我覺得我有需求，而且我覺得很重要.....

而花花的這種定義是「後來」形成的，來自其對長期實踐結果的再檢視。如同小艾試圖透過媒介技術的方式捕捉「即時的感情和記錄」，花花提到在「三四年過後」的「打撈」，藉助物理身體之外的媒介，將個人記憶以敘事連續體的形式記錄下來，抵禦物理身體的「忘」和「丟失」。毫無疑問，花花在未來對個人主體的形塑和建構也高度依賴於其留存在社群媒體平台上的文本。

對於曾經依賴紙本進行個人敘事的實踐者而言，數位形式的記錄也可作為延續過往習慣的便利選擇。有過長期書寫日記習慣的受訪者元元，因在大學期間放棄了紙本日記，開始將記錄功能轉移到長期使用的微信朋友圈上，朋友圈分享和記錄功能的邊界進一步消融，而目前朋友圈已是她唯一會進行個人書寫的空間。她在訪談中介紹了兩個使用「僅自己可見」的例子，都以「紀念」對這類實踐進行形容，並提到在停止書寫紙本日記後，朋友圈承擔了日記的功能。儘管近年來從事研究工作的她感到和朋友們漸行漸遠，朋友圈的社交需求大大減低，但此前長期經營的朋友圈值得以記錄的功能延續和保留，甚至成為主要的使用原因。

事實上，以紙本日記的形式進行的個人書寫通常強調較高的私密性，實踐過程建立在個人享有獨立的時間和空間這一條件上，而能夠在個人成長過程中完全享有獨立空間（元元、茶茶）和時間（小羊）不是易事。「獨處」（小羊、元元）和「隱私」（茶茶）得來不易，不論是受限於物質條件，不得不居住在多人共宿的空間，還是在父母或戀人等親密關係中受到的管制和約束，個人空間都時常被擠佔，導致日記書寫受阻。

相較於紙本日記，線上書寫空間在二十一世紀初興起。手機、家用電腦和網際網路在東部地區逐漸普及，為青少年近用網路提供了物質基礎。對於想要擁有自己空間的青少年而言，控制線上空間的私密性較線下空間容易得多，只要學會

DOI:10.6814/NCCU202000269

進行隱私設置，個人便能輕易將他人阻隔在外，更無需擔心後續因保存不當而被窺看。作為主要監管者的年長者在使用此類新媒體上表現得並不主動，因此線上空間被青少年視為隔絕管束的自由天地。

同時期，年輕用戶也被數位領域的商業力量看作中國境內最具潛力和待開發的市場，通訊公司和科技公司透過行銷策略將線上空間形塑為屬於年輕族群的個性化空間。中國三大通訊商之一的中國移動公司在 2003 年推出針對 15-25 歲年輕客群設計的品牌「動感地帶（M-ZONE）」，主打資費低、語音通訊量小但網路流量相對較多的套餐，匹配年輕消費者行動上網的需求，並找來當時青少年中最熱門的歌手周杰倫代言，創作主題曲《我的地盤》，而該品牌的著名口號正是「我的地盤聽我的」，以「地盤」這一帶有權力空間意味的詞彙試圖召喚和賦權年輕客群。

大多數受訪者都提及青少年時期使用過的一款博客 QQ 空間（Qzone），同樣是當時中國境內最大的科技公司騰訊（Tencent）旗下的即時通訊軟體 QQ 在 2005 年為年輕使用者推出的博客功能，以「圈地為王，我有我空間」為宣傳口號。和以成年使用者為重心的中國博客、新浪博客、網易博客等傳統博客網站不同，QQ 空間是唯一以「空間」這一概念命名的博客網站。boyd（2014, pp. 27）認為青少年熱衷尋找自己的地方，而社群媒體滿足了青少年對社交連結和獨立自主的長久渴望，「我有我空間」一方面暗示了青少年在線下空間需求上的不滿，另一方面將線上空間的概念與線下空間並置，積極地為年輕族群提供了一種解決方案。

線上空間作為相對穩定的環境，促成個人敘事連續體的形成，更重要的是，大多數受訪者正是在這一時期逐漸形成其使用線上空間的慣例和規範，一個具有強烈私人屬性的空間開始浮現，成為年輕世代爭取個人書寫權力默識的開端。

第二節 集體空間下的個人逃遁

過往的社群媒體研究多指出，青少年在線下受到諸多監管，難以享有私人空

DOI:10.6814/NCCU202000269

間，因而積極地將線上空間打造成個人空間（boyd, 2014; Horst, 2012）。隨著個人成長，從未成年過渡至年輕成年人的使用者面臨社會身份的轉換和新情境的衝擊，社群媒體也不再是逃避監視的空間，反而成為聯絡和維繫工作、家庭、友誼關係的重要工具（Kanter, Afifi & Robbins, 2012；Karl & Peluchette, 2011）。

本研究以微信朋友圈的高頻使用者為研究對象，發現這層轉變確實強有力地影響了使用者的實踐。集體空間下，個人空間不被尊重，這種狀況滲透和延伸到線上，受訪者往往無法拒絕來自公領域的強制性要求。年輕世代只能嘗試進行公與私的切分，多數受訪者依然想要保持原有的書寫方式，抗拒個人書寫平台成為集體的工具，或是不想因職業身份限制個人書寫，試圖透過不同方式保留個人化的敘事，諸如將服務工作、滿足家人關心等內容透過隱私設置的方式予以切割，從集體主義的壓力中逃遁出來。當社群媒體不得不被工作征用時，受訪者更是在個人的論述和實踐中展現出不同程度的焦慮。

與此同時，年輕成年人對於父母的管束不再一概採取拒絕的姿態，相對於工作，家人被劃歸為私領域。因此，年輕世代能夠果斷抵制職場這一公領域對個人社群媒體平台的佔用，卻不想將關係最為密切的父母隔絕在外。在本研究中，受訪者的實踐方式時常受到父輩的質疑，使用者因此面臨兩難境地，個人透過社群媒體這一技術媒介來爭取和探索個人主體性的敘事實踐也更難取得合理性，代際間的矛盾體現了年輕世代價值觀的轉變。

一、保留「我」的故事

在多數受訪者面臨的新情境中，工作對社群媒體使用的介入最為強勢，通常是使用者無法忽視，迫使其調整實踐方式的關鍵。以下也將以工作為中心，探討個人如何理解和應對日常生活中集體性質的書寫要求，又如何進行微觀抵抗，策略性地延續和保留個人書寫的空間。

社群媒體平台作為一個對外開放的宣傳通道，被越來越多行業視為推廣營銷的必要工具，不少公司都要求員工使用個人平台分享指定的內容，並將這件事納

DOI:10.6814/NCCU202000269

入工作考核，曾經只用於講述個人故事的空間不得不被征用，多數受訪者都有過相關經驗（小艾、小微、小滿、花花、小金、小婷、小甜、小羊、安言、阿金）。曾經在新媒體公司實習過的小甜在工作時必須要使用個人賬號轉發內容，同時附上「固定的話術」，她直言自己「特別排斥這個」，「特別不喜歡這個」。對於小甜而言，微信朋友圈代表著個人情感和經驗的表達，應當是歸屬個人的空間，「因為我覺得如果都發那些的話，這就是一個莫得感情的微信，你會和你朋友們的距離越來越大」。

花花也曾在一份工作中被要求在個人的賬號中宣傳活動內容。花花認為自己並不排斥分享工作內容，實際上，這份工作所籌辦的活動恰恰都是她願意分享的，讓她反感的是必須以集體而非私人口吻的書寫內容，使朋友圈脫離了個人這一敘事主體，無法寫出自己的感受。

> 你的朋友圈是你的朋友圈，是你和你朋友交流的地方，你要發冠冕堂皇的東西，官方的東西，你會覺得很難為情。我和師姐都會覺得說，有沒有什麼辦法把它變得更軟廣一點，你還是會介意那個和你的朋友圈，和你的生活是不相關的。
>
> ……
>
> 有一陣子我特別不想發那些程式化的人物圖啊那些文案，我就會發一些類似於花絮一樣的東西，但是後來他們就和我說，如果我是這個活動的工作人員，主辦方，你不濃墨重彩的發，你發一些偏圖就特別不好，就職場的要求。
>
> ——花花

微信朋友圈在花花的想象中是書寫個人故事的空間，她希望以自己的視角拍攝和挑選照片，編輯文本的內容，以書寫個人日常生活的形式呈現。公共性質過強的敘事方式讓花花無法將這類內容含括進個人故事之中，違背了同齡人之間普遍的使用規範。因此，當上級明確告知不得以個人視角分享工作內容時，她選擇對工作內容進行切割和隔離，設置了一個僅包含同事的分組，專為分享工作內容，

DOI:10.6814/NCCU202000269

「你要我發我就發，但我基本上就只針對他們」。

從花花的案例中已經能夠看出，雖然諸如職場這類因素強有力地影響了個人社群媒體的實踐，但使用者卻不希望將這一空間拱手相讓。本研究中的多數受訪者也確實都應工作原因，考慮過將特定場域的成員切割出去，進行公私分離，保留剩餘的空間，以求在相對完整的脈絡下將「我」的故事繼續講述下去，在個人書寫中維持其主體性。從事地產銷售的小微和花花採取了類似的做法，進行徹底切割，不僅為發佈工作內容設置了特殊分組，甚至在一年前還使用另一台手機號註冊了單純「工」用的微信賬號，用於添加較少往來的對象。

初入職場的年輕世代還需要適應工作所帶來的新身份，新身份不僅需要個人在工作場合中表現得當，也影響了工作之外，個人在社群媒體上的書寫。所有受訪者都提及，如今出於社交禮儀和工作需要，難免和上級、同事、客戶在線上建立社交關係，這使得個人不得不考慮如何在職場之外維持或是不破壞其在職場的形象。自網路渠道招募的受訪者茶茶就處於角色轉變的困境中，這也成為她願意接受訪談的重要原因。作為一名剛入職不久的特殊教育訓練師，她感受到學生和教師身份的巨大差異，不論是課堂上面對年幼的學生，還是課後面對資深的同事和作為客戶的家長，都需要在穿著、言辭等方面更加謹慎。雖然大學期間在好友清單中增加了一些「關係一般」卻「必須加的人」，但最讓她感到私人空間被入侵的還是自工作後添加的同事和客戶。近期在工作上遭遇碰壁後，茶茶一邊暫且調整隱私設置為「三天可見」，將微信朋友圈中「有點不著調」，時不時「發瘋」的自己隱藏起來，另一邊萌生了使用另一個賬號微信賬號來分割工作用途的念頭。

受訪者小金為公職人員，職場上下級關係分明，而作為微信朋友圈的高頻使用者，她熱衷分享日常生活中的大小事，少則一天發佈三四條，多時甚至接近十條，因此在添加上級微信好友時，她通常會採取更加謹慎的做法。小金添加上級微信通常是出於工作對接的需求，於是在必須和對方建立連結之前的時段，她會盡可能先「觀察」對方的性格脾性，如發現對方屬於思想較傳統古板的長輩，她會在添加對方為好友時直接將對方列入不能閱讀其朋友圈內容的分組，避免影響

DOI:10.6814/NCCU202000269

自己在職場中的形象，同時不妨礙日常的媒介實踐。

和從事教師行業的茶茶一樣，音樂老師安言也面臨職場形象和個人日常狀態不符的情境，「生活中不可避免會想吐槽，生活中有什麼不滿，不快啊，或是跟朋友聊天搞笑的，但作為老師（這個形象）給人感覺不太正經，不太妥當」，「而且我主號的微信名字也不太穩重」。已有三年工作經驗、曾在多個機構任職的她為了更好地協調職業生涯和日常生活的個人書寫需求，在第二份工作開始之後便開設了工作號，用於添加新客戶（家長），希望劃清「工作和生活」的「分割線」。而在中國大陸境內，一個手機賬號通常只能開設一個對應的微信賬號，為此安言不惜使用兩個手機來實現這一分割。

由於安言是經由朋友推薦而相識的受訪者，我添加的是被安言稱為「主號」的微信號。在我的觀察中，「主號」的內容豐富多樣，不僅包含興趣愛好、休閒玩樂、重要節點等主題，更囊括工作中趣事和成果的分享，但當我詢問兩個賬號的區別時，安言則戲謔地形容工作號的內容「就是展示墻，就差把榮譽證書掛一排在那裡了」。在我看來，安言刻意將工作與生活進行切割的實踐與其說是進行內容上的分類，更像是為了將個人故事完整保留和延續。

Marwick & boyd（2011）指出普通的社群媒體使用者通常對策略性的个人品牌化（personal branding）行为有所抵觸，這種行為被認為和本真性（authenticity）相違背，從安言的論述中已能看出端倪。對惠子和小艾而言，功利性的貼文和個人化的貼文兩者之間隱然存在著對立。如今微信已經成為社交關係結交的首選，因此公司同事、上級和客戶不可避免地存在其好友列表中，因此兩人在書寫工作相關的內容時，都感受到了失真（inauthentic）的焦慮，「我」的故事之本真性遭遇直接威脅。作為一名英語教師，惠子享受在課堂內外和學生相處的時光，經常透過微信朋友圈記錄和分享教學過程的趣事和感悟，表達對學生和工作的熱愛，但她對職場相關的閱聽人表現出明顯抗拒，在分享這類內容時刻意將同事和上級排除在外，想要以此來自證個人書寫的真實性。

惠子: 其實我平時寫小朋友那些都沒有給校長看, 也沒有給同事看,

DOI:10.6814/NCCU202000269

我就是給自己，我不想，不知道為什麼。

問：所以你出去玩的那些他們都能看？

惠子：對，但是我寫小朋友那些我沒有給他們看，因為我不想讓他們，我總覺得好像說太多，好像會有一種就你喜歡小朋友，就他們跟你好的感覺，然後也不想說很頻繁。然後我自己的話就會記錄的很頻繁，我想說我是給自己看的，但是不會說想表示自己多喜歡小朋友。

在訪談中，惠子還特別強調「我」作為閱聽人，表現出她在分享工作相關的正面內容時面臨的焦慮（Marwick & boyd, 2011）。和惠子分組可見的實踐不同，小艾因為怕麻煩沒有設置職場相關的分組。她平日也會在微信朋友圈中分享因工作而參加的相關講座，但卻因此感到「被評判的壓力」，擔心自己的書寫被認為是「公事」而非自己的故事。

問：可是你不是也發了蠻多工作相關的嗎？是公司要求的嗎？

小艾：也不是，但是我其實覺得你發這種就很難辦，有的時候你就真的覺得有收穫，但寫出來就很像阿諛奉承。……我真的是覺得很有收穫，但是我不知道同事們會不會這樣覺得，你有一個被評判的壓力，你發這種朋友圈的時候。如果你寫的很普通，很公事公辦，就沒有這方面的壓力，但是就很無聊，覺得也沒有很好地展示自己，展示自己的體驗。

問：但是我感覺到確實有同齡人在使用這個功能。特別是他們工作之後。

小艾：對，但我不想那麼快變成沒有意思的大人。

惠子和小艾的實踐和論述都體現了書寫本真性和個人主體性認知的關聯。小艾更是提到「不想那麼快成為沒有意思的大人」，將微信朋友圈中的書寫實踐和當下的身份認同聯繫在一起。

而熱愛旅遊而選擇從事相關工作的小滿由於行業特殊性，不得不將工作中的宣傳內容和個人日常生活的分享混雜在一起。在我看來，他時常在微信朋友圈分享工作中有趣的經歷和各地的美景，休假期間也喜歡外出遊玩，作為閱聽人的我

DOI:10.6814/NCCU202000269

實難辨識公務性的工作內容和生活化的個人故事之間的差異。但對小滿來說，時不時需要發佈工作相關的廣告還是給他帶來一定困擾，為了不讓朋友圈中的工作內容喧賓奪主，他表示自己會刻意多「分享生活」，同時也控制工作相關內容的分量，「會考慮到不能影響生活，所以也會適當的分享」。

二、邁向新階段的年輕成年人

Kanter, Afifi & Robbins（2012）在研究美國大學生在社交網站上和父母的關係時發現，年輕成年人似乎不像與父母協商自主權的青少年那樣，將父母觀看其 Facebook 的行為視為侵犯隱私，與之相反，因升學和父母分居的大學生為避免鴻溝的產生，開始將社群媒體視為父母了解自己的方式，輔助關係的維繫和衝突的緩和。Karl＆Peluchette（2011）也指出大學生在 Facebook 對父母和上司大都給出積極回應。而在更近期的研究中，Child et al. (2015)發現隨著年長使用者的快速增加，年輕人紛紛接受長輩們的好友申請，社群媒體逐漸成為家庭內部互動的工具。

作為目前年長者使用率最高的平台，所有受訪者的父母和公司上級都已經在使用微信，因此來自職場、家庭等面向的社會規訓在微信朋友圈的滲透也最為顯著，要求個人必須在社群媒體上表現得更為得體和理性。上一小節提及年輕世代面對職場的入侵採取了諸多反抗策略，以維持以往的書寫方式。然而，儘管多數受訪者依然和父母存在觀念上的衝突和矛盾，但和處理職場社交關係的方式不同，面對最親近的人，多數受訪者無法進行公事公辦地切割，也不再以逃避管束的心態來思考雙方的關係，出現更多主動和父母進行互動的實踐方式，邁入社會的年輕世代正試圖主動消解和父輩的隔閡。這也表明，公與私取代監護者和被監護者，成為多數受訪者傾向的區隔方式，父母轉而被劃分進「可見」更多內容的私領域。

葉子和小甜在社群媒體的使用上均和父母有過明確衝突，但兩人都不願擴大和父母之間的代溝，依然選擇將社群媒體開放給父母，並視之為溝通的重要渠道。葉子在父母還未使用微信時就主動邀請父母下載軟體，也願意在父母註冊微信後

DOI:10.6814/NCCU202000269

第一時間添加好友。她認為父母是現實生活中「最親近的人」，線上的溝通渠道是線下關係的延伸，「他們有微信最想聯繫的肯定是你」，「每個手機裡面肯定都有家庭組，都有爸爸媽媽去聯絡啊，可能還會是置頂的那一個」。儘管父母對於她分享的內容和隱私設置時常提出不滿，葉子依然選擇直面父母的「關心」和觀念衝突的問題，視微信朋友圈為父母了解自己的渠道，維繫緊密的連結。小甜在現實中也和父母相對親近，她認為敞開朋友圈能夠讓父母更好地知道「從何關心你」。

並且大多數人在調整隱私設置時，只會選擇屏蔽部分內容，不會將父母完全隔絕在朋友圈之外。同時受訪者在解釋這類屏蔽行為的理由時都以關心父母的角度說明，而不是感到個人隱私被侵犯，想要逃避父母的監視。例如小金提到在深夜時段發佈內容會屏蔽父母，因父母會擔心其健康問題，葉子也曾在具體的實踐中特意提及「屏蔽麻麻及家人」，「因為她太愛我會心疼我這麼遲睡」。小羊曾在分享和母親宗教信仰有所衝突的內容時屏蔽了她，也是為了避免「傷媽媽的心」。

部分年輕成年人因學業或工作開始和父母分居，對於無法在線下和子女進行連結的父母，媒介科技中介的線上世界更是成為他們與子女溝通的主要方式。和父母分隔兩地的花花和阿俊還曾為了回應父母的「關心」，和父母有所「溝通」，刻意地分享「生活」。

> 像我小姨是一個很喜歡刷朋友圈動態的人，有時候她刷幾天都沒有我動態，尤其是我媽，特別喜歡偷偷看我朋友圈，如果我幾天不發，或者工作純相關的，他們就會說我都看不到你啊，不知道你最近生活過得怎麼樣啊，就是他們可能覺得不夠生活化吧，這時候就會覺得，最近你可能在吃飯在運動好像，你又不會特意給他們發，所以有時候就會發一下……所以當初我就是把親戚什麼的分在一個類，就生活類的吧。
>
> ——花花

阿俊平日和父母過往較少透過打電話或即時通訊的方式溝通交流，但父母退休後賦閒時間增加，開始留意起微信朋友圈，詢問他為何不發朋友圈，因此他決

DOI:10.6814/NCCU202000269

定透過朋友圈以「間接」的形式和父母溝通。對父母「報喜不報憂」的阿俊一邊在分享負面情緒的時候屏蔽爸媽和親戚，另一邊則向父母展示日常生活中的美好。

> 然後我那時候也會想，我也不怎麼和他們聯繫，他們可能也會想知道我最近什麼情況，然後有時候會挑一些我自己覺得我自己過得挺好的，比如說有時候去吃飯啊，偶爾和朋友去聚會，吃比較好的東西，或者我自己在家做飯，做得比較好的時候，也會發一下，那個朋友圈就是只有我爸媽可以看到的。……讓他們覺得我還是過得挺好的。
>
> ——阿俊

面對父母的主動關心，年輕世代透過即時性書寫進行積極主動的回應，儘管兩人都表示這種刻意對父母進行的展演和溝通在維持了數月之後便停止了。

三、未完的成人禮？

部分研究確實發現，不同年齡的使用者在社群媒體上的實踐方式有所不同。年輕人更有可能使用社群媒體來探索和發展個人的身份，而年長者在社群媒體上揭露更少，隱私管理更多（Christofides, Muise ＆Desmarais, 2012; Livingstone, 2008; Shapiro＆Margolin, 2014）。在西方文化研究的脈絡中，研究者普遍認為在後現代主義的趨勢下，年輕人普遍展現出「去結構慣習」（destructured habitus），受集體記憶的羈絆較少（Bourdieu，1984:317；Martin，1982）。但 Martin（1982）也提到，這種慣習可能引發自家長權威式微和個人作為既非兒童也非成人的階段延長。

然而，在日本、韓國、中國等亞洲國家裡，傳統的長幼秩序和集體主義文化依然發揮較大影響力，年輕人在日常生活中普遍感受到較多管制和社會壓力，而手機和社群媒體的實踐體現了傳統文化下個人的掙扎（Haddon & Kim, 2007; Ok, 2011; Takahashi, 2011）。在韓國，年輕人使用網際網路的比例極高，是線上空間的主要居民，被稱為「網絡世代」（Net Generation），網路文化被視為檢視年輕世代文化的重要方式（Ok, 2011）。W. Choi（2005; 轉引自 Ok, 2011）認為，「網絡

DOI:10.6814/NCCU202000269

世代」體現了一種新的身份形式，新興的個人主義生活方式正在挑戰年長世代所維持的社會秩序（challenge existing social behaviors of older generations）。手機的快速普及也被部分研究者視為韓國社會文化轉型的反映，手機能夠實現非正式、個人化和不受管制的溝通方式，Kwon＆Choi（2003; 轉引自 Ok, 2011）認為這表現了在傳統集體主義社會下，年輕人對個人主義日益增長的渴望。Takahashi（2011）則在日本的研究中看到年輕世代同時處在去傳統化（de-traditionalization）和反身傳統化（reflexive traditionalization）這一對矛盾的力量中。手機和社群媒體一方面為人們提供超越年齡、性別、階級、資歷的機會，挑戰了日本的等級制、父權制和輩分結構，另一方面，日本傳統社會和文化規範依然在大型社區中發揮作用，致使人們對社會和政治議題噤聲。

在中國，傳統的「孝順」文化和「一胎化（one-child policy）」政策讓年輕世代在成年後依然與父母保持著密切的連結，也更願意聽取和順從父母的管教。本研究已發現，受訪者多數出於順從父母管束的理由，在分享特定貼文時屏蔽父母，並將父母的監管行為論述為合理的，例如「因為她太愛我會心疼我這麼遲睡」（葉子），「他們也是為了子女考慮的嘛」（小金）。面對父母或關係親近的長輩提出的建議和要求，受訪者也多會認真對待，做出不同程度的調整，小甜在父母「說」了自己後「越發越隱晦」，小婷在被爸爸「教育」之後先是委屈，也最終選擇調整朋友圈發佈的內容，「可能不會關係到自己，環境的比較多嘛」，更開設了閱聽眾更少的個人公眾號。

如前所述，年輕人和年長者媒介實踐方式的區別不僅是生命階段的差異，還可能是世代價值觀的轉變。部分受訪者提到，周遭的長輩更傾向於將社群媒體平台用作個人在集體空間下表明觀點和塑造特定形象的公共空間，因此在題材內容上，相較於年輕世代偏好的私人化和生活化的內容，宏大敘事才是更值得書寫的題材。

我有一個朋友，有一次他放了別人鴿子，他就專門發了一條朋友圈，他說他放了別人的鴿子在朋友圈道歉，結果他爸來找他了，說你是國家

DOI:10.6814/NCCU202000269

政府工作人員，你不能在朋友圈發這些，你應該發跟國家大事有關的。這是觀點不一樣，他們把朋友圈當做，父母那一輩可能把朋友圈當做秀自己，包裝自己，更功利性的一種，我們只是當做一個很簡單的，跟朋友分享心情，產生共鳴的地方。

——小金

六月份有一天我在家，我在拍照，拍一些菜什麼的，我爸就問了一句，你又要發朋友圈嗎，我說沒有我只是拍個照而已。他可能以我日常發朋友圈的方式來認為你又要發朋友圈，然後他就說了一句，你也二十幾歲了，也算個大人了，他的意思就是你沒必要把你吃什麼喝什麼都發在朋友圈。

——小婷

歸結起來就是，他（導師）覺得朋友圈首先是公開的地方，你不可以討論自己的，不太好討論自己的，你的心靈感想啊，你個人關係的問題。第二是你是搞文學的，你以後要進文化圈，朋友圈就等於文化圈，你要討論圈內的事情，而不是你七大姑八大姨又怎麼樣了，這就是私事，而他們覺得那是公事的地方，第三就是朋友圈是一個特別好的自我人設，自我形象建構的地方，像我導師就是嬉笑怒罵啊，師母就是中年文青。

——花花

與之相反，受訪的年輕世代大都將社群媒體整合或挪用為個人書寫和記錄的空間，但如同受阻的日記書寫，當這一實踐方式在更大範圍的集體中被看到時，個體想要透過個人書寫來探索和建構主體性的需求是不被認可和脆弱的。

在訪談中，多位受訪者提及將社群媒體平台作為個人敘事空間的實踐方式被定義和論述為個人成長未完成的階段。除了小婷被父親以「大人」對其的社群媒體實踐提出批評，在朋友圈使用上時常和父母發生衝突的葉子也提到「我這個年紀，又是相對比較幼稚」，逐漸嘗試按照父母的建議進行隱私設置。花花則受到研究所導師和年長男友的多次建議，默默將「完整的自己」保留在微博。小艾雖

DOI:10.6814/NCCU202000269

不想屈從於社會規範，但也以「不想那麼快成為沒有意思的大人」間接認可了這類論述的合理性。

在本研究看來，以「不成熟」和需要「改變」來定義年輕世代的敘事實踐，意味著這一實踐方式被理解為個人成長的暫時性階段，個人試圖逃遁集體主義，嚮往和認可個人表達而進行的微觀抵抗也被曲解。

第三節 閱聽人的變遷與重組

微信最初的腳本設計為半封閉的書寫形式提供了極大便利，這一特質也為該平台早期的主要使用者所認同，但隨著微信在整體社會中從新興、另類平台轉變為主流甚至主導性平台，社群媒體原先的腳本在這一過程中被改寫，微信朋友圈作為書寫空間呈現出「由私到公」的普遍趨勢，年輕世代對閱聽人的想象也不斷變化。

然而，如同上一節所提及，年輕世代不想將這一空間拱手相讓，將微信轉為單純的「公」，試圖將這一空間「由單一向多元」扭轉，從感受到閱聽人狀況的混雜，到重新認識和組織閱聽人。而對於不同使用者而言，微信轉變的過程又有所區別。

年輕世代的使用者通常自認具有技術上的文化資本，能夠主動選擇閱聽人，但管理和操弄閱聽人清單卻不代表社會互動能為之掌控，使用者只能期待理想的閱聽人，同樣會遭遇不理想的閱聽人。當使用者發現其對閱聽人的預期無法實現時，他們對書寫實踐和習慣的詮釋也發生改變。

一、從混雜到流動的閱聽人

1、應對混雜的閱聽人

不論是從即時通訊技術的角度，還是社交網站的發跡來看，微信都不是中國

DOI:10.6814/NCCU202000269

在地最早出現的平台。微信推出之時，緣起於 1999 年的 QQ 作為中國初代即時通訊軟體依然保持著絕對優勢，微博作為 2009 年推出的後起之秀也累積了近 2 億用戶，因此在部分受訪者看來，微信最初反而可以被用作私人的秘密花園，並且聚集的多數為同齡人，便於維持相對「單一」的閱聽人構成。但如今微信成為大勢，微信朋友圈這一書寫空間的偏向發生了「由私到公」的變化，閱聽人組成隨之「由單一向混雜」，維持「單一」和「私人」的狀態也越發睏難。

受訪者茶茶和小羊都曾在使用微信初期有意識地控制好友的數量和範圍。對於她們而言，QQ 才是當時最普遍的社交平台，微信無需具備維繫線下社交關係的功能，可以作為單純的私人空間。

> 之前我會覺得朋友圈是我的樹洞嘛，和朋友分享我的生活，不管好的壞的，他們都不會取笑我，都不用去在意這些。……一開始的時候朋友圈絕對是比較私人的空間，大家有什麼都往上面說。
>
> 其實我的界限感比較強，包括現在分組裡面的很多人我都想把他刪掉，但是出於社交禮儀，我這樣好像很小氣，沒辦法，刪不了，所以我就會避免讓你加到我微信。前面會是這樣的想法，我沒有微信，不加不加，在用什麼？就用 QQ。就是這是我的空間，你和我不太熟，就不要來打擾我，但是後面慢慢會變成，哦，也行。
>
> ——茶茶

最初使用朋友圈時，茶茶就將其想像為「樹洞」，只添加了現實生活中的密友，甚至在此前較長一段時間更以「沒有微信」來維持其封閉性，但隨著微信的普及，這個理由不再適用，導致其不得不做出妥協，提高微信的公開程度。

小羊在開始工作之前，長期將微信好友的數量維持在 18 個，也會明確拒絕他人的好友請求，微信同樣是相對 QQ 而言更私密的空間。

> 小羊：一開始我的微信好友只有 18 個，一直都是這樣，別人加我，我也不回，現在的微信的話可能已經有 200 個人了，不知不覺就加到這麼多了。但是我還是覺得是一個我很放鬆自若的地方。

DOI:10.6814/NCCU202000269

I：現在大家來加你的微信，你還會猶豫嗎？

小羊：會啊，一般會有好幾個來回，你誰啊（笑）。

I：通常工作上或者以前的同學來加你，會考慮很久嗎？

小羊：不會，如果是認識的人，以前同學的話，不會考慮很久。

I：上大學的時候怎麼就沒有加上很多人呢？是那時候會拒絕嗎？

小羊：對，那時候我還挺不喜歡這種行為的，就是見到人就加的那種。

大學階段意識到身邊的人開始普遍以微信作為維繫線下社交關係的首選平台，她依然能夠堅持使用的初衷。儘管小羊在所有受訪者中依然是微信好友數量最少的一位，但「18 個」的原則在不知不覺間已被替換成更寬鬆的「認識的人」。

受訪者葉子和小傑則提到在早些時候，微信在周遭長輩間的普及度較低，因此願意使用該平台的年長者較少，微信朋友圈這一書寫空間在不同世代和公私之間有著「天然屏障」，直到近年來才成為主導性的社交工具，跨越公私和世代，以至於所有受訪者都表示微信已經成為社交過程中交換聯絡方式的第一選擇。

微信開始流行的時候我叫我爸媽下載，他們不理我，當他們所有的朋友都開始用微信的時候，他們才開始理我，幫我下載一個微信。就是我們對他們是沒有發言權的，因為他們那個年齡段還沒開始用微信。

——葉子

其實真正有這種工作的群聊是在 2013 年 2014 年開始，在此之前，我都沒有加過任何工作群。當時我的老闆比較土一點，還沒有加群，後來換了另一家公司，然後才會開始有群的，然後 2013 年進群吧。

——小傑

除了上述普遍的趨勢，本研究也發現使用者對空間和閱聽人轉變的認定契機各不相同，這種變動是具體和微觀的，例如小金和小婷都在第一份實習工作時受到較大衝擊，開始意識到微信朋友圈的「危險」，小婷最初驚惶地將過往內容都刪除，這件事至今都令她感到無比懊悔；葉子因開始進行相親，卻不願減少內容

DOI:10.6814/NCCU202000269

的分享，不斷被父母勒令將觀看範圍設置為「三天可見」；阿俊以「爸媽加入了你朋友圈之後」作為劃分，在抱怨生活煩惱時選擇屏蔽父母親人，分享開心事時才對所有人公開；惠子和小艾則提到大學時的遭遇和心境讓其初次感到「單一的空間」無法滿足其所有需求，開始使用分組和其他平台作為補足。微信朋友圈「公中有私」的秩序大致形成。

不過在「由私轉公」之外，梨子和阿金是相對特殊的兩位受訪者。他們最初主要將微信朋友圈作為工作用途，但從目前兩人的使用方式來看，也呈現出「由單一向混雜」、「公中有私」的趨勢，工作之餘同樣包含日常生活的分享記錄。總之，微信最初偏向私人空間的半封閉性腳本在社會集體馴化的過程中幾乎被徹底翻轉，而不論使用者出於何種原因開始使用和管理這一平台，如今都趨於一致。

如前人研究所指出的，不同使用者為應對新情境，採取設置新分組、開設新賬號、挪用新平台等策略管理社交關係，重新劃分閱聽人。不過中國年輕世代的不同之處在於，大多數使用者並未因此捨棄微信，集體轉向新平台，而是從微信出發，主要通過在微信內部進一步細分閱聽人類別和挪用其他平台作為補足的方式，在保持閱聽人樣態多樣性和豐富性的前提下，形成以微信為核心的閱聽人體系，創造出一個「公中有私」、隨時流動的空間。

相較於早期茶茶、小羊以拒絕添加好友的方式分隔閱聽人，小微、元元、小金、安言、小甜都在微信中設有密友分組，安言與小金更有超過半數的貼文只分享給密友分組，元元則使用「僅自己可見」補足其日記的用法。而小艾、梨子、小羊、小傑、釦子、葉子等受訪者出於「麻煩」、「沒必要」、「微信好友過多」、「微信好友變動較大」等原因，基本不在朋友圈進行分組設置，但大多選擇挪用微博、豆瓣、達目標、飯否這類用戶相對較少，「自帶分組功能，就大部分人都沒加過你」（小艾）的平台，作為微信朋友圈的補充。無論承認與否，使用者對閱聽人的想象都從相對固定、單一轉向了流動、多元。

DOI:10.6814/NCCU202000269

2、在流動中想象閱聽人

相較於紙本書寫，社群媒體為個人在想象閱聽人這一環節提供了極大的彈性。為應對情境融合，使用者似乎不得不被動地對空間進行切割，與此同時，在另一些情境下，個人也會積極主動地選擇和建構相應的閱聽人，以便更順暢地進行書寫和表達，滿足其對於情緒抒發、建構理想形象、見證成就或關係等不同需求。

在即時性書寫實踐中，閱聽人是流動的。這種流動一方面體現在使用者本身的流動性，即時性書寫發生於不同情境中，另一方面則是使用者主動讓閱聽人流動起來，閱聽人仿佛使用者旗下的將領，可供即時選擇。大多數受訪者都認為社群媒體身兼數職，調整閱聽人清單在實現多樣功能中發揮著重要作用。

小艾認為社群媒體首先能輔助她記錄日常生活，「有一個即時的感情和記錄的意義在」，也能向朋友展示自己的近況，起到維持社交關係的作用，「就讓別人更多的對我的工作和生活產生親切感」，並且大部分情形下公開展示和私人收藏是能同時兼顧的；還是當下情緒的表達，「有時候你也不知道線下要跟誰去討論」，「線下還是不能很完全把你的感受表達出來的時候」，補充（repair）線下空間的不足。儘管小艾在微信朋友圈不進行分享範圍的設置，但她也會在書寫負面情緒時有意識地分享到「自帶分組功能」的微博，不動聲色地處理了公私衝突的部分。

對小金來說，微信即時性書寫大致以感性和理性區分。「人的心境確實是一秒理性，一秒感性的。非常明顯」，因此「每一條朋友圈背後都有不同的功能，很複雜」。生活中的趣事、對美景美食的鑒賞、和他人關係的見證都是她希望分享給不同社交圈的朋友，獲得更多認同的內容，因此多數對所有好友敞開。而當小金想要抒發私人的心靈感悟，可能會「讓別人覺得你很氾濫」時，便會選擇只分享給關係親近的朋友，甚至有時會將男友這類關係特殊的對象設想為閱聽人進行書寫，「在我感性的時候也會發一些對愛情的感悟啊，那這時

DOI:10.6814/NCCU202000269

候就是希望他跟我能有共鳴嘛」。在情緒波動較大的失戀期，小金還曾經設置微信朋友圈為三天可見，將這一空間在特定時間內轉變為准私密空間。

安言則會根據書寫的不同內容選擇與不同類型的閱聽人相連，她將內容區分為相對公共的「沒有必要讓別人不看的內容」和相對私人的「性格和情緒」兩大類。例如在完成買房這件標誌著「人生新階段」開啟的重要時刻，她就選擇向所有人公開，顯然想得到更多人的見證和回應。而當想要分享和爸爸之間發生的玩笑時，她便會選擇只分享給「能夠正常交流的朋友」。

配合使用微信朋友圈和飯否的小羊對於兩個平台的閱聽人想象也完全不同，對應其不同的需求，微信朋友圈記錄日常生活的同時幾乎面向所有親朋好友，飯否是個人當下自我對話的媒介，「用過即丟」。她認為微信朋友圈最重要的功能在於記錄生活中值得留存的片段，其次也能藉由自己的感悟和經歷帶給朋友們積極的影響，因此微信朋友圈就算分享過負面情緒，「一般發了沒多久就會刪掉它」，會時不時翻看。而當她因情緒失控，想要即時地和自己對話時，則會選擇使用完全沒有線下好友的平台飯否，「比如說我失戀了，然後我很想對方或者怎麼樣，我就在飯否，就在我非常想念他，想念到很想和你講話的時候但是我要阻止我自己的時候，我就會在飯否上發一兩句，說不可以不可以這樣子」，過後則不會再回看。

有時使用者在分享貼文的前後對閱聽人的感受也會發生變化，個人感到被持續凝視的壓力，再次選擇變更隱私設置，閱聽人又發生流動。使用者在分享內容的當下需要閱聽人的傾聽，將這一空間視為相對私人，分享過後空間又恢復為相對公開的狀態。如同小羊在分享負面情緒後選擇刪除，葉子也採取了類似的做法。

> 如果你發 down 的東西，你發心情不好的東西，就家長會說，除非你屏蔽他們。還有一個東西可能你自己第二天不 down 了，你就會把它刪掉。可能因為我自己看到別人發很 down 的東西，有些忌諱吧，或者是家長會在意吧，或者是覺得不大好，不要在朋友圈裡面展現出來的那

DOI:10.6814/NCCU202000269

種，或者是僅對自己可見。

——葉子

茶茶和小甜不會選擇刪除，卻都選擇設置為「僅自己可見」。茶茶就曾在和最好的朋友爭吵後分享了一則公開貼文記錄自己的心情，過後卻又設置為「私密」，對其情緒進行管理和操縱。

二、理想/不理想的閱聽人

Miller（2011）在 Facebook 的研究中，提出使用者或將社群網站視為「超級好友」，在個人無法找到具體溝通對象時，社群網站扮演了一個永存的好友。西方日記傳統中也常以「Dear Dairy」稱呼日記本，書寫的過程被設想為一場密友間的對談，作為個人成長中的夥伴存在。在面對面的情境下，閱聽人通常是具體和固定的，而在技術中介的環境下，個人需要通過自身的想象完善閱聽人的樣貌（Marwick & boyd, 2011）。「超級好友」和「Dear Dairy」都表達了個人在進行自我書寫時，傾向於將溝通對象設想為溫暖和理想的閱聽人。

以所有受訪者微信的好友人數來看，少則上百，多則數千，其中所涵蓋的社交關係相當複雜。雖然年輕世代對於社群媒體的功能設置非常熟悉，能夠通過調整隱私設置、切換不同平台來實現和達成對閱聽人的想象，但本研究發現，使用者對於閱聽人的預期有時也會落空。個人透過手機與社會的互動是雙向的，媒介科技提供了空間轉換的可能性，卻不能改變個人與閱聽人實際的關係，閱聽人很可能和個人的想象有所差異。

葉子的社交圈較廣，微信好友數量超過一千人，因此在龐大的「基數」上，她對閱聽人的數量抱有較高期待。

那還有一種，比如說我發了一個跑量，多少個人點讚我可以跑多少公里，我發現看到那條朋友圈的人很少，給我點讚的人也很少，就是達不到我那個預期。比如說你有一千個好友，你點一個讚可以跑一公里，你想說媽呀會不會點出來三四百個讚出來，但是其實沒有，結果點讚的

DOI:10.6814/NCCU202000269

也還是三四十個。

——葉子

顯然「三四百個」是葉子想象中的閱聽人，但給予她回應的卻只有「三四十個」，遠遠低於她的預期。當抽象的、理想的閱聽人需要轉換成具體的、實際的閱聽人時，使用者才會意識到兩者之間存在的差異。

在我看來，葉子每天都會配合微信朋友圈和「達目標」來記錄和分享日常生活，其在微信朋友圈分享的已經是篩選過的內容，顯然對閱聽人的反饋有所期待，但另一方面她對線上空間的理解卻很矛盾。

而且前兩天我的朋友圈的端口還是關著的，因為太浪費我時間了，就不想刷了，因為那個界面的端口會讓我忍不住想刷，但我刷了之後發現太沒有內容了，就是我感興趣的他們也沒有在發，我刷的全都是我不熟的人，所以我覺得也沒必要在這裡花時間。

——葉子

社群媒體與傳統媒體的最大區別在於人人都能成為內容生產者，而非單純作為消費者，從而能讓更多聲音存在於公共空間。葉子以「關掉」「端口」來降低自己對媒介科技的依賴，也表示她對於該空間內同為創作者和閱聽人的群體並不滿意，她拒絕對他人的聆聽和交流，卻未停止個人的即時性書寫實踐。

雖然小傑依然會認真閱讀大部分人分享的內容，但他認為這種習慣是「浪費時間」、「自制力差」，「如果用時間用在看書、跑步或者更有意義的事會更好」。可以看出，小傑同樣是從技術物和個人的關係來反思其實踐，而沒有將社會或公共空間在其中的角色納入考量。

小婷、小艾、惠子和小羊則強調對其而言，即時性書寫實踐中表達的重要性要遠遠大於互動。

然後有一次我也覺得，我這樣高頻率的發朋友圈是不是不太好，是不是一種病，或者一種壞習慣。我就刻意控制自己，不發朋友圈，可能一周，就放棄了。每天其實都很想發，比如看到今天天氣好涼啊，看到

DOI:10.6814/NCCU202000269

今天我拍的很有意思的照片，其實當下的心態都是很想分享給大家的，但是為了履行自己的承諾，就忍住，但是忍了一周就還是發了。

——小婷

我覺得對於沒有流量這件事是，我並不是想讓大家即時看到，而是想即時表達。就是我寫好了，在我這邊工作就已經完成了，大家能不能看到。而且大家現在回復很無聊。

——小艾

（微信朋友圈）就是中途有一段時間突然很多人，突然有那種莫名的成就感還是什麼感覺，就是你寫完的東西好像很多人認可，你就希望下一次寫完也是這樣，但你就發現下一次寫完也沒有這樣子，就會有一點失落，但是你習慣之後又不覺得了，反正我自己發出來自己……肯定中間有一段時間是很失落的。但後來我想，就和微博一樣啊，微博你都不會覺得失落，那為什麼朋友圈你要失落。

——惠子

我寫朋友圈不是為了別人，也不是為了自己，我寫下來的東西是我在為自己負責，我真的是有這些情感在裡頭。我當然也希望別人看到他們能夠開心或者產生好的影響，那也很好，但是沒有的話也沒關係，只有這些是我最真實的一部分就好。

——小羊

在小婷看來，「發朋友圈」是為了滿足個人當下的表達慾望，書寫的動機源於日常生活的即時感受，卻可能是一種「壞習慣」。除了「刻意控制自己」發朋友圈，她更提到平日自己不喜歡「看朋友圈」，認為大多數發文沒有意義，因此其他空餘時間傾向於讀書。

作為即時性書寫的重度使用者，小艾高度依賴社群媒體提供的「即時表達」功能，因此儘管她對於互動不滿意，依然堅持自己的分享。對於惠子來說，閱聽人從相對理想轉變為不理想的狀態，但她並未減少分享，而是選擇自我寬慰。也

DOI:10.6814/NCCU202000269

就是說，部分使用者在意識到實際的閱聽人並不理想的情形下，依然能夠順暢地進行書寫和表達。

當意識到具體的閱聽人並不理想，或是視閱讀他人的內容為「浪費時間」時，個人相當於承認了這並不是一個理想的公共空間，甚至難以被稱為公共空間。個人在無意識中與線上空間相連，並合理化表達的需求。社群媒體本身或許正扮演著一個理想的閱聽人，個人在具體的書寫實踐中首先是和抽象意義上的理想閱聽人互動，手機及社群媒體本身被個人視為互動的對象本身。因此對於個人而言，手機及社群媒體所提供的公共空間既是可見的，又是不可見的。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000269

第五章 日常生活中的微信書寫實踐

日常生活通常被認為是平庸的、瑣碎的、隱匿的、循環的、習慣性的、一成不變與常識的，實則包含輕鬆與緊張，兼具保守與激進的可能性，這也是媒介實踐發生的主要情境。使用者的日常實踐不易觀察，充滿了多重矛盾，是目的性行為，也是習慣性反應；是計劃性的，也是偶然或隨機的；是完整與系統的使用形式，也是零散與分割的使用；是屬於意識性的，也是屬於儀式性的，這些都是日常媒介經驗的多種層面（盧嵐蘭，2005，頁 5-6）。

本章主要探討使用者如何在日常生活中進行微信即時性書寫，這種實踐的意義為何，發展出怎樣的慣例，以及線上線下的關係如何緊密地串連，而使用者如何遊刃於社會慣例和個人感受的表達之間，辯證地看待技術可能性、個人能動性和社會文化之間的關係。

第一節 日常時空的重組

現代社會之時間與空間皆是高度規範化的結果，也將大部分人限制於規律和固定的日程安排中，而過往唯有才能出眾或膽識超群者能對其發起挑戰。不過便攜且功能豐富的智慧型手機，以及深刻嵌入生活脈絡中的行動網際網路，提供給使用者更多選擇，逐漸影響了人們對日常生活的想象和態度。本研究發現微信朋友圈成為改變個人線下處境的觸媒，使用者透過即時性書寫實現對日常生活的重組，也持續對個人經驗進行審視，甚至從微觀層面顛覆原有的時空秩序，展現出更多能動性。

DOI:10.6814/NCCU202000269

一、尋常生活中的新奇感受

近一個世紀前，Benjamin（1938；張旭東、魏文生譯，2010）藉由波德萊爾筆下漫遊者這一浪漫的概念，形容在城市中以獨特視角審視周遭環境的一群人，而這群人的狀態既孤獨又陶醉於自我。Highmore（2002/王志宏譯，2008）則指出日常生活神秘又易被忽視，福爾摩斯、弗洛伊德以及作家左拉等人的特殊才能則是透過將日常生活再度陌生化，以「他者」或「他鄉」之眼，從平凡之中看到和發掘常人所忽視之處。文化研究學者對大眾化媒介商品展開研究時，認為類似的情形可能發生在更普遍的範圍中，例如在索尼隨身聽、iPod 的研究中，使用者被指出透過隨身攜帶的媒介科技發揮能動性，實踐如何在公共空間中獨享一方天地，開創個人的特殊心境，媒介被視為個人的合謀者和潛能激發者（du Gay, Hall, Janes & Mackay, 1997/霍煒譯，2003; Bull, 2007）。在本研究中，微信朋友圈也成為使用者以「他者」或「他鄉」之眼審視尋常生活的媒介。

> 那天我把車停到對面洗車，洗車要排隊，我就先回家嘛，走到天橋上，看到三角梅很好看，我就發了。剛好結合當時自己的一個狀態。
>
> ——小傑

> 昨天晚上散步下大雨啊，被困在那了啊。等很久，然後就有點閒，因為主要是回不去家，回不去家，然後我昨天的任務沒有完成。我的任務是劃成一塊一塊的，然後我的任務完不成，我就很焦慮。這張圖是拍的，是不是很酷，是我家邊上富人區的大門，我故意搞成這樣，有點宗教意味，正好拍過去，它上面的燈打下來挺漂亮的。
>
> ——小甜

在小傑和小甜的敘述中，發現即時性的新奇感受不再是特定身份者的專利，隨時可用的手機和微信朋友圈成為他們施展「才能」的輔助。按照往日步驟進行「洗車」和「散步」的兩人都處在理性安排的固定日程之中，但即時性書寫則是隨機、偶然發生的事件。即時性書寫實踐的過程讓小甜和小傑具備了

DOI:10.6814/NCCU202000269

短暫的新身份，從理性而麻木的城市居民，轉變為有著新奇之眼的觀光客、藝術家、作家，發掘了別樣的視野和感悟。

Benjamin 所定義的漫遊者一面漫無目的的行走和觀看，進行思考，另一面與目標明確、來去匆匆的行人格格不入，主動選擇或不得已始終與城市裡的其他居民保持距離。小傑和小甜的日常身份顯然和漫遊者的概念差異甚大，但兩人在書寫實踐中發展出的與城市溝通的方式卻已近似於漫遊者，行走或停駐在未經歷過的時空，脫離了往日相對單一的軌跡。透過微信即時性書寫，兩人不必前往觀光勝地或異國他鄉，便順暢地兼容了不同的身份。

大部分城市居民在日常生活中的移動具有計劃性和規律性，從小傑和小甜的實踐中可以看出，兩人或主動或被動，但都稍微偏離了慣常的移動軌跡，引發了日常生活中的非日常事件，才在新情境之下產生了新感受。小傑因洗車要排隊，於是悠閒地自天橋步行回家，得以偶遇盛開的三角梅。小甜則因為大雨阻礙了往常的返家規劃，打亂其時間安排，不得不駐留在一個固定地點，於是獲得一段較長的時間凝視周遭環境，因此發現了令她新奇的景象，成為她進行即時性書寫契機，媒介技術讓心境和身份的轉變更為順暢和自然。

而此類實踐在受訪者小金的過往記錄中更為常見。作為一位的普通上班族，小金是所有受訪者中即時性書寫頻率最高的一位，通勤途中的雲朵、和同事家人的互動、用餐購物時的新奇點滴都能成為她筆下的故事。相較於小甜和小傑，小金完全將即時性書寫內化為生活的一部分，更頻繁地調動不同視角，甚至於這種書寫方式已經成為她認可和標定自身價值的一種重要方式。她認為：「我是一個比較喜歡分享身邊事的人，換句話說，我不拘泥於金錢之類的，專注於自己的生活，比較熱愛生活的一個人，所以生活中的點滴我都想分享給大家。」。如同福爾摩斯、佛洛依德的才華被世人肯認，小金則透過即時性書寫肯認了其「熱愛生活」的特質。

不過，受訪者小羊的自述則表明了科技物影響力的有限，即時性書寫始終立基於個人對外在情境積極和主動的反應。她提到其近期發朋友圈的頻率有所下降，

DOI:10.6814/NCCU202000269

「我做的工作是一個機械化的工作，每天都很重複，而且我回來之後精力也不太夠，所以目前我是處於沒有在學習、在思考的階段，所以我的感受力是慢慢下降的，然後我對周圍的發生的事情、人沒有太多的感受力，所以我沒有太多的感想」。過往研究通常強調新的「感受力」自新技術而來，本研究確實發現個人與行動科技相逢後觸發了新的書寫體驗，但使用者在實際情境中所受到的阻力、限制及其主觀能動性的變化依然重要。

二、例行生活中的自我審視

在過往的論述中，日常生活是規律和重複的，也意味著乏味和沉悶，個人移動和停留在相似的物理空間，遵循相應的時鐘時間，這樣的情境似乎不易找到即時性書寫的契機。多數受訪者的生活圍繞工作、通勤、用餐、鍛煉等活動展開，甚至每日或每週的流程高度重合。不過本研究發現部分即時性書寫的實踐體現了日常生活對於個人而言並非一成不變，個人的感受依然在不斷發生變化，看似規律和重複的日程中尚有待檢視和解放的餘地。人們協同行動科技，抓住契機，在例行事務中發現別樣感受，書寫個人經歷中的閃光點，改變了對日常生活的麻木態度。

受訪者所想要分享或留存在社群媒體上的事件，往往不是例行公事、日復一日的同質事務，而是其持續性地參照過往經驗，精心篩選，自平淡無奇的日常中浮現出來的別樣感受。換言之，個人能夠發現和感受的尋常時空下的別樣感受，進行即時性書寫，是將媒介實踐有意識地帶入更長期的時間歷程，以積極的態度看待和檢視個人的生活經歷。

小艾的公司為提升職員素養，經常給員工提供週末的講座資訊，小艾也時常和同事一起去聽講座。在聽完講座之後，周圍年長的同事通常會以打卡簽到式的方式在朋友圈證實自己的出席，但小艾卻不想像其他前輩那樣「公事公辦」，認為那種敘事方式「很無聊」，「沒有很好地展示自己的體驗」，與之相反，小艾會先從個人視角評定的優劣，篩選出值得分享的場次，再根據收穫將個人感悟寫

DOI:10.6814/NCCU202000269

下來，最後透過微信朋友圈發佈出去。可以看出，小艾一方面對集體中其他個體消極的表達方式並不認可，另一方面她沒有一昧否認這項集體活動，而是積極地寫出個人的主觀感受，相較於年長前輩，展現出更多能動性。

> 其實我聽課數量要遠遠大於我發朋友圈的數量，我是聽到覺得還不錯的才會發朋友圈。或者就是我參加一個巡考，我覺得這個考點做的超垃圾，我也會暗戳戳地發個朋友圈 diss 它一下。
>
> ——小艾

在小艾看來，她的媒介實踐建立在其對日常生活的檢視和篩選之上，是從過往經驗中形成的一套個人標準，必須是「真的很有收穫」，而非機械的日程記錄。

在小傑的日常記錄中，他分享了某天在江濱跑步時的景色和感受，為當天的鍛煉打卡，但日常生活中他每週至少跑步一次，路線也大都相似，卻不會次次打卡。「打卡的次數，不會每週都打，看心情啦」。跑步時小傑生活中的規律性活動，但即時性書寫則不是。當晚的即興書寫，包含當下的心境，一方面希望透過公開的跑步的公里數，分享鍛煉成果，鼓勵自己今後能多跑一些，另一方面突然意識到自己近期發朋友圈的頻率較低，也有刻意在線上現身的想法。

過往人們通常認為日常的通勤、工作甚至休閒活動按部就班，個人能動性缺乏發揮的餘地，而在即時性書寫的實踐中，微觀的自我觀照時刻進行和發生，使用者在規律中留意即興感受，保持對生活的敏銳體察，讓個人的日常生活為之活化。

不過在微信朋友圈以例行生活為題材的書寫也讓使用者因他人的觀看感受到壓力。小傑願意公開分享自己鍛煉的日常，部分得益於跑步在他的朋友間被普遍視作一件有趣的事，相比之下，受訪者葉子同樣熱衷健身，致力於保持鍛煉習慣，卻對將日常的健身記錄分享在朋友圈感到有些不安，「有些時候你會覺得每天發也很煩」。因此葉子更傾向於在其健身歷程的重要節點在朋友圈分享貼文，而實際上她每天都會使用另一個書寫平台「達目標」將完成的事項事無巨

DOI:10.6814/NCCU202000269

細地記錄下來，「大部分都是很流水賬的那種」，「甚至我會記錄馬上就要趕不上地鐵了，我會遲到了，就很多奇奇怪怪的小事」。受訪者元元同樣提到當她想要「紀念一下，又特別無聊」，便會在分享微信貼文時設置「僅自己可見」，「比如說我買電腦，我電腦用了第七年了，我有一次寫了關於我電腦的事情，就是說這台電腦用了七年還非常堅挺，但是它特別無聊，沒有什麼要告訴大家的必要性」。因此被公開的書寫內容不僅是單個使用者對自身過往的檢視，也受到整體社會文化及其周遭社會關係的影響。

三、改變原有的時空秩序

Sheller & Urry（2003）認為隨著日常生活流動性增強，過往涇渭分明的時空界限逐漸移動和混雜，諸如公共與私人、工作與休閒、虛擬與現實等關係發生改變。de Souza e Silva（2006）提出混雜空間（hybrid spaces）的概念，認為行動科技為個人提供機會，將物理空間和數位空間連結起來，構建出新的社會性空間。周蕾（1995）早年間在香港對城市中流動的個人使用隨聲聽的現象進行分析，她將個人的私人聆聽視為一種拒絕接受公共空間單一聲音的反抗方式，不過另一方面來看，當時隨身聽所能選擇和攜帶的聲音相當有限。而社群媒體時代，只要註冊賬號，個人便擁有私人端口，使用者透過手機上的軟體即可便捷地在公共時空中留下個人經驗。

對於上班族而言，職場空間是區分私人生活和工作生活、休閒時間和工作時間的重要界限，不過數位媒介的出現打破了兩者間分明的界限，如今手機更成為不少公司中員工溝通的重要工具。在手機通訊研究中，不少學者注意到上班族會在工作中使用手機進行私人事務的處理。de Certeau（1984）將個人面對結構性壓制時進行的游擊戰式的反抗稱為「微顛覆（micro-subversive）」。本研究的受訪者大都表示，哪怕在工作時間，公司內部的即時溝通很大程度上也透過通訊軟體完成，更不易區分手機使用的用途，為「以公利私」提供便利。使用者發現空間界限的鬆動，個人的即時性書寫實踐過程有時就成為其暫離當下空間的方式，讓年

DOI:10.6814/NCCU202000269

輕世代在心理上獲得自時空中解放的感覺。儘管個人很難改變物理空間的秩序，卻能透過手機，悄悄地挪動休閒和工作之間的邊界，創造出個人越界和喘息的空間。

在惠子日常記錄中就有此類例子。休假返工，惠子先忙著上下樓例行打卡，剛想回工位休息，調整狀態，就發現座位遭老鼠洗劫，不僅抽屜裡的豆漿粉被全數糟蹋，桌椅還都撒滿粉末。而當時校長就坐在旁邊的座位上，因為辦公室規定不能飲食，惠子滿心怒火也不敢聲張，只得默默收拾桌椅。剛收拾好坐下，惠子就拿起手機對著辦公桌的一角拍了一張照片，接著將一早上不順心的經歷都一股腦寫下，最後以「可惡！！！」結尾，發佈在朋友圈。惠子解釋當下自己的心情無法舒緩，工作也難以展開，而能夠即時地通過手機在社群媒體上一吐為快，即便校長在側，無法在線下和同事講述，依然讓她得到短暫的解放。

惠子還提到，同公司的一位同事時常需要加班，卻頻頻在結束工作前便已經在朋友圈提前下班，迫不及待地發佈下班後的休閒安排。在惠子看來，「他在發那條的時候已經不在工作了，他的狀態已經飛出去了」。加班的同事在即將下班之際，顯然不甘於停留在扁平的物理空間中，藉由手機連結網路的功能改造當下的空間，並通過即時性的書寫實現這一轉變和逃逸。

實際上，在日常生活中，一旦有機會翻轉工作中被嚴格限定的空間秩序，惠子也會把握機會，發揮能動性，其線上線下的實踐具有一致性。惠子鐘情公司門口流動攤點的早餐，但就職的學校規定職員不能在辦公室飲食，因此平日她只能選擇「偷偷摸摸」將早餐帶到辦公室，或是打開一間空教室才能吃上早餐，這讓她在吃的過程中總感到不能盡興。某天，惠子得知校長不在，便興沖沖地召喚同事離開工位，一起下樓吃早餐，難得能在攤點上正大光明地享受早餐，和熟悉的攤主攀談，惠子心情愉悅，不僅認為當天的餐點尤其美味，嘗試在露天攤點上拍下早餐的照片，發現「就是正常陽光拍的，但拍出來就比較好看」。對於吃早餐這件稀鬆平常的事，「其他時候我就不會想發」，而成功反抗公司秩序的經驗賦予了早餐獨特的意涵，惠子上樓後便立刻將當天得以下樓吃早餐的契機、自己和攤

DOI:10.6814/NCCU202000269

主發生的有趣互動書寫下來，配上拍攝的食物圖片，分享到朋友圈，記錄和表達了日常生活中個人掙脫集體空間秩序的小雀躍。而在這個例子中，媒介實踐看似不是必須，但透過微信進行個人敘事，原本在物理空間不留痕跡的微顛覆實踐才有機會被留存下來，甚至被更多人看見，逾越秩序的實踐透過媒介科技得到見證。

第二節 原有框架下的經營

即時性書寫是一種突出當下時刻的書寫類型，而在即時性書寫出現以前，人們就一直嘗試著以各種物質性的方式記錄特定時刻。本研究發現，使用者的即時性書寫也含括線下原有的時間框架，是對原有日常秩序和社會性的依循和再製，成為個人經營日常生活的一種形式。

這類實踐雖然蘊含著偶然和隨機的成分，也是計劃性和儀式性的，交雜著個人複雜的感受和經驗。有時個人進行即時性書寫的時刻是其期盼已久的節點，早已做好準備，媒介實踐被賦予劃分自我新階段、印證雙方關係、參與集體活動等儀式性意涵，甚至還可作為個人生活的監督者，即時書寫的時空成為值得留存和標記個人生命歷程的瞬間。

如同過往看電視、看球賽等媒介實踐的過程，人們除了關注內容，也重視實踐本身所蘊含的意義，一家人共同看電視或許具有維繫親情的意涵，在俱樂部看球賽可能是維持社群的傳統儀式（Couldry, 2004;Morley, 2005）。在即時性書寫的實踐中，使用者除了將其作為當下個人表達和記錄，也形成特定的社會文化意涵。

作為具有一定公開性的平台，社群媒體平台具有見證的力量，部分使用者主動將自己置於被看見的情境，將特定時刻轉換為有意義的節點。當這種實踐方式成為慣例，又約束個人的書寫，部分使用者感受到不得不書寫的壓力，同時個人在當下時空中的感受也不在新鮮，成為一種固定的表達。

DOI:10.6814/NCCU202000269

一、重要時刻的紀錄

在本研究中，受訪者時常會在生命歷程中的重要時刻進行即時性書寫，完成學業、步入婚姻、置產等重大事件都伴隨著社群媒體的見證。這種書寫實踐不僅是個人當下情緒表達，同時也讓個人感受到重要時刻為人所見證，透過媒介對自我成就進行加冕。

今年生日，安言完成購買新房的簽約，當下便選擇將這一消息公開在朋友圈，並附上紙本契約的照片。當被問及這則貼文對她的意義時，安言認為簽約儀式意味著人生開啟新階段，顯然不能少了朋友圈的見證。安言希望透過主動公開的書寫記錄這個瞬間，讓開啟人生新階段這一儀式性的實踐活動被看見，獲得見證和認同，帶有慶典意味。人生中的重要時刻雖是出現頻率較少的書寫題材，但對個人而言常常具有非凡意涵，發朋友圈被視為必不可少的儀式。

使用者為了更好地還原當時的情境，紀錄下激動人心的重要時刻，還可能在活動發生後利用手上的物件再製現場。去年六月，釦子在教師入職考試後，獲知成績，意識到自己肯定能考上，便想立刻抒發當下的喜悅。由於考試全程都無法拍照和記錄，他當時也隻身一人，沒有留下任何即時的影像，於是一回到自己的車上，他便開始構思如何分享這則貼文，最後他決定以准考證號碼和自己的緣分座位切入點進行書寫，將原本考試時貼在身上的號碼貼紙撕下，貼在了方向盤上，拍攝了一張照片作為配圖，證實和強調貼文的即時性，再以文字描述當天的情形和心情。

若是釦子和安言以即時性書寫記錄重要時刻的實踐尚且具有較強的隨機性和突發性，在本研究的其他受訪者中還發現了使用者將重要時刻的隨機性延展和轉變成了一種計劃性的行為，透過微信即時性書寫的感受成為其預期之中的。

微信即時性書寫通常被視作對當下事實的陳述，因此對於個人而言，進行即時性書寫同時象征著線下相應實踐活動的完成，具有驗證其線下狀態的意義。面向眾多閱聽人，使用者似乎感受到某種道德環繞。部分受訪者試圖將微信朋友圈

DOI:10.6814/NCCU202000269

想象為隨時存在的監督者，在微信上發布貼文不僅是事實的敘述，同時必須執行相應的行動（action）。

在此類實踐中，個人對其自身將獲得的感受早有預期，甚至期待已久，即時性書寫實踐的一刻成為個人想象中目標達成的狀態。個人為了接近其所書寫的內容，必須付出努力，實現言行合一，媒介實踐也成為錨定（anchor）日常生活中其他實踐的核心。這種實踐方式一方面證實和強化了媒介的權力，另一方面卻又是個人主動貼近，挪為己用的實踐方式，敦促其成為更好的自己。

葉子默默定下減肥的目標，為了實現這一目標而不半途而廢，她堅持每日鍛煉，雖然時不時會記錄分享自己在健身房或夜跑途中發生的故事，但她不會提及自己的減肥目標。她已計劃好在最終達成目標時再將減肥成果在朋友圈展示出來，透過朋友圈實現目標達成後的自我肯認，「就是立得 flag 也不用別人都知道，就是別人知道了，你實現的那個概率就越小，你就想你把它做完了再發出去，會是另一種感覺」。若「立 flag」時書寫的感覺較接近偶發情緒的表達，葉子所謂的「另一種感覺」則更像是「預期中的感受」。

惠子前陣子開始服用中藥調理身體時被告知不能吃宵夜，擔心自己抵禦不了美食的誘惑，她當晚便將這件事分享到朋友圈，宣告「和夜宵說拜拜」。她將朋友圈想象為一個道德監督者，認為既然在朋友圈「寫出來」，就應該說到做到，以社群媒體的見證來促成個人習慣的養成。

這類書寫內容看起來通常更近似生活片段的揭露，但對於使用者而言，往往包含個人對自我的期許，希望能夠成為不辜負當下狀態的自己，確保本人與朋友圈呈現出的狀態保持一致性，隱含著長期實踐的過程，而不是瞬時的事實陳述。

二、關係中的感受

發朋友圈作為一種媒介實踐不僅能夠記錄和表達當下的美好感受，更成為被眾人見證的契機，檢驗彼此的關係。為重要關係舉辦見證儀式的習俗由來已久，微信即時性書寫讓這種見證變得更為普遍和頻繁，並讓偶然的生活片段也被挪用

DOI:10.6814/NCCU202000269

為關係的見證。另一方面，現代性的親密關係是建立在私人空間中的，原本具有排他性的私人關係，現在卻透過媒介科技公開加入到社會互動中，讓雙方的社交關係成為公開的親密性（public intimacy）（盧嵐蘭，2005，頁 259）。

小金和許久未見的好友約會，度過一個愉快的晚上，結束約會後她便發了一條朋友圈。從朋友圈的內容看，她簡單描述了兩人當晚互動的三個情境，同時分享了三張照片，其中還提及為了拍照留存回憶的討論。在小金看來，即時性的書寫將稍縱即逝的當下轉換為了雙方友誼的驗證，兩人的關係透過媒介實踐得到鞏固。

> （因拍到好看的雲而分享的感悟）因為今天閒啊，如果今天忙的話，放到明天發也沒問題，這種想法。（和朋友一起約會）像這種就是今天發才有意義的這種。特別的一天，我就想表達友誼嘛，今天的友誼（強調的說）。
>
> ——小金

而對於小金來說，即時性書寫強調了時刻在特殊的事件中重要性，當下的時間成了見證當天經歷的重要媒介之一，因此即時性書寫也必須在當天完成。手機傳播通訊研究通常認為人際溝通因隨時隨地的相連狀態而變得更靈活，具體的時間節點變得不再重要，移動過程中可以不斷協商和調整（Ling, 2004）。但在儀式性的即時性書寫中，具體的時間節點則不能錯過，不可輕易挪動和變更，否則其特殊意涵將消失，甚至實踐本身的價值也大大削弱，因此使用者多數會嚴格遵循時間的界限。

在另一個案例中，小甜甚至在和好友赴約之前，便已經想好「那天我應該會發一條朋友圈」。考慮到和對方關係親近又長時間未見面，而對方在日常生活中也會分享和朋友的聚會，小甜認為出於「作為禮尚往來應該也會發。因為我覺得她會發跟我出去玩的朋友圈，所以為了表示同等重視，我也會發一條」。而平日認為錯過當晚便不會再分享過時內容的她，便特別留意在當天結束前將這條朋友圈發出去，「通常情況，錯過那個時機你就感覺發就不對了。但是那天就是會提

DOI:10.6814/NCCU202000269

醒我那天晚上要發一條」。

不過在小甜的書寫中，實踐的複雜性又體現在一則朋友圈表達的多重意涵。雖然這條朋友圈是出於禮儀而不得不發，但這條貼文中的大部分內容卻與友情無關，反而以個人近期的感受為主，夾雜了私人情緒的表達。小甜以「有朋遠歸，體重放飛」開頭，又提到當天自己品嘗豬腦的初體驗，強調自己在減肥和研究工作中的苦惱，同時還寫出了和友人就餐時的新奇體驗。這條朋友圈包含多重的寫作動機，稀釋了其作為友誼見證的特質，而小甜似乎也想通過這種方式減輕為呼應對方，進行不情願的見證。

這種實踐方式依然以即時性的形態出現，但檢驗關係的效果已為社會成為共同肯認，因此個人有時甚至為了透過媒介達到見證效果，刻意對日常生活中值得分享的細節進行捕捉，作為關係印證的素材，進行書寫實踐。梨子就提到男友和妹妹對於現身其朋友圈的渴望。梨子線上的書寫實踐頻繁，但作為一個工作狂，她發佈的大部分內容都和工作相關，因此出場人物多是同公司的老師和班上的學生，而遠在家鄉的男友和妹妹則和自己的日常生活交集較少，為此她就打算尋找機會分享和男友、妹妹相關的內容。

這種實踐方式在集體馴化的過程中已經產生新的準則和期待，影響著人們此後使用的方式（Sorensen, 2006, pp. 56；轉引自王淑美，2014a）。釦子提到先前自己曾在參加朋友的生日聚會後，分享了一條祝福朋友生日快樂的朋友圈，但他卻沒在女友的生日發布貼文，因此觸怒了女友，可見在部分使用者看來，透過媒介科技進行關係見證已經影響到線下，成為個人必須遵循的慣例。

三、共時的參與者

節日是有別於日常生活的特殊日子，一方面具有規範性，是集體意識的觸發，另一方面也允許個人表露慾望，鼓勵公眾的創造力（洪淑苓，2003）。大多數節日都有固定的週期和儀式，社會中的個人也會因應自身狀況對節日有所期待和準備。本研究發現，微信朋友圈已經成為個人參與節日，感受共時性的重要媒介和

DOI:10.6814/NCCU202000269

空間，即時性書寫不僅是個人對線下節日參與的記錄，更有可能成為個人在集體活動中創造感受的動機。此外，年輕世代在參加共時性的集體活動時，不僅想要透過社群媒體證實和記錄自己曾經到訪、出席或參與其中，也往往想在敘事中展現獨特的個人視角，將集體或是公共的經驗轉變為個人經驗，強調個人化經驗感受的價值。

小傑是一名醫藥銷售人員，因此在醫師節當天便分享了一則貼文介紹醫生日常工作的高強度和高風險。

> 而且當時的情況是，當時我的朋友圈在刷屏，因為都是醫藥工作者嘛，他們就是比較簡單一點，就說醫師節快樂嘛，然後我後來想了一下，加了自己的感觸。也算是功能性的，也算是自己的感觸吧。
>
> ——小傑

對於小傑來說，醫師節當天的即時性書寫首先是行業內集體情緒的一次規範性表達。作為醫藥銷售人員，他感到不得不在公共空間進行表態的壓力，同時他不滿足於接受和重複固化的集體表達方式，這一特殊時刻又成為個人書寫感觸的機會。

而在七夕情人節當天，小傑也分享了一則貼文。他解釋原先自己並沒有為過節提前做準備，只不過當晚待在家中，想要透過瀏覽朋友圈的形式圍觀一下周遭人過節的狀況，感受過節發氛圍，卻發現「朋友圈不行，都沒有什麼人撒狗糧」。為了參與到節日中，正在家中的他便決定利用身邊已有的資源來創造媒介實踐的機遇，於是單身的他選擇了自己和七夕節最有關聯的意象之一狗，拍攝了一張家中寵物狗的照片，發表了對七夕節朋友圈「冷冷清清」的不滿。在這一實踐中，小傑完全是為了進行媒介實踐而創造了一個全新的情境，其即時性書寫的目的卻又是為了參與到集體中，並在集體中表達個人的情緒和感受。

節日是可預知的特殊時刻，融合了集體和個人的感受，因此也成為個人表達的契機。和小傑即時性的創造實踐相比，小甜則提前好一陣子便開始為七夕節做準備。

DOI:10.6814/NCCU202000269

這個就是五環之歌的梗啊。我那天本來想七夕那天發這個，這個本來是要七夕吃的（八喜冰淇淋），然後七夕沒有吃。因為去年的時候，在五環之歌下面的評論就有一個說是七夕之歌，把一整首截圖都截下來了，我去年的時候發過，正好就想到了這個，就 cue 上了這個。

——小甜

儘管小甜沒有如預期進行這次即時性書寫實踐，但也說明即時性書寫和線下情境的密切關聯，哪怕這一情境和契機是使用者為了進行媒介實踐刻意創造，而由於小甜並沒有在線下執行原本的計劃，導致其線上的實踐也被延遲。另一方面，小甜對七夕節活動的整體設想不止是線下的（準備了七夕吃的食物），同時還包含了線上的（設想好七夕節可以分享的內容），線上線下在日常生活中成為相互系連，而非互相區隔的存在。

第三節 生活韻律和即時性書寫

人們的日常生活由各種實踐活動串連而成，原本具有一定的序列和韻律，而即時性書寫實踐則交織於日常生活之中，使用者若要通過手機進行拍攝影像、挑選素材、組織文字等即興的創作，就必須撥開時間，留出足夠的時空縫隙，將媒介實踐策略性地嵌入其中，這可能導致原本的生活節奏變得更加緊湊或是緩慢。在複雜多樣的實踐過程中，個人既可以藉由即時性書寫發展出私人的節奏，又需要隨時隨地調整活動序列，靈活地將書寫的時間整合進整體時間規劃中。

一、個人的時間感知

1、掌控個人的韻律和節奏

在行動科技的研究中，以手機為代表的科技物被視為個人與當下物理空間的分離，也將不必要的社會性影響因素排除在外，使用者得以掌握自己的韻律和節

DOI:10.6814/NCCU202000269

奏。Bull（2008）指出人們會運用隨身聽隔絕外在聲音或避免與他人在公共空間的對談。賴嘉玲（2014）在研究博物館語音導覽時也發現，使用者租借機器不僅能聽取內容，更隔絕場館中其他雜音，迴避陌生人目光，在自己的小宇宙中欣賞展品。本研究發現，即時性書寫作為發生在行動端社群媒體上的實踐，同樣被人們用於個人日常節奏的掌控。

釦子過往在合唱團中的經歷就是典型的例子。釦子前兩年有大量時間和精力都投入在合唱樂團的集體活動中，由於團隊成員們的關係緊密，凝聚力強，大家不僅會一起演出、錄音，還會一起出行遊玩、參加各式活動，集體活動成為常態，也是那段時間釦子朋友圈貼文的主要內容來源。在演出的過程中，作為演出者常常無法做到親自拍攝和記錄，因此活動結束後，個人敘事的組織通常都立基於集體敘事之上，進行集體的素材共享成了回程的車途上一個重要的活動。通常會有團員們主動發起詢問，互相索要演出時的視頻或照片，並透過微信群組進行分享。緊接著，成員們便紛紛會在公共的素材庫中挑選自己認為滿意和合適的素材，進行編輯再分享到朋友圈。

釦子在訪談中試圖還原當時的場景：「哎呀你這一段視頻截取得很好哦，我就發你這一段，或者你這個濾鏡加的不錯哦，就用你的圖」。結束集體舞台後，個人退回自己的空間，儘管處在同一輛車上，大家已選擇各自沉浸在自己的世界，成員間的社交活動都圍繞個人的媒介實踐展開，專念於挑選出符合個人想象的影像，最終透過社群媒體平台，完成當日個人故事的記錄和分享。

受訪者葉子則提到在旅行過程中，她習慣將遊玩的行程安排得相對充實和緊密，遊玩時通常沒有時間為書寫做停留，只能做短小的記錄。於是她便經常在機場候機、搭乘飛機和長途汽車時在手機上寫遊記，試圖將無意義的、乏味的、被動的時間轉變為個人的有效時間，將書寫遊記的時間順利整合進個人的時間規劃。

而對於希望享受「獨處」的小羊來說，通勤途中進行即時性書寫能夠將他人隔絕在外，又是規律性的將公共空間轉變為私人空間，提前進入「回家」的狀態或延遲「離開家」的感覺。

DOI:10.6814/NCCU202000269

問：通常你寫這些都是什麼情況呢？感覺得寫很長時間，都是獨處的時候寫的嗎？

小羊：會誒，如果我身邊有人的話我就不好意思寫這些東西了，這些是在我下班的公交車上寫的。

問：所以通常以前發朋友圈是一個人的時候？

小羊：沒有，因為我週圍的同事朋友都了解我是怎樣的人，所以我有時候是在上下班的車上發，有時候旁邊就坐著我同事，然後我就一個人打字發。

問：那如果看到很想分享的事，會選擇先寫朋友圈，而不是直接和同事分享嗎？

小羊：那不會，如果是非常好笑的事，我會先給他看一下。但是如果是很私人的東西，如果講出來味道就不一樣了的話，我會傾向於先寫出來。

小羊選擇和周遭人即時溝通共享「非常好笑的事」，另一方面透過朋友圈寫下的則是所謂「很私人的東西」。儘管微信朋友圈幾乎不進行分組設置，發佈的內容大都所有人可見，但她認為書寫過程處在一個相對私密的狀態下依然重要。開啟手機這一動作在她看來意味著進入私人空間，而作為個人長期的使用習慣，這一動作更具有象徵意義，「我週圍的同事朋友都了解我是怎樣的人」，合理地將共同在場的同事隔絕在外，營造出「一個人」的感覺。小羊以即時性書寫的形式，將自己從不得不處在的公共情境中解脫出來，在公共空間下享受私人時光，發展出一種固定的私人韻律。

循著過往媒介韻律內化至日常生活的研究，媒介實踐成為使用者規律日程的一部分，例如在吃早餐時看報紙、回家時習慣性地打開電視作為背景，滿足使用者需求之外也具有儀式性意義。而在小羊的案例中也可看出儀式性的存在，或是說，小羊憑藉打開手機寫朋友圈這件事，將下班途中的這段時間形塑和鞏固為個人獨處和休閒的時間。

DOI:10.6814/NCCU202000269

2、稍縱即逝的感受

Tomlinson（2007）提到即時性（immediacy）代表了接近性（proximity）和瞬時性（instantaneity）。對於使用者而言，即時性書寫的意義和其實踐方式有著密切關聯，否則個人的「感覺」便會隨著情境變化，甚至發展為默認的規範。本研究發現在即時性書寫中，個人會遵循盡量接近事件或情感發生時刻的原則，書寫的慾望會隨時間流逝被削弱或消失，產生「過時」的現象。在訪談中我發現，受訪者不論是從客觀的身體記憶（惠子、花花），還是更抽象和模糊的感覺（小羊、小艾、釦子、小甜），都對即時性的時間感知懷有一定的理解和想象，這種想象多數和速度、距離相關，因此部分受訪者選擇以「盡快」（小艾）、「馬上」（惠子）等詞彙形容實踐的迫切性，希望達到某種速度，以及部分受訪者也會以「過了」（釦子、小甜、葉子）對實踐的最後期限進行描述，錯過時間人們便很可能放棄書寫，可見在「隨時隨地」的技術意識形態下，使用者也受到媒介本身的時間感驅使和影響。

在訪談中，部分受訪者從記錄之客觀性的角度出發，理解即時性書寫的速度，而在書寫完成之前，使用者甚至會因時間流逝而感到焦慮。受訪者小艾極為強調捕捉即時感受，她提到：「我是挺等不及的，基本上拍完就會發。因為我覺得它對我來說是有感情記錄性的……所以要盡快發出去」。這種感覺過後或許就會發生變化，無法代表她當下的感受了。受訪者惠子則因為害怕「忘記」而想要「馬上發」「趕緊發一下」，同時在書寫實踐前她更會「心裡想不要忘記」。在惠子看來，即時性書寫和事件發生的當下已有時間差，無法完整複製原本的時刻，「其實我記錄的時候已經不是原話了，只是說意思是那個樣子的，就是記憶力沒那麼好了，需要來記一下」，只不過微信已經是可近用的最佳記錄方式，相較於依靠身體記憶，等到回家時再拿紙筆進行書寫可靠得多。

另有部分受訪者雖然不會因無法當下書寫感到壓力，但也提到隨著時間流逝，書寫的興致下降，甚至最終放棄書寫。釦子就表示「過了那個勁」便不會

DOI:10.6814/NCCU202000269

寫了。小羊認為「如果我忘了，或者我的表達欲減少，那我就不會去寫，如果我回去，我發現某些東西不是那麼強烈的話，我就不會去寫」，並且「覺得這種情感下次還會出現的，等它下次出現的時候我再寫就好」，這表明小羊認為接近性是觸發「感覺」和進行即時性書寫的關鍵。小甜提到前陣子和朋友一同前往射箭館體驗射箭，作為「人生中第一次」的體驗，「本來也想發一條」，但射箭時過於沉浸，加上晚上和朋友聚會「玩嗨了，回家就忘了」，錯過了當晚分享的時機，小甜便主動放棄了書寫當天的經歷。

在所有受訪者中，只有梨子對微信書寫的即時性特質不以為然，「出去玩的時候會發朋友圈，但是在玩的當天沒空發朋友圈，可能第二天才會發，也有可能結束行程之後才發，可能積攢到一起，想發的時候才發」，相比於遵循事件發生的時間，梨子強調個人「想發」的時間更重要。但從梨子的描述中可以發現她的實踐方式相對異類，以至於她形容自己「以前發朋友圈是所有朋友中最遲鈍的，比如今天吃飯他們都當天發了，我可能過一個星期，過一個月才發」。

二、隨時隨地變化的整合策略

由於使用手機已經在一定程度上被視為「休閒」、「偷工」和「妨礙社交」，即時性書寫實踐也被視為「私人事務」的一種類別，因此相較於從容掌握自己的韻律和節奏，年輕世代常常需調和「私人事務」和「公共事務」，線上書寫實踐和線下的社交工作之間的衝突。

Silverstone（1994）指出，消費者將科技物整合（incorporation）進日常生活中時會設法維持原有的生活結構，同時確保對結構的掌控，例如用餐時收看電視，或以預錄形式進行時間管理等（王淑美，2014a）。在即時性書寫實踐中，使用者同樣需要撥開原有的時間序列，隨時隨地調整書寫的策略，抓住契機，完成實踐，將科技物藏匿在縫隙中。而部分受訪者在訪談中面對我的質疑，都直接給出了日常生活「不受影響」的答復，可見無法掌控結構，反被科技物掌控更是使用

DOI:10.6814/NCCU202000269

者不願承認的（小艾、安言、釦子）。

即時性書寫時常出於個人的「情不自禁」，在無形之中被使用者整合進日常生活的縫隙，不仔細留意便不會被看到，甚至個人會有意地隱藏其書寫的痕跡。在一個案例中，受訪者安言透過強調其書寫的效率和書寫動機的合理性來說明其將實踐的方式。某天，安言在上午十點左右分享了一條帶班上的小朋友參加比賽的朋友圈。作為唯一的帶隊老師，不必顧忌同事的監督，安言在學生們參加比賽時，懷著激動地心情分享了當下的感想，貼文內容不僅包含文字、圖片，還添加了定位以強調地點。當我問及當時的忙碌程度時，安言不承認發朋友圈的行為會影響工作，而是迂迴地表示：「大多數時間發朋友圈的時間還是有的，那十幾秒，沒有說時間那麼死」。

安言試圖以「十幾秒」這個形容來削弱其當下情不自禁忽視工作，迫不及待將當下的心境和狀態抒發出來所造成的不良影響。在思索了一會後，安言補充：「還有一個其實就是對孩子祝福，還有就是看看有沒有人在現場」。

小艾同樣認為自己發朋友圈的效率極高，更不會影響到社交活動，能夠做到同時協調線下和線上，在兩者不發生正面衝突的情況下完成即時性書寫。

小艾：基本上可能我跟你出去吃個飯，那可能是我們結賬之前朋友圈就發出來了。

問：你是怎麼去選擇發的時間點的？

小艾：盡可能快吧。因為吃飯的時候是不可能發的嘛，因為當時在吃飯，就可能我跟你吃的時候就會，腦子稍微分心想一下朋友圈該怎麼發吧，反正挺著急的，或者在回去的路上吧。

問：那你覺得這會影響到你實際中的社交活動嗎？

小艾：不會。

可以看出，小艾的實踐方式極為靈巧和隱蔽，在整個即時性書寫過程中不露聲色地分神去構思，又根據當下情境選擇在用餐間隙或回程中將內容分享出去，以便盡快完成個人感受的記錄。

DOI:10.6814/NCCU202000269

在惠子的說明中，作為英文老師的她時常想記錄學生的有趣表現，卻顯然無法在課堂中途停下教學，使用手機，不過當觸動個人記錄需求的時刻出現，她卻下意識地調動身體部分機能，「心裡想著不要忘記不要忘記，然後就下課時候馬上發」。

就比如你說那個小學生說了很可愛的話，我就記下來，心裡想不要忘記不要忘記，然後就下課時候馬上發，我經常會坐在那邊留一會，停一會，就想先，因為我怕等會吃個宵夜，到家了，我就忘記了，因為我覺得這個年紀了記性不好。所以下課了我就會想想今天他們說了什麼，然後趕緊發一下。……因為你只能腦袋記嘛，然後回家拿筆……

——惠子

而課後「留一會」對於惠子來說更成為「經常」性的行為，書寫習慣已經被整合進日常生活的韻律，即時性甚至轉變為規律性和固定的安排。

不過，即時性書寫通常和規律性的媒介實踐不同，個人想要書寫的時刻大多是固定，因此需要使用者隨時整頓時間安排，對活動順序進行重新排列。書寫實踐又和觀看節目、瀏覽新聞等相對被動的媒介實踐不同，使用者更難一心二用，書寫實踐與原本的活動安排之間必然存在先後順序，個人不得不在兩者間進行選擇，權衡之後相對重要的事件則會被靠前。

安言對自己曾有過的「朋友圈先吃」行為進行過說明，提到自己在家準備好食材後，先發完朋友圈才正式開始煮火鍋，表明在部分實踐中，媒介實踐被優先安排，因而打亂了原有活動的流暢。安言一方面以自嘲的口吻評價這一的行為，另一方面以這種實踐方式在年輕世代中的普遍性作為辯解。

而梨子則明確表示在類似的情境下，她會將「吃」放在優先位置，不僅「承認」自己不擅長拍照記錄，更不會用餐過程中編輯貼文內容。

問：那拍照的話你端上來……

梨子：哎，我不擅長拍照，我拍得特別快，而且我經常是吃完才拍。

問：那不就空了嗎？

DOI:10.6814/NCCU202000269

梨子：就讓它空著吧，起碼我記得我吃過。有時候真的是吃完了都忘了拍，那就只寫文字吧。完了之後，忽然想起來，忘了拍照，那好，下次記得拍照。下次可能等全部菜都上齊了，拍一張，好開始吃吧，我拍得很快。……或者是上一點拍一個，上一點拍一個，總不能影響吃啊。比較務實。

顯然，個人想要順利地記錄整件事，並非手持相機即可，還需要主動捕捉，在上菜之前就有所規劃，準確地在動筷之前完成這個動作，而「吃」勢必會被影響。

對於部分使用者而言，休閒娛樂活動則不需要嚴格劃分順序，因此為即時性書寫影響線下的活動也無關緊要，只要不影響心情即可。釦子在旅行途中分享了兩則附帶節目表演視頻的朋友圈，當我詢問他是否暫時中斷參與到活動中時，他在正面回復我之後，立刻進行補充說明：

我一般都是當下發，但是那個時候也不能說很忙。就是這個事情發生了，你開心的事情為什麼會很忙呢，不可能工作的時候，就是去玩的時候，或者什麼的時候。或者是有時候是演出嘛，有一些視頻或者照片，那肯定是演出完了，在回程的車上，我們就開始說哎呀照片呢，今天的照片呢，大家就在群裡傳來傳去，然後編輯一下就發出去了。

——釦子

從釦子的論述中可發現，他不僅對「當下」被影響毫無察覺，而且「開心的事情」不會是「忙」的，意味著時空安排相對鬆散，更容易撥出時間，但實際上觀賞過程已經被短暫忽略和中斷。而「去玩的時候」屬於私人能夠完全自由支配的時空，「演出完了」的「回程」也是重要活動已經結束的標誌，表明只要不影響工作、社交這類公共的活動，「中斷」便無關緊要。

不同類型的社會關係也會影響個人對書寫實踐的時間安排。如前提及，年輕世代通常會考量到社交禮儀，在完成社交活動後進行書寫，反之，幾乎所有受訪者都有過在家中進行書寫的經驗，卻往往能隨時暫停手中事，無所顧忌地以即時

DOI:10.6814/NCCU202000269

性書寫為優先。例如元元習慣交代事件的前後脈絡，確保故事完整性，平均書寫篇幅也是所有受訪者中最長的。她提到自己書寫的時間短則十來分鐘，長則接近一個小時，因此多數會選擇在返家途中才開始寫作。不過若記敘的事件和父母相關，元元則會將個人表達的需求從日常生活的活動序列中提升到優先位置。在一次日常記錄中，元元就提及媽媽忍不住在旁邊說：「又在這裡磨磨蹭蹭幹嘛！還不去洗碗！又在發朋友圈啊！」小婷也提到爸爸類似的抱怨：「六月份有一天我在家，我在拍照，拍一些菜什麼的，我爸就問了一句，你又要發朋友圈嗎，我說沒有我只是拍個照而已。」

許家齊（2017）在研究中年家庭婦女使用平板時發現，媽媽們的休閒活動通常會讓位於本職的家務活動，透過數位科技進行的休閒活動自然也會因此中斷和變得碎片化。本研究中，作為子女的元元和小婷則能夠隨時使用手機，推遲和中斷家務。受到「一胎化（one-child policy）」政策的影響，父母與子女的關係變得極為密切，儘管傳統的長幼秩序依然被延續，但父母對於子女「逾越禮節」的容忍程度相對較高，年輕世代實際上有更大可能性突破上一世代的價值觀。

DOI:10.6814/NCCU202000269

第六章 結論

第一節 研究發現

一、分析概述

傳統紙本日記的書寫需要相對獨立的空間，這對於青少年而言卻未必易得，新興的社群媒體則為青少年提供了一個理想且相對易得的個人空間。個人和社群媒體的關係由淺入深，從思索應該寫什麼，到生活處處皆可分享，不斷延展，羈絆不斷加深，也形成連續性的個人記錄，成為個人回看自己、觀照自己的媒介。儘管享有線上空間的自主權依然有別於線下的獨立空間，但當個人在線下別無選擇，線上空間則成為年輕世代爭取個人書寫權力的主要陣地。

中國東部都會區的年輕世代在早年的使用中逐漸習慣透過社群媒體進行自我揭露、分享和記錄，因此當行動網路普及，年輕世代也是最早啟用微信的一群人，部分使用者順水推舟，與科技公司合謀，打造私人的行動小房間。不過自 2014 年至 2018 年，微信使用人群由年輕世代獨霸邁向廣泛覆蓋各個年齡層，由年輕人聚集的空間轉變為社交、工作、家庭維繫必不可少的工具，逐漸「由私向公」轉變。

歐美不少研究都指出年輕世代正由大平台向小平台分流，但在中國，年輕世代作為微信朋友圈最資深和佔比最高的使用人群，並沒有選擇集體轉移社交關係，開拓新空間。他們一方面積極地將微信朋友圈維持在個人的掌控範圍之內，尤其是減少線下權力關係和公共事務的滲透，延續個人書寫的習慣，另一方面將龐雜的微信好友清單視作豐富的閱聽人資源，再通過技術手段進行分組設置或挪用其他公共平台為私人空間，作為補充，發展出一套以微信為核心、協調公與私之間關係的復合媒體策略，更好地融合公與私，在流動中書寫。

DOI:10.6814/NCCU202000269

不過相較於不留情面地將工作與生活劃清界限，親情是年輕成年人處於兩難境地的關鍵。告別青春期，步入職場的年輕成年人選擇將父母劃歸為私領域，以開放社群媒體作為溝通方式，拉近雙方的距離，因此也面臨年長者對其實踐方式的質疑和不滿，體現了世代價值觀的差異。

傳統書寫過程通常發生在相對獨立的環境，個人與事件發生的當下保持一定距離，透過回想進行反思、記敘、宣洩，書寫實踐與日常生活涇渭分明。即時性書寫的實踐則是在人們想要表達的當下「自然地」進行書寫，但日常生活由各類活動依序組成，書寫實踐必然和其他實踐活動交織，因而也需要和其他活動競逐，是使用者將科技物整合進日常生活而試圖維持原有結構的複雜過程，個人對空間和時間的感受隨之變化。在和其他線下活動的競逐中獲勝，個人往往體悟到因媒介技術從時空中解放出來的舒暢，實現持續性的自我檢視，競逐失敗則反而可能引起個人的焦慮，甚至為之分心去盡力完成書寫。

Harvey（1989）指出，時間和空間不是自然而是社會建構的概念。媒介科技對於啟發人們重新思考時間和空間有著重要意義，人們保持解放的想象，對時空的感知由集體、固定和單一，轉向個人、流動和自主，發現超越的可能性，在微觀層面尋找機遇，挑戰原有的空間秩序，展現個性化的實踐方式，賦予個人書寫不同的意涵。即時的線上個人書寫實踐表明年輕世代對過往集體活動、工作場景、私人家戶等時空理解的鬆動，也更積極。

與此同時，經過長期的集體馴化，即時性書寫還逐漸形成特定的慣例，影響和約束使用者的書寫。即時性書寫強調偶然性和隨機性，但偶然之後卻可能蘊含必然，隨機實則是預期之中，使用者試圖透過日常生活的片段展現個人成果、見證重要關係或是參與社會互動，社群媒體成為個人召喚閱聽人的場域，而媒介實踐甚至可能成為主導其他活動的中心。

二、生命歷程與書寫

本研究為聚焦媒介實踐的在地性，將微信視作中國網際網路行動轉向的開端和核心，選取了微信這一平台作為研究單位，同時更關注平台背後的使用者，是

DOI:10.6814/NCCU202000269

以「一個人」為研究單位，認為透過使用者的解讀和馴化，這一平台持續變動和複雜化，甚至使用者會選擇串連其他社群平台補充單一平台的「不足」。這一發想源於身為參與者和觀察者的研究者本人之日常實踐，具體理論則借鏡 Madianou 和 Miller（2012b）的「複媒體」（polymedia）概念及研究成果。人類學學者 Miller 持結構主義之主張，認為在可近用、資費相同和具備媒介素養的情況下（access, affordability, literacy，2012b），個人使用媒介平台的狀況越發複雜，應從在地或特定群體的社會關係中認識社群媒體。

Miller 等人的研究試圖擺脫「平台中心」的觀點，以抵抗 Facebook 之類超級社群媒體在全球範圍內形成的文化霸權。中國的社群媒體市場封閉性較強，微信一家獨大，再由微博、豆瓣瓜分剩餘的市場，研究者和社會觀感也極容易忽略其中的多樣性，但年輕世代的微信即時性書寫顯然已經到達「複」的階段（伍翎瑄，2014；肖斌，2015；周懿瑾和魏佳純，2016；朱曉文和鄂翌婷，2017；汪雅倩和王學琛，2017；姚俊安，2019）。

若將線上空間和線下空間作為相對的關係來看，2012 年至今是線上空間在中國急劇成長和膨脹的幾年，線上和線下的界限愈發模糊，線下的生活開始和線上密切地交織在一起，這實際上是本研究的大前提。

線上空間今非昔比。相較於 Turkle（1995）在早期線上遊戲的研究中提出逃避現實或遊戲性的身份，boyd（2014）認為今日盛行的社群媒體鼓勵非虛擬，大多數人線上的表現和線下的連續性更強。正因為如此，歐美學者留意到線上空間的內容開始被視為個人線下或「現實」生活的一部分，例如成為僱主參照的一個指標（Duffy & Chan, 2019；Couldry，2008）。

本研究所選取的年輕世代具體而言應算是東部都會城市中的白領階層，除受訪者阿金，其餘教育程度皆在大學以上。相較於藍領階層或鄉村居民，周遭使用微信的人群比例更大，社群平台對其工作的重要程度更高，即時性書寫的實踐也更複雜，線上空間成了集體與個人的必爭之地。

首先，年輕世代書寫實踐中普遍的「復」是數位書寫常態化和生命歷程共同累積出的厚度。對於年輕世代而言，即時性書寫是一種滲透日常生活各類場景的媒介實踐，串連和交替不同平台或是在同一平台內進行分組可見等隱私設置都是為了更好地滿足不同情境下的表達需求，以即時性的切換，服務於當下書寫的順暢，也能夠緩衝「由私向公」的趨勢，爭取「公中有私」的空間。例如小金會在

DOI:10.6814/NCCU202000269

寫完感情文字後選擇分享至「密友分組」，日常趣事則只需移除部分職場上司。惠子多將生活中開心的事分享至微信朋友圈，而對看不慣的事進行評論時則會打開微博，微信和微博是互補的，非「真」與「非真」，「虛擬」與「現實」之別。同時，以個人為分析單位，會發現儘管不同使用方式迥異，但使用者的需求卻類似，只不過使用者所處的社會關係網路有所差異，導致其發展出不同的策略劃分線上閱聽人。例如儘管使用微博的大部分受訪者都將這一平台挪用為更私人的書寫空間，但安言卻在微博精心運營和展演，全因一些不友善的舊識頻繁透過腳本設計上公共性更強的微博「視監」其近況，而將安心的小窩設在微信。

相較於學界對青少年使用方式的熱切關注，Kanter，Afifi & Robbins（2012）指出針對年輕成年人（young adult）進行的社群媒體研究少得多，或是說，年輕成年人的使用方式較少與其生命歷程的變遷狀態連結在一起。boyd（2014）從社會建構學派的角度出發，認為網路空間既是技術搭建而成的空間，也經由使用者參與而形塑。青少年在不同平台上所呈現的不同形象並不意味著多重身份，可能是不同年齡時期的心境變化、突發奇想、迎合不同平台上的規範等原因導致。

從年輕世代，尤其是年輕成年人的實踐來看，不同平台似乎是互相補足的。一方面個人對於社會規範逐漸有了清晰的感知，在日常生活中必須表現得更為得體，另一方面依然想維持和延續過往書寫的方式，復合式的書寫實踐成為普遍的現象，個人對於社群媒體能夠保留一個相對完整的自我也有所期待。

而個人需求也隨使用者線下生命歷程推演和線上即時性書寫歷程累積不斷變化，新需求在年輕世代的成長過程中不斷湧現。例如小艾最初使用微博只為獲取資訊，但大學後有了更多煩心事，於是開始在微博上表達負面情緒。元元則在停止紙本日記書寫後，將日記功能疊加到使用多年的朋友圈。個人不斷拓寬社群媒體作為書寫平台的用法，也因此和數位記錄方式形成更深刻的連結。

其次，從受訪者的異質性來看，年輕世代的經驗又有所差異，更看出線下的影響力。不同職業類型的使用者因即時性書寫所帶來的壓力差異極大，受訪者中的教師、公務員、文化從業者在形象管理上的壓力最大，最懼怕公共空間的滲透，心境上的兩難體現最為突出。若只是單純出於工作需求，必須分享特定內容，通常不會給受訪者帶來太大的心理負擔，相對更容易憑藉技術上的文化資本進行處理和隔離，不對個人的主體性及身份認同帶來威脅。而部分偏向自由職業類的受訪者儘管也需要分享工作內容，有著不得不發的「壓力」，卻因為對其職業的認

DOI:10.6814/NCCU202000269

同度高，且能夠自行決定具體文本的書寫過程，為公領域滲透所感受到的困擾較小，時常主動地寫，例如作為任職機構股東的安言就時常在工作中拍攝學生的影像或是分享教學成果，看似「為公」，卻樂在其中，有「一己之私」的成分，「工作」和「休閒」相互交融。

初入職場的年輕社會人所處的社會位置發生變化，工作相關的上級、同事、客戶成了最需留意的閱聽人，多數人以此為基準在公與私之間劃出了分割線，這看似合情合理，其中的關鍵是雙方關係的不對等，而青少年時期與父母不對等的關係則相對減弱，於是父母被納入私領域。

年輕世代自幼親近數位產品，在科技相關之文化資本上似乎普遍較年長者高出一個層級，但實際上同中有異，在物質條件不構成差異的情況下，使用者在線下受到的管制和權力關係中所處位階促使其進行不同程度的探索。所謂「上有政策，下有對策」，乃弱者的戰術。

小金是所有受訪者中最精於書寫策略的一位，傳授以我豐富的「知識」，分組數量也最多，更曾一度為徹底整理好友清單而更換賬號，極為在意好友清單的「雜」。小金自認為這是興趣涉獵廣，社交活動多導致的結果，但在我看來，她在線下作為多數人眼中的美女，如今又在公部門擔任公務員，也是「壓力」最大的一位。例如她提到職場上遇到部分「領導」對其「過分關心」，有騷擾傾向，為此她特意設置分組，每次貼文都點選這一分組，避免招來麻煩，先前實習時也曾因為分享玩樂內容被數落，導致其在添加「領導」前小心謹慎。身處等級森嚴的職場，性別上同樣處於弱勢，個人不得不以此自保。

相對而言，小艾在職場上受到的壓力小得多，家境良好的她甚至表示發朋友圈「堅持自己很重要」，工作則「大不了不幹了」。因此小艾雖然考慮過為同事設置一個分組，卻有權力「覺得要給他們單獨分組好麻煩」。葉子在朋友圈同樣我行我素，在被問及類似問題時也回應「跟工作性質有關吧，你看我又不是公務員，又不是當官的」。當使用者在職場上權力關係不對等的狀態不存在或不突出時，公領域與私領域混雜的影響也較小。

三、日常生活的動態與鞏固

行動上網的功能實現之後，人們開始擔憂個人注意力隨時離開物理空間，線下生活被忽視，從而導致個人化趨勢加劇，威脅社會凝聚性。本研究認為即時性

DOI:10.6814/NCCU202000269

書寫實踐加強了線上線下的連貫性，線上的實踐源自線下的生活，又重組了線下的秩序，線上的經營有時也鞏固線下的認同。使用者在書寫實踐中同樣社會抱持想象，甚至可能因媒介而產生的陌生化效果，對其處境有了更清晰的認識。

媒介實踐研究的觀點強調實踐的多樣性，使用者即時性書寫實踐的過程體現不同情境下個人、社會和科技物複雜的互動關係，最終呈現出動態與固著，重組和慣例並存的狀態。

科技物的介入激發個人能動性，日常生活在書寫實踐中被重組和活化，攪動了原本的空間秩序，帶來新的社會互動方式，庸常之中重見動態。並且長期來看，日常生活的變動不再是模糊和神秘的，使用者透過即時性書寫發現了這一過程。時間和空間定義的固定是社會建構而非自然的產物，而在現代社會中時間和空間作為一種與權力緊密聯繫的資源，控制和規訓著大多數人的社會生活，提供相應的規範，意圖在於統一人們的行為（Durkheim, 1912/渠東、汲喆譯，2011; Harvey, 1989; Adam, 1992）。微信即時性書寫在個人遭逢突破日常生活規範化的契機時，作為輔助或主角，實現使用者抵抗或顛覆的想象。有時個人以媒介科技作為符號性的阻隔，成為一種姿態，將線下空間的周遭人拒之千里，享受和自己對話的私人時光，或是繞過公領域對線下空間進行的明確分界，將公務時間和空間轉變為短暫的休閒時光。

不過另一方面，日常生活中的媒介實踐又充滿矛盾，個人依然會遵循線下原有的時間框架，鞏固原本的生活秩序，生日、節慶、重要時刻都不能落下，線上實踐成為社會慣例的一環，個人被期待書寫某種固定的感受，甚至成了可以預演或必須完成的行動，以及履行即時性書寫本身的技術承諾，過期不候，要寫趁早。

以「去媒介中心」的角度來看待個人的整體生活方式和其媒介實踐之間的關係，線上和線下實則是一個整體（Couldry, 2012；Pink et al, 2016；Miller, 2013/王心遠譯，2014）。那麼，即時性書寫是否是和個人整體日常生活形式相匹配的一部分？

Lash & Urry（1993/趙偉妏譯，2010：337-338）認為去組織化資本主義下的

DOI:10.6814/NCCU202000269

個人時間觀念發生重大變化，集體結構下的大眾消費模式被多樣化、分化的模式取代。他們認為這種現象在英美尤為顯著，個人更加注重即時時間，人們不再在相同地點、固定時間、在家人或同事的陪伴下飲食，彈性上班制增加，自由而獨立的出行者增加，另一方面相聚成為「珍貴時光」（quality time）。在本研究中，大多數受訪者的日常生活以個人活動為主，在即時性書寫中也有相當比例的實踐發生在獨自一人的情境下，或是無需和他人在線下發生互動的情境。個體的時空軌跡逐漸非同步化（共同居住的父母時常被排除在外），與固定對象面對面進行表達的頻率大大降低，是否導致個人靜默的即時性書寫成為一種常態需求？儘管即時通訊科技為使用者提供了隨時隨地通訊的可能性，但對於身處不同空間下的好友，個人也不會隨性地聯絡對方，非同步性的狀況沒有因即時通訊工具而改變。

阿俊和小羊是唯二已經組建小家庭的受訪者，兩人均為近半年內步入「人生新階段」的新婚人群。阿俊提到白天上班時使用手機是相對頻繁和隨意的，晚上回到家後反而幾乎不用手機。由於阿俊日常的工作時間較長，從早上八點至晚上九點到家前都是無法「陪伴」妻子的，因此回家後多數會陪妻子一起用 iPad 觀看劇集。到了週末，阿俊若是和妻子出行，也會順著妻子的意願在朋友圈分享一下內容，「不然她會嫌棄我啊」。小羊也曾經在還原某次即時性書寫情境時提到，某條朋友圈原本應當寫得更長，晚餐和好友聊天的過程中感觸頗多，當她像往常一樣在返家途中用手機進行書寫時，卻因為需要向丈夫報備行程而只好草草完成。參照小羊在先前訪談中的論述，她自認為非常需要個人的獨處時間，常常拒絕朋友日常的社交性邀請，「他們都知道我約不出來」，下班途中哪怕和同事共乘交通工具，也能拿起手機獨自享受私人時光，丈夫則是不能被忽略的他者，強有力地介入她的實踐。無論出於主動或是被動，當個人的獨處時間減少，即時性書寫的頻率和內容受到影響，反之亦然，更重要的是，或許去組織化的個人成為一種普遍生活狀態，即時性實踐則是個人的常態。

DOI:10.6814/NCCU202000269

四、即時性書寫中的微觀個體

從微信的命名方式便可看出，這是一種以體量小為特質的社群媒體。儘管微信的功能已經足夠強大，但在受訪者的描述中，它依然成功地保持著較低的存在感，既能夠細緻入微，又能夠不破壞現有秩序，造成負擔，正如同集體社會中個體的微觀觀照和微觀抵抗。

書寫被認為是個人從集體中抽離的開端，人們得以擺脫集體的聲音，對自我的處境進行思考。微信即時性書寫成為個人隨時隨地進行自我觀照的微觀實踐，使用者更頻繁地看到作為個體的自己和他者，而不是對宏大敘事和集體敘事的欣賞和重複，是對具體生活的關注，而不是抽象的一致性。人們也會在原本就屬於私人的空間下進行即時性書寫，只是在這一實踐方式下，空間的異質性和多樣性更為突出。柏拉圖時代的中產階級藉由「個人筆記本」進行自我監督和修養提升，福柯將這種書寫定義為一種自我技術，即時性的書寫實踐則幫助個人在新情境下把握到一些「新感受」，個人也在無意間持續地對自我的生活進行審視，管理，以個人感覺篩選著值得書寫的時刻。

這些值得書寫的感受大多來自生活中的不期而遇，日常生活若是保持恆常規律，一成不變，「新感受」勢必將較少出現，即時性書寫也便意義不大。對於個人而言，生活中究竟有何感受值得為之停駐，又有何感受情不自禁想要抒發，都是使用者不斷思索的結果。受訪者小金就自詡是熱愛生活，關注生活的專家，她認為每日生活中有趣的事實在太多，行至路邊發現天空好看的雲朵，家中的貓咪和爸爸的溫馨互動，雖然都是她分享過的內容，但相對來說是隨時都能捕捉到的平凡之事，若是不發也無礙，然而突如其來的愛情感悟卻是必須要發，儘管為了不讓太多人認為自己感情氾濫僅設置為密友可見。不少受訪者都提到，外出就餐、短途旅行等活動逐漸成為平常之事，哪怕看到他人分享，自己也不以為然，因此逐漸退出其即時性書寫內容之列，而只有當這些活動的新鮮感受再次被激發，例如和關係特殊的對象共同外出，品嘗到特別的美食時，個人才會想寫下自己的感受。總而言之，值得書寫的「感受」或「事件」是隨個體的生命歷程不斷發展和

DOI:10.6814/NCCU202000269

變化的，並非總是延續過往的書寫經驗，一旦有過，就成為固定會書寫的題材，反而是使用者不斷審視私人經驗和自我的結果。

不過，本研究還發現中國的年輕世代在社群媒體進行的個人化書寫及其作為連續性個人敘事體的實踐在整體社會文化中是不被尊重的，年輕世代對此表現出明顯的反感，為抵制其個人書寫空間被佔用進行微觀反抗。延續 Giddens 對現代個人主義特質的分析，「群我」向「原子化的我」轉變，歐美學者普遍認為個人邁向一個更自我的敘事，而手機和社群媒體則讓傳統社群和整體社會價值下降，促使自我中心式的個人主義趨勢不斷上升。Rainie & Wellman（2012）提出一種以個人為中心的社會連結方式正在浮現。相對而言，中國的情形從宏觀層面來看則相反。

Couldry 曾以「聲音」（voice）的概念討論個人在社會和世界的在場，認為人們具有敘述自我和所見世界的需求，並提出個人「聲音」在政治層面的基礎性意義（chan et al, 2014）。回顧周蕾（1995）對於在香港使用隨身聽的個人做出的分析，她認為這一實踐方式是對集體聲音的拒絕。到了 web.2.0 時代，個人不僅能拒絕聆聽，還擁有發出聲音的渠道，但卻因此失去了沉默的權力，個人無法不做聲。

在集體主義的社會文化下，公領域似乎具有入侵或佔用私人書寫渠道的天然合理性，能夠隨時將個人平台挪為公用，個人必須無條件為集體或公領域書寫，例如個人所任職的公司認為理所應當能夠佔用職員的個人平台進行公共性質的宣傳，年長者教導子女將具有一定公開性的平台作為展現其迎合社會價值觀及宏大敘事的工具。

對此，年輕世代顯然並不認可，卻通常不會進行正面回擊或拒絕，在形式上依然複製了集體的聲音，無法對自上而下的指令充耳不聞，集體主義的框架依然在限制個人的實踐，以本研究的受訪者來看，個人不會為此觸犯線下原有的秩序。但多數人具備了反抗的意識，採取了迂迴的策略，例如通過調整隱私設置或開設新賬號，將工作內容隔絕在外，保留其對個人平台的掌控權，在微觀層面進行著無聲的抵抗，體現了集體主義文化下年輕世代的微觀反抗。

DOI:10.6814/NCCU202000269

此外，本研究還發現，使用者藉由媒介科技之可能性，在即時性的書寫實踐中想象和實現對原有空間架構的突破，成為對線下空間的微觀反抗實踐，於是平凡的日常生活情境也具有了特殊意涵，成為值得書寫的「新感受」。這種反抗不具顛覆性，某種程度上「微不足道」，de Certeau（1984）卻認為這種隨時隱匿和消失在日常生活中的實踐，才是對社會規劃的持續性抵抗。

五、交織於日常生活中的中介

> 我都是直接在朋友圈編輯寫，我不喜歡在備忘錄先記下來再寫，因為我非常在意感受是不是真實的感受這件事。因為我會覺得你在備忘錄寫下來，然後你在朋友圈編輯再寫的話，那個不是你很真實的感受，我寫朋友圈不是為了別人，也不是為了自己，我寫下來的東西是我在為自己負責，我真的是有這些情感在裡頭。
>
> ——小羊

對於使用者而言，直接（immediate）意味著無中介，無中介又和個人對於真實性（authenticity）的理解相關聯，一方面構建起個人對技術物的信任，另一方面技術物的物質性存在被忽視。Tomlinson（2007）從文化分析的角度對即時性進行分析，指出即時性是在新的技術背景下，個人能夠更接近和更瞬時地實踐，這也是個人感受到從時空中解放的原因，這種解放並非因為中介消失，反而是因為其中存在許多新的中介。過往書寫通常是由個人在事件發生後以回憶的方式，還原當時的情境和心情，但即時性的書寫往往是使用者在事件發生的當下就萌生了想要書寫的念頭，不過依然需要使用者主動地以身體配合，接近技術物，完成這一過程。即時性理想作為實踐的出發點，需要使用者將技術物「整合」（incorporation）進日常生活中，維持既有的生活結構（王淑美，2014a）。為了強調個人的日常生活不受技術物的影響甚至掌控，使用者常常會「小看」技術物的存在，多位受訪者都表示自己「發朋友圈很快」（小艾、小羊、小甜、小金、葉子、梨子），安言還以「十幾秒」來形容其實踐過程，相較於電腦或紙筆，手機

DOI:10.6814/NCCU202000269

「順便就寫了」(花花)。

本研究發現，實際情況較使用者的「感覺」複雜得多。小艾在和朋友用餐中分心構思發文內容，惠子在上課過程中提醒自己不要忘記學生的話，使用者從能夠隨時隨地寫下來，到想要隨時隨地寫出來，身體被調動起來服務於書寫實踐。暫停去寫通常會被認為是不禮貌的，因這一實踐活動是非常個人化的，表現出使用者對「眼前人」(小羊、梨子)的漠視，「除非兩個人一起玩手機」(葉子)，「如果她本來的目的就是發朋友圈」(小艾)。若是將即時性的個人感受和經歷書寫下來並分享出去是當下集體中的共識，大家一起低頭則成了合理的，此刻人人都認為個人的媒介實踐才是最重要的。相比之下，攝影這一媒介實踐類型則在社會文化中形成了普遍共識，在日常生活中成為一種被默許的「打擾」或「暫停」，甚至攝影實踐也發展出了社交意涵，參與者有機會可共享素材，擅長拍照者獲得特權，媒介實踐常常得以順利躍升為活動的中心，成為生活的主角。

影響日常生活其他活動的組織安排是其一，個人對技術物的依賴程度也在無形中增強。之前保持著長期手寫日記習慣的小婷在描述即時性書寫的過程時，則提到事件發生，她「就會想怎麼組織語言，把它記錄下來，當時你的腦袋就已經想好了，但等到你拿到一支筆可能就忘記了」。手機提供了即時性記錄的可能性，讓使用者意識到身體是最不可靠，容易遺忘的物質性存在，科技物才是能留存稍縱即逝之物的法寶。這本質上已經改變了個人建構自我資料庫、認識自我和想象自我的方式，在日記時代人們通過書寫過程回憶過去的情境，中介是個人的身體。若是轉換為能夠直接記錄的技術物，諸如各類提供自我追蹤服務的科技物，將更悄無聲息。

DOI:10.6814/NCCU202000269

第二節 研究限制及未來研究建議

一、研究限制

本研究在受訪者的選擇上是以使用頻率較高者為優先，一方面具有較豐富多樣的即時性書寫經驗，另一方面也是粘著度高，對社群媒體平台依戀度較高的群體，而對於使用頻率較低者或許難套用類似的分析。

其次，由於大部分受訪者是以研究者在福州的社交圈為基礎尋獲，得到的對象幾乎和研究者完全同齡，整體受訪者年齡集中於 25 歲上下，非同齡對象大部分自網上征集，因此可能會出現青少年時期經驗高度相似的狀況。

此外，本研究原先擬將科技的物質性面向納入實踐的考量之中，但在訪談中卻屢屢被受訪者質疑時至今日物質性是否還會成為實踐的阻礙，似乎網路狀況、電池、手機容量等傳統的物質性面向已「順暢」到隱形。這自然得益於中國近年來基礎建設的普及，而我也只好放棄對這一面向的挖掘。

不過，在訪談密友小微時，她舉例和我在路邊散步看到有趣的蝸牛聚集，卻因為事發在夜晚，手機難以拍攝清晰的畫面，而她又認為缺少圖片的輔助無法說明當下的新奇感受，打消了分享這件事的念頭，可見使用上的摩擦雖然減少，但依然存在。日常記錄作為研究方法存在諸多限制，無法深入研究對象生活中的細節，研究者和受訪者的關係也影響到所獲得資料的厚度。物質性面向也成為分析結果和研究發現中缺失的部分。

二、未來研究建議

本研究所選之研究對象均為年輕職場人，本意也想探究工作對個人社群媒體書寫之限制，但在研究中發現答案相對複雜，不同職業類別和工作形態下的使用者差異較大，若在初步調查後進行更細緻的區分，應當能成為問題意識更為聚焦的研究。

DOI:10.6814/NCCU202000269

此前已有研究指出，不同性別在社群媒體上的表現有較大差異。在尋獲研究對象時，我發現男性受訪者相對較難被觸及，一方面男性高頻使用者相對少於女性，另一方面男性受訪者多避談隱私設置和用法上的細節，更傾向於將公共與私人混談，「藏私」似乎與男性陽剛氣質相抵觸，而在具體的社會性別文化下，個人的即時性書寫或許值得探究。

以微信為主導的社群媒體平台目前在中國的普及度相當高，在日常生活中幾乎取代了手機撥號和短訊，尤其在年長者中的滲透率可觀，但從 2014 年的統計數據來看，微信用戶群體依然非常年輕，近一半以上的用戶低於 26 歲，86.2%的使用者低於 36 歲，因此本研究所談及的諸多現象和問題或許發生於近 5 年內，未來趨勢會如何變化有待觀察，尤其是年長者會以何種方式習得和發展更多媒介使用技巧，進而改變整體線上空間的結構。

DOI:10.6814/NCCU202000269

參考書目

中文部分

霍煒譯（2003）。《做文化研究：索尼隨身聽的故事》。北京：商務印書館。（原書：Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Madsen, A. K., Mackay, H., & Negus, K. [1997]. *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Sage.）

賴合新（2015）。《探討 LINE 推播新聞之使用行為--以情境理論分析》。國立政治大學傳播學院碩士論文。

盧嵐蘭（2005）。《媒介消費：閱聽人與社會》。台北：揚智文化。

鄭宇君（2016）。〈社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結〉。《傳播、文化與政治》，4:1-25。

趙偉妏譯（2010）。《符號與空間的經濟分析》。台北：韋伯文化。（原書：Lash, S. & Urry, J. (1993). *Economies of signs and space* (Vol. 26). Sage.）

趙庭輝（1999）。〈英國媒體與文化研究的回顧：伯明翰大學當代文化研究中心的傳統〉。《傳播文化》，7:47-100。

解亞珠（2016）。〈近三十年中國古代日記文本研究綜述〉。《江蘇科技大學學報 (社會科學版)》，16(03)，30。

馮建三譯（1995）。《電視，觀眾與文化研究》。台北：遠流。（原書：Morley, D. [1992]. *Television, Audiences and Cultural Studies*.）

渠東、汲喆譯（2011）。《宗教生活的基本形式》。北京：商務印書館。（原書：Durkheim, É. [1912]. Les formes élémentaires de la vie religieuse: le système totémique en Australie.）

黄含韵（2017）。〈社交媒体年龄层用户差异显著〉。《中国社会科学报》，2017-06-15(003)。

陳向明（2002）。《社會科學質的研究》。台北：五南。

DOI:10.6814/NCCU202000269

陳玉箴譯（2003）。《媒介概念十六講》。台北：韋伯文化出版。（原書：Silverstone, R.[1999].*Why Study the Media?*. SAGE.）

許家齊（2017）。《受阻礙的電子休閒時光:中年家庭主婦平板使用》。國立政治大學新聞學系碩士論文。

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》，（124），1-37。

張旭東、魏文生譯（2010）。《發達資本主義的抒情詩人：論波德萊爾》。台北：臉譜。（原書：Benjamin, W. [1938]. *Charles baudelaire：Ein lyriker im Zeitalter des Hochkapitalismus*. Perseus Books Group.）

張逸安譯（2004）。《聰明行動族──下一場社會革命》。台北：聯經出版。（原書：Rheingold, H. [2002]. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Perseus Books Group.）

張岩冰（2011）。《女性主義與青年文化》。開封：河南大學出版社。（McRobbie, A. [1990]. Feminism and youth culture: from 'Jackie'to 'Just Seventeen'. Macmillan International Higher Education.）

崔玺譯（2016）。《媒介儀式》。北京：中國人民大學出版社。（原書：Couldry, N. [2005]. *Media rituals: beyond functionalism*. Routledge.）

徐夢芸（2008）。《文化研究：民族誌方法與生活文化》。台北：韋伯。（Gray, A. [2003]. *Research practice for cultural studies: Ethnographic methods and lived cultures*. Sage.）

孫慧英（2009）。〈浅析我国文化产业相关研究的区域差异〉。《新聞界》，2009(06):20-22。

胡泳。（2008）。《众声喧哗: 网络时代的个人表达与公共讨论》。桂林：广西师范大学出版社。

洪淑芩（2003）。〈女性節日文化初探: 以近代方志中的 [元宵走橋] 等習俗為例〉。《臺大文史哲學報》，2003（59）: 297-336。

DOI:10.6814/NCCU202000269

洪世民譯（2017）。《在一起孤獨》。台北：時報文化。（原書：Turkle, S. [2011].*Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.）

姚俊安（2019）。《網路社交服務平台使用者的自我呈現 —以微信朋友圈為例》。淡江大學傳播學院碩士論文。

邱林川、陳韜文、茅知非（2017）。〈傳播科技與新媒體事件〉。《傳播與社會學刊》，第 40 期，頁 27–31。

邱林川、陳韜文（2009）。〈邁向新媒體事件研究〉。《傳播與社會學刊》，第 9 期，頁 19–37。

周懿瑾、魏佳純（2016）。〈「點贊」還是「評論」？社交媒體使用行為對個人社會資本的影響——基於微信朋友圈使用行為的探索性研究〉。《新聞大學》，2016(1)。

周蕾（1995）。《寫在家國以外》。牛津大學出版社。

肖斌（2015）。〈微信朋友圈對大學生人際交往的影響研究———基於強弱關係理論的視角〉。《教育學術月刊》，（95~98）。

汪雅倩、王學琛（2017）。〈從社交平臺到表演舞臺:微信分組設置對熟人關係的回歸〉。《新聞與傳播研究》，2017(10)。

李美華、孔祥明、王婷玉、林嘉娟、黃玉枝、陳雅潔等譯（1998）。《社會科學研究方法》。台北：時英。（原書：Babbie, E.[1995], the practice of social research.[8th ed.].Belmont,CA:Wadsworth）

李政賢、廖志恆、林靜如譯（2007）。《質性研究導論》。台北：五南。（原書：Flick, U. [1996]. *Qualitative sozialforschung*.）

何道寬譯（2014）。《媒介、社會與世界：社會理論與數字媒介實踐》。上海：復旦大學出版社。（原書：Couldry, N. [2012]. *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.）

何道寬譯（2003）。《傳播的偏向》。北京：中國人民大學出版社。（原書：Harold

DOI:10.6814/NCCU202000269

A. Innis.[1951]. *The bias of communication*. University of Toronto Press.）

何春蕤（1990）。〈口述與書寫 一個理論的再思〉。《中外文學》，19(2)，73-91。

米歇爾 福柯著，汪民安编（2015）。《自我技術 福柯文選 3》。北京：北京大學出版社。

——Foucault, M.,（1982）。《自我技術》

——Foucault, M.,（1983a）。《自我書寫》

——Foucault, M.,（1983b）。《論倫理學的係譜學：研究進展一覽》

朱曉文、鄂翌婷（2017）。〈社交網路服務平臺使用對大學生社會資本影響的實證分析〉。《西安交通大學學報(社會科學版)》，2017(09)。

伍翎瑄（2014）。〈微信朋友圈的自我呈現及其策略的影響因素〉。《科技傳播》，2015-8。

賴嘉玲 (2014)。〈當流動科技闖進藝術殿堂：從博物館視聽導覽之使用談其對藝文消費之介入〉。《新聞學研究》，(119)，121-160。

石婉婷（2014）。《日常生活的科技社交角色——以 Facebook 打卡為核心的媒體實踐為例》。國立政治大學傳播學院碩士論文。

王德威（2010）。《抒情傳統與中國現代性：在北大的八堂課》。北京：三聯書店。

王淑美（2014b）。〈傳播科技與生活韻律-關於研究方法的探討〉。《傳播研究與實踐》，*4*(1)， 23-43。

王淑美(2014a)。〈馴化 IM: 即時通訊中的揭露, 協商與創造〉。《 中華傳播學刊》，(25)，161-192。

王右君（2019）。〈試探 [他者] 在社群網站自我敘事與記憶建構中扮演的角色——以臉書親子文個案為例〉。《新聞學研究》，(141)，39-81。

王心遠譯（2014）。《數碼人類學》。北京：人民出版社。（原書：Horst, H. A., & Miller, D. [Eds.]. [2012]. *Digital anthropology*. A&C Black.）

王志宏譯（2008）。《日常生活與文化理論導論》。北京：商務印書館。（原書：Highmore, B. [2002]. *Everyday Life and Culture Theory an Introduction*.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Routledge.）

中國互聯網中心（2009 年 10 月）。〈2009 年中國網民社交網絡應用研究報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/index_4.htm

CNNIC & CR Nielsen（2009 年 10 月）。〈2009 年中國移動互聯網與 3G 用戶調查報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/index_4.htm

中國互聯網信息中心（2011 年 3 月）。〈2010 年中國網民社交網站應用研究報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201108/P020120709345277353319.pdf

中國互聯網信息中心（2012 年 11 月）。〈2012 年中國手機網民上網行為研究報告〉，取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/ydhlwbg/201211/P020121116518463145828.pdf

中國互聯網信息中心（2012 年 12 月）。〈2012 年中國網民社交網站應用研究報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/sqbg/201302/P020130219611651054576.pdf

中國互聯網信息中心（2013 年 1 月）。〈第 31 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cac.gov.cn/2014-05/26/c_126548789.htm

中國互聯網信息中心（2013 年 11 月）。〈2013 年中國社交類應用用戶行為研究報告〉。取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201409/P020140901333379491503.pdf

DOI:10.6814/NCCU202000269

中國互聯網信息中心(2011 年 3 月)。〈2010 年中國網民手機上網行為研究報告〉，取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/201108/P020120709345274527429.pdf

中國互聯網信息中心（2019 年 2 月）。〈第 43 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉，取自中國互聯網信息中心網頁（CNNIC）http://www.cac.gov.cn/2019-02/28/c_1124175677.htm

網宿科技（2019）。〈中國互聯網發展報告 2018〉，取自 https://www.wangsu.com/Upload/201902/20190219152128_8313.pdf

英文部分

Adam, B. (1992). Modern times: The technology connection and its implications for social theory. *Time & Society*, *1*(2), 175-191.

Albrechtslund, A. (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*, *13*(3).

Andrejevic, M. (2004). The work of watching one another: Lateral surveillance, risk, and governance. *Surveillance & Society*, *2*(4).

Andrejevic, M. (2007). *iSpy: Surveillance and power in the interactive era* (p. 182). Lawrence: University Press of Kansas.

Bamman, D., O'Connor, B., & Smith, N. (2012). Censorship and deletion practices in Chinese social media. *First Monday*, 17(3).

Beam, M. A., Child, J. T., Hutchens, M. J., & Hmielowski, J. D. (2018). Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing. *new media & society*, *20*(7), 2296-2314.

Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New media society*, 11 (6), 985-1002.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Bernstein, M. S., Bakshy, E., Burke, M., & Karrer, B. (2013, April). Quantifying the invisible audience in social networks. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 21-30). ACM.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. London: Routledge and Kegan Paul.

boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.

boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, *13*(1), 210-230.

Bräuchler, B., & Postill, J. (Eds.). (2010). *Theorising media and practice* (Vol. 4). Berghahn Books.

Bull, M. (2007). *Sound moves: iPod culture and urban experience*. Routledge.

Campbell, S. W., & Park, Y. J. (2008). Social implications of mobile telephony: The rise of personal communication society. *Sociology Compass*, 2(2), 371-387.

Campell, S. (2008). Mobile technology and the body: Apparatgeist, fashion, and function. In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of communication studies* (pp. 153-164). Cambridge, MA: The MIT Press.

Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2007). Mobile communication and society: A global perspective. Cambridge, MA: The MIT Press.

Chan, J. M. (Ed.). (2014). New media and the myth of the mediated centre. *Communication & Society*, *27*, 1–21.

Chesher, C. (2012). Between image and information: The iPhone camera in the history of photography. In *Studying Mobile Media* (pp. 106-125). Routledge.

Child, J. T., Duck, A. R., Andrews, L. A., Butauski, M., & Petronio, S. (2015). Young adults' management of privacy on Facebook with multiple generations of family members. *Journal of family communication*, *15*(4), 349-367.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2012). Hey mom, what's on your Facebook? Comparing Facebook disclosure and privacy in adolescents and adults. Social Psychological and Personality Science, 3, 48–54.

Costa, E. (2013, March 10). Convivial practices, gossiping and the materiality of the smartphone [Online forum comment]. Retrieved from https://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/03/10/convivial-practices-gossiping-and-the-materiality-of-the-smartphone/

Costa, E. (2018). Affordances-in-practice: An ethnographic critique of social media logic and context collapse. *New Media & Society*, 20(10), 3641–3656.

Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social semiotics*, *14*(2), 115-132.

Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. New media & society, 10(3), 373-391.

Daniel, M. (2013, November 24). What will we learn from the fall of Facebook? [Online forum comment]. Retrieved from https://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/11/24/what-will-we-learn-from-the-fall-of-facebook/

Davis, J. L. & Jurgenson, N. (2014). Context collapse: theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society* 17(4): 476–485.

De Certeau, M. (1984). The practice of everyday life, translated by S. *Rendall (Berkeley: University of California Press, 1984)*

de Seta, G., & Proksell, M. (2017). V-Day selfies in Beijing: Media events and user practices as micro-acts of citizenship. In *Selfie Citizenship* (pp. 29-37). Palgrave Macmillan, Cham.

de Souza e Silva, A. (2006). From cyber to hybrid: mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space & Culture*, 9 (3), 261-278.

Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2019). "You never really know who's looking": Imagined surveillance across social media platforms. *New Media & Society*, 21(1), 119–138.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Duplantier, A. (2016). *Authenticity and How We Fake It: Belief and Subjectivity in Reality TV, Facebook and YouTube*. McFarland.

Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., ... & Sandvig, C. (2015, April). I always assumed that I wasn't really that close to [her]: Reasoning about Invisible Algorithms in News Feeds. In *Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems* (pp. 153-162). ACM.

Fortunati, L. (2005). The mobile phone: Local and global dimension. In K. Ny ŕi (Ed.), *A sense of place: The global and local in mobile communication* (pp. 61-70).Vienna, AT: Passagen Verlag.

Gant, D., & Kiesler, S. (2002). Blurring the boundaries: Cell phones, mobility, and the line between work and personal life. In *Wireless world* (pp. 121-131). Springer, London.

Gibson, J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

Goggin, G. (2011). *Global media culture*. London and New York: Routledge.

Guerrero-Pico, M., Masanet, M. J., & Scolari, C. A. (2019). Toward a typology of young produsers: Teenagers' transmedia skills, media production, and narrative and aesthetic appreciation. *New Media & Society*, 21(2), 336-353.

Gye, L. (2007). Picture this: The impact of mobile camera phones on personal photographic practices. *Continuum*, *21*(2), 279-288.

Haddon, L., & Kim, S. D. (2007). Mobile phones and web-based social networking-Emerging practices in Korea with Cyworld. *Journal-Communications Network*, *6*(1), 5.

Hampton, K. N., Goulet, L. S., Marlow, C., & Rainie, L. (2012). Why most Facebook users get more than they give. *Pew Internet & American Life Project*, *3*, 1-40.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Blackwell.

Hirsch, E., & Silverstone, R. (Eds.). (2003). *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces*. Routledge.（初版 1992）

Hirsch, E., & Silverstone, R. (Eds.). (2003). *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces*. Routledge.

Hjorth, L. (2006). Postal presence: A case study of mobile customisation and gender in Melbourne. *Knowledge, Technology & Policy*, 19(2), 29-40.

Hjorth, L. (2007). Snapshots of almost contact: The rise of camera phone practices and a case study in Seoul, Korea. *Continuum*, *21*(2), 227-238.

Hjorth, L., Burgess, J., & Richardson, I. (Eds.). (2012). *Studying mobile media: Cultural technologies, mobile communication, and the iPhone*. Routledge.

Hjorth, L., Wilken, R., & Gu, K. (2012). *Ambient intimacy: A case study of the iPhone, presence, and location-based social media in Shanghai, China* (pp. 43-62). Routledge.

Hootsuite & We Are Social(2019，January 31)Digital 2019: Global Digital Overview[Online forum comment].Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview

Horst, H. A. (2012). New media technologies in everyday life. *Digital anthropology*, 61-79.

Hulme, M., & Peters, S. (2001, April). Me, my phone and I: The role of the mobile phone. In *CHI 2001 Workshop: Mobile Communications: Understanding Users, Adoption, and Design, Seattle* (pp. 1-2).

Ito, M., Gutierrez K, Livingstone S, et al. (2013) Connected Learning: An Agenda for Research and Design. Irvine, CA: Digital Media and Learning Research Hub.

Ito, M., & Okabe, D. (2005). Technosocial situations: Emergent structurings of mobile email use. *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*, *20*(6),

DOI:10.6814/NCCU202000269

257-273. Cambridge: MIT Press.

Java A., Song X., Finin T., Tseng B. (2009) Why We Twitter: An Analysis of a Microblogging Community. In: Zhang H. et al. (eds) Advances in Web Mining and Web Usage Analysis. SNAKDD 2007. Lecture Notes in Computer Science, vol 5439. Springer, Berlin, Heidelberg

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Jensen, J. L. (2010). The Internet omnopticon-Mutual surveillance in social media. *Report. Internet Research 11.0: Sustainability, Participation, Action. Gothenburg Sweden*, 19-21.

Kanter, M., Afifi, T., & Robbins, S. (2012). The impact of parents "friending" their young adult child on Facebook on perceptions of parental privacy invasions and parent–child relationship quality. *Journal of Communication*, *62*(5), 900-917.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging. Business horizons, 54(2), 105-113.

Karl, K. A., & Peluchette, J. V. (2011). "Friending" professors, parents and bosses: A Facebook connection conundrum. *Journal of Education for Business*, *86*(4), 214-222.

Katz J., Aakhus M. (2002). Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Katz, E. (1980). Media events: The sense of occasion. *Studies in Visual Communication*, *6*(3), 84-89.

Kennedy-Lightsey, C. D., & Frisby, B. N. (2016). Parental privacy invasion, family communication patterns, and perceived ownership of private information. *Communication Reports*, *29*(2), 75-86.

Knights, M. (2001). Diaries of The Seventeeth Century, [Online forum

DOI:10.6814/NCCU202000269

comment].Retrieved from http://www.bbc.co.uk/history/british/civil_war_revolution/diaries_01.shtml

Levinson, P. (2004). Cellphone: The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Lievens, B., Van den Broek, W., & Pierson, J. (2007, July). The Mobile (R) evolution in Everyday Life: A Border Crossing Between Public and Private Space?. In *Sydney, NSW: Paper presented at the Mobile Media 2007 conference*.

Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. Elsevier.

Litt E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, 330–345.

Litt, E., & Hargittai, E. (2016). The imagined audience on social network sites. *Social Media+ Society*, *2*(1), 2056305116633482.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. New Media & Society, 10, 393–411.

Madianou, M. & Miller, D. (2012a). *Migration and new media: Transnational families and polymedia* . London: Routledge.

Madianou, M. (2014). Smartphones as polymedia. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 667-680.

Madianou, M.& Miller, D. (2012b). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169-187.

Mannell, K. (2019). A typology of mobile messaging's disconnective affordances. *Mobile Media & Communication*, 7(1), 76-93.

Martin, B. (1982). A Sociology of Contemporary Popular Culture. Oxford: Blackwell.

Marwick, A. (2005). I'm More Than Just a Friendster Profile: Identity, Authenticity and

DOI:10.6814/NCCU202000269

Power in Social Networking Services. Chicago, IL: Association for Internet Researchers.

Marwick, A. E., & boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, *13*(1), 114-133.

Marwick, A. E., & boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New media & society*, *16*(7), 1051-1067.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.

Meyrowitz, J. (2003). Global nomads in the digital veldt. In K. Ny ŕi (Ed.), *Mobile democracy: Essays on society, self and politics* (pp. 91-102). Vienna, AT: Passagen Verlag.

Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*.

Miller, D. (2011). *Tales from facebook*. Polity.

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., ... & Wang, X. (2016). *How the world changed social media* (Vol. 1). UCL press.

Mina, An Xiao. (2013, February 27). A Curated History of the Grass Mud Horse Song [Online forum comment]. Retrieved from https://88-bar.com/2012/02/a-curated-history-of-the-grass-mud-horse-song/

Mina, An Xiao. (2013, September 13) Memes, The Street Art of the Internet [Online forum comment].Retrieved from https://creativemornings.com/talks/an-xiao-mina

Moll, R., Pieschl, S., & Bromme, R. (2014). Competent or clueless? Users' knowledge and misconceptions about their online privacy management. *Computers in human behavior*, *41*, 212-219.

Moores, S. (2000). *Media and everyday life in modern society*. Edinburgh: Edinburgh

DOI:10.6814/NCCU202000269

University Press.

Morley, D. (2005). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. Routledge.（初版 1986）

Morris, B. (1991). Western conceptions of the individual.

Murray, S. (2008). Digital images, photo-sharing, and our shifting notions of everyday aesthetics. *Journal of Visual Culture*, *7*(2), 147-163.

Nansen, Bjorn, Arnold, Michael, Gibbs, Martin R., & Davis, Hilary. (2009). Domestic orchestration: Rhythms in the mediated home. *Time & Society*, 18, 181-207.

Ok, H. (2011). New media practices in Korea. *International Journal of Communication*, *5*, 29.

Okabe, D., & Ito, M. (2005). Keitai in public transportation. *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*, 205-217. Cambridge: MIT Press.

Ong W. J. (1975). The writer's audience is always a fiction. *Publications of the Modern Language Association of America*, 90(1), 9–21.

Ong, W. J. (2013). *Orality and literacy*. Routledge.

Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York, NY, US: Basic Books.

Palmer, D. (2012). iPhone photography: Mediating visions of social space. In *Studying Mobile Media* (pp. 93-105). Routledge.

Papacharissi, Z. (2012). Without you, I'm nothing: Performances of the self on Twitter. *International journal of communication*, *6*, 18.

Papacharissi, Z. (2013). 12 A Networked Self Identity Performance and Sociability on Social Network Sites. *Frontiers in new media research*, 207.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography: Principles and practices*. SAGE

Raymond, W. (1958). Culture and Society 1780-1950. *London: Chatto and Windus*.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Raymond, W. (1974). Television: Technology and cultural form. *London, Fontana*.

Rosen, J. (2004). *The naked crowd: Reclaiming security and freedom in an anxious age*. New York: Random House.

Scheidt, L. A., & Wright, E. (2004). Common visual design elements of weblogs.

Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2014). Growing up wired: Social networking sites and adolescent psychosocial development. Clinical Child and Family Psychology Review, 17, 1–18.

Sheller, M., & Urry, J. (2003). Mobile transformations of public' and private' life. *Theory, culture & society*, *20*(3), 107-125.

Silverstone, R. (1994). *Television And Everyday Life*. Routledge.

Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. In *The SAGE handbook of sociology*, 188-207.

Svensson, M. (2014). Voice, power and connectivity in China's microblogosphere: Digital divides on SinaWeibo. *China Information*, 28(2), 168-188.

Takahashi, T. (2011) Japanese Youth and Mobile Media. In Thomas, M (ed.) Deconstructing Digital Natives. NY and London: Routledge.

Tomlinson, J. (2007). *The culture of speed: The coming of immediacy*. Sage.

Tong, J., & Zuo, L. (2014). Weibo communication and government legitimacy in China: A computer-assisted analysis of Weibo messages on two 'mass incidents'. *Information, Communication & Society*, *17*(1), 66-85.

Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. *NY etc.: cop*.

Turkle, S. (2008). Always-on/Always-on-you: The tethered self. In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of communication studies* (pp. 121-138). Cambridge, MA: The MIT Press.

van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York, NY: Oxford University Press.

DOI:10.6814/NCCU202000269

Van Loon, J. (2007). *Media technology: Critical perspectives*. McGraw-Hill Education (UK).

Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *56*(4), 451-470.

Vitak, J., Blasiola, S., Patil, S., & Litt, E. (2015). Balancing audience and privacy tensions on social network sites: Strategies of highly engaged users. *International Journal of Communication*, *9*, 20.

Wuthnow, R. (1989). *Meaning and moral order: Explorations in cultural analysis*. Univ of California Pre.

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/NCCU202000269