

# 藉語言建構和理解科技

——評 Nicholas A. John, *The Age of Sharing*

● 李立峰

人們如何理解和詮釋一種嶄新科技，其實有很多彈性空間，而且隨着技術的持續發展和社會轉變，人們對同一種科技的理解和應用也可以出現轉變。



Nicholas A. John, *The Age of Sharing*  
(Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2016).

## 一 詮釋科技

科技如何改變人類社會和文化，是一個恆久話題。今時今日，傳播學界對此問題多少有點基本共

識，就是拒絕簡單的科技決定論。每種科技也許都有某些物質上的特徵，但這些物質特徵並不完全主宰人們如何應用該科技，所以也不完全決定該科技會對社會產生甚麼影響。科學與科技研究領域中一個常用概念叫做「詮釋彈性」(interpretive flexibilities)：人們如何理解和詮釋一種嶄新科技，其實有很多彈性空間，而且隨着技術的持續發展和社會轉變，人們對同一種科技的理解和應用也可以出現轉變。例如影片分享平台 YouTube 最初提出的口號是“broadcast yourself”，那反映了在創辦人原本的想像中，用戶會利用該網站來發表關於自己的東西，但當網站開始被大幅度使用時，「廣播自己」的人只是少數，現在的 YouTube 更像一個深不可測但又帶有不確定性的資料庫<sup>①</sup>。

在理解和詮釋科技的過程中，語言固然擔當了非常重要的角色。人們對科技和未來的想像，很多時候由隱喻 (metaphor) 帶動。1980 年代微軟視窗 (Microsoft Windows) 的出現，對電腦的普及化起了關鍵

作用，而“Windows”本身就是一個隱喻，意味着使用者可以通過它來看見窗後的東西。90年代中互聯網開始普及，至少在英語世界，與互聯網相關的語言也用上了一大堆跟海洋和航行相關的隱喻，例如瀏覽互聯網叫“surfing the internet”或“navigating the web”，門戶網站是“web portal”等<sup>②</sup>。的確，相比現在，早期的萬維網(World Wide Web)更像海洋，即是一個廣闊而未開發的領域，瀏覽互聯網很多時候是一個發掘新奇內容的過程。

還有一個在90年代很流行的關於互聯網的隱喻，叫「資訊超級公路」(information superhighway)，盛載着的想像是新媒體可以帶來更多更快的資訊，而資訊的自由流動，可以帶來各種正面的社會轉變，包括威權主義國家的民主化。不過，這些語言和隱喻的重要性和意義可以隨時間而轉變。今天年輕的「90後」可能從未聽過「資訊超級公路」的說法，網絡科技和智能手機的發展，早已使「資訊」不再是最能觸發想像的概念。上面提到的跟海洋有關的各種用語仍然被使用，但只是習以為常地被使用，它們作為隱喻的意涵已不再重要。

那麼，在過去十年之內，最能代表網絡科技發展、應用和文化的隱喻式語言是甚麼？現於耶路撒冷希伯萊大學任教的傳播學者約翰(Nicholas A. John)認為是「分享」(sharing)，他更就着這個主題，出版了《分享的時代》(*The Age of Sharing*，引用只註頁碼)一書。至少在表面看來，約翰的選擇有一定的根據。今天的互聯網很大程度上由社交媒體主導，而「分享」則是

社交媒體上最具標誌性的行為。人們在Facebook(臉書)分享網上看到的文章和其他媒體內容、對周遭事物的感受、對社會時事的觀點、日常生活的點滴、生老病死和結婚生子等人生大事、旅行的見聞、餐廳拍下的食物照片……從生命中最瑣碎的到最深刻的事，都通過社交媒體來分享。若說在社交媒體上「我share故我在」，並不太誇張。

除了社交媒體之外，在近年大行其道及引發很多公眾討論的，還有「共享經濟」(sharing economy)這一個有關「分享」的概念，Airbnb和Uber是兩個最廣為人熟悉的例子。共享經濟強調人們可以把閒置資源拿出來跟別人分享。當然，正如約翰在書中也提到，通過Airbnb租住地方和通過Uber電召車輛都是要付費的，兩間公司及租賃的人則在賺錢。所以很多人批評，共享經濟根本只是經濟交易行為，不涉及真正的共享。這些批評固然不無道理，但約翰會指出兩點：第一，當本質未必涉及「真正的分享」的行為都用上「分享」一詞來命名時，也算是反面印證了「分享」這個詞語在當今社會文化中的修辭力量；第二，甚麼才算「真正的分享」？從歷史的角度以及在當代的語境中看，「分享」的意義是甚麼？

本文以下部分會先論述約翰如何分析“sharing”一字的意義在歷史上的轉變，然後討論他如何對「分享」作出政治經濟和文化批判。在本文較後部分，筆者會以香港為個案，分析「分享」或「共享」這些字眼是否在香港的公共領域中也愈來愈普遍以及與互聯網的關連愈來愈密切。

今天的互聯網很大程度上由社交媒體主導，而「分享」則是社交媒體上最具標誌性的行為。從生命中最瑣碎的到最深刻的事，人們都通過社交媒體來分享。若說「我share故我在」，並不太誇張。

## 二 “share”的使用演變

約翰的《分享的時代》一書，旨在分析“share”或“sharing”一字在當今世代中多重而複雜的意義，以及它跟哪些社會實踐被扣連起來，而這些扣連又展示了當下文化的甚麼特徵。全書共分七章，除了引言和結論外，中間的五章分別討論「分享如何變成關懷」、「分享與互聯網的關係」、「共享經濟」、「分享感受」，以及「檔案共享」。他採取的是語用學(pragmatics)的進路，強調文字如何被實際地使用，同時重用歷史視角，強調字詞意義的轉變。這裏，值得首先指出的是中文和英文之間的差異。英文“sharing”一字，在中文表達裏最常用「分享」來代表，但有時也會用「共享」來代表，如上面已提及的共享經濟。由於約翰的重點在於分析語言，所以他分析的對象是英文“sharing”，而不是中文詞語「分享」，如下面提到，“sharing”一字所附帶的多重意義，有些是跟中文詞語「分享」無關的。另外，約翰對當下文化的分析，也主要指向籠統意義上的「西方」。本文為求論述準確，在述及書中的分析時，也會直接使用英文“share”或“sharing”以至其他英文單字。

作者在書中第一章就已經指出，“sharing”的原意是把一樣東西分割開來，成為不同的份額，例如股票就是“shares”，市場份額是“market share”；犁頭是“plough-share”，因為它的作用是切割土地。“Sharing”的這層意思，指向一種跟資源分配相關的行為，譯為

中文，「分配」較「分享」更切合原意。「分配」這行為本身在道德倫理上是中性的，不像「分享」一般有正面的內涵。固然，分配行為也可以有自身的評判標準，例如涉及分配公義的問題，所以也會有“fair share”這個用語，但那只是指分配的過程和結果是否公平，不是指分配這行為本身的好壞。

到十九世紀，“sharing”開始被用來指向「共有」(have in common with)。在第二章中，約翰通過分析兩個文本庫(包括了從1810至2010年間出版的大量書籍，合共8億5,000萬字)，發現在十九世紀，動詞“share”經常跟“fate”(命運)連結在一起運用(頁26)。很明顯，所謂“shared fate”，不是說一個人把自己的命運拿出來跟別人分享，而是指兩個人或眾人同時面對着或擁有同一命運。這也代表着“sharing”開始脫離了分配和分割的意思，因為命運是不能被分割和分配的。

對文本庫進行的分析也顯示，在十九世紀，“share”極少或甚至從來不會跟「資訊」、「知識」、「秘密」、「情報」和「感受」等字眼連結在一起出現。這也反映出“share”不會被用來代表一種溝通行為。人們把“share”與溝通掛鉤，是十九世紀末至二十世紀初出現的現象。在開始時，人們通過談話，讓某些感受和知識成為共有的東西，例如一個很開心的人告訴了朋友那件令他高興的事，讓朋友也分享了喜悅。在這種用法中，“sharing”並不代表溝通行為本身，只是談話溝通使資訊、想法或感覺變成共有物。但到了二十世紀上半葉，人們開始用

《分享的時代》一書旨在分析“share”或“sharing”一字在當今世代中多重而複雜的意義，以及它跟哪些社會實踐被扣連起來，而這些扣連又展示了當下文化的甚麼特徵。

“sharing”來代表溝通行為本身，不再是「在傾談後快樂成為共有的感受」，而是直截了當地「分享了快樂」。

在整個二十世紀，“sharing”的使用愈來愈跟人際關係，尤其是親密關係掛鉤。約翰引用人類學家米德 (Margaret Mead) 一篇 1953 年的文章，當中談及第二次世界大戰後美國社會出現了一種新的婚姻模式，特徵之一是它較過往的婚姻包含了「更高度的坦誠，更多表達，更多分享」(greater frankness, greater articulateness, greater sharing, 頁 35)。這裏的“sharing”沒有指向特定的事物，亦即是說，無論是時間也好，金錢也好，情感也好，秘密也好，夫妻之間就是要分享，分享本身就是一件好事。在二十世紀下半葉，分享成為了理想親密關係的重要元素。值得注意的是，到了這時，我們的確可以直接用中文詞語「分享」來代替英文“sharing”了。在二十世紀最後的三十年間，「分享與關懷」(sharing and caring) 的說法更在英語世界大行其道。分享不單是一件好事，它甚至近乎於一種道德指令：我們應該跟別人分享，拒絕分享是自私的行為和缺乏同理心的表現。

以上的歷史分析可以幫助釐清“sharing”一字的多重意義，從而有助我們看到當下英語使用中意義滑轉的可能性。另外，這個歷史分析也可以幫助我們了解為甚麼「分享」會成為當下跟互聯網及社交媒體密切相關的關鍵詞。

在歷史分析過後，第三章直接談論「分享」和互聯網的關係。約翰強調，互聯網與「分享」的連繫並

非必然，互聯網的物質結構本身不會直接令使用者強調分享。書中指出，90 年代互聯網開始普及化之時出現的一些具影響力的著作，如萊恩格爾德 (Howard Rheingold) 的《虛擬社群》(*The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*) 和尼葛洛龐帝 (Nicolas Negroponte) 的《數碼存在》(*Being Digital*) 等<sup>③</sup>，也沒有太着力透過“sharing”一字來闡釋互聯網的潛力。但是，那並不代表早期的電腦科技和互聯網技術工程師不會用上“sharing”一字。他們早期運用此字時，多是在“time sharing”和“disk sharing”這類用詞中，而在這些用詞中，“sharing”的意義只是「分配」，而不是帶有正面規範性意涵的「分享」。唯一例外的是「黑客文化」(hacker culture) 中對分享的重視。在黑客的論述中，分享被視為資本主義的對立面：黑客分享而不會出售其成品、知識和技術，其目的不是賺錢，而是建設社群和更美好的世界。

“Sharing”更廣泛地被使用於有關網絡的論述，而且指向「分享」，跟新世紀以來社交媒體的興起有很大的關係。但約翰仍然強調，縱使是社交媒體，也並不是一開始就以「分享」作為關鍵詞。以 Facebook 為例，約翰分析了它最早期的網站主頁，卻找不到“share”或“sharing”一字。Facebook 在公開論述中以“sharing”作為重心概念始於 2006 年下半年。在往後的發展中，“sharing”不單成為反覆被使用的字眼，更差不多成為了「參與到這個網站之中」的代替詞。

“Sharing”更廣泛地被使用於有關網絡的論述，而且指向「分享」，跟新世紀以來社交媒體的興起有很大的關係。但約翰仍然強調，縱使是社交媒體，也並不是一開始就以「分享」作為關鍵詞。

社交媒體以“sharing”來表述自己跟廣告商的關係，亦即社交媒體在用戶許可時會跟廣告商「分享」用戶資訊。這裏，「分享」代替和美化了買賣行為，是人們對共享經濟的其中一種批評。

約翰認為，“sharing”成為社交媒體關鍵詞的原因有三：第一，是“sharing”一字在發展電腦科技的群體中常被使用，雖然如上所說，“time sharing”和“disk sharing”這類用詞並不強調「分享」的意義，但至少“sharing”這個字對電腦工程師來說並不陌生；第二，是“sharing”這個字同時包含的多義性很適合應用到社交媒體之上。此字既指向一種溝通行為，又指向內容發布和資源分配，而這兩類行為實踐在社交媒體上正是合而為一的；第三，“sharing”帶有非常正面的意涵，它指向正面的社會關係，與平等、無私、施予等價值早已被扣連起來。挪用“sharing”一字及其正面意義，能為社交媒體建立正面形象。

以上三個原因看似言之成理，不過，如果只是基於這三個原因，為甚麼“sharing”不是在社交媒體一開始發展時就已經成為關鍵詞？2006年前和2006年後的Facebook有甚麼分別，使得後者開始大肆宣揚「分享」的概念？對於這問題，一個頗為明顯的可能答案就是Facebook以至所有社交媒體的商業化。當Facebook正式面向公眾，成為一種志在賺錢的工具時，它就需要確立一套論述來能吸引廣大用戶，並且令用戶多進行一些能讓它賺錢的行為。眾所周知，Facebook最主要的賺錢方法就是透過分析跟用戶相關的龐大數據，得知用戶個人特徵，然後向他們推送個人化的廣告。要做到這一點，就需要用戶多在網站上跟別人談論自己的生活 and 興趣<sup>④</sup>。從這個角度看，社交媒體挪用“sharing”，除了因為它在特

定歷史和文化場景中具備的那些意義之外，背後更基本的還有政治經濟的因素。

### 三 「分享」的政治經濟批判和文化批判

約翰當然不會完全忽略「分享」背後的經濟利益問題，在第三章的結尾部分，他就指出了當社交媒體談論「分享」時所建構的兩個神話：第一是「我們分享愈多，世界就會變得愈美好」；第二是社交媒體也會以“sharing”來表述自己跟廣告商的關係，亦即社交媒體在用戶許可時會跟廣告商「分享」用戶資訊。這裏，「分享」代替和美化了買賣行為，而這也是人們對共享經濟的其中一種批評。在批判傳播研究中，意識形態可被定義為「為權力服務的意義」(meanings in service of power)<sup>⑤</sup>。我們可以說，「分享」也是一種為大型社交媒體的利潤服務的意識形態。

這裏要先指出，《分享的時代》一書並不太清晰和一致地套用政治經濟學的視角。在第二章的歷史分析和第三章對互聯網發展的討論中，政治經濟觀點甚至可以說是缺席的。例如第二章只是描述性地分析了“sharing”一字在十九和二十世紀之間的意義演變，並沒有討論為甚麼某些意義轉變會在特定的歷史節點中出現，以及那些轉變背後的社會、政治、經濟或文化力量是甚麼。第三章的分析雖然道出了社交媒體挪用“sharing”一字的三個原因，但如上所說，三個原因加起

來其實也不一定能夠提供一個完整的解釋。相比之下，談論共享經濟的第四章和談論檔案分享的第六章，則因為分析的重點較直接涉及經濟行為，所以對“sharing”的政治經濟背景有較多的關注。

不過，如果我們對該書的不同章節作出一點整理，仍然可見約翰對“sharing”作為一種意識形態的批判，但作者並非單從政治經濟學角度指出“sharing”如何服務商業利益。這固然是整個「分享的時代」的一部分，但作者同時強調，“sharing”也有被挪用來對抗商業利益，第三章談論的黑客文化和第六章談論的檔案分享都是例子。檔案分享涉及的是90年代末期和新世紀初盛極一時的通過對等網絡(P2P network)進行的內容傳送，其中最著名的是提供音樂服務的Napster和讓電腦使用者相互上載、下載檔案的BT軟件。當這些服務提供者和軟件設計者把通過對等網絡傳送檔案的行為稱為「檔案分享」時，在主導市場的商業媒體機構眼中，那些行為卻是“piracy”，即盜版和侵權行為。

除此以外，對約翰來說更重要的一點是，當今社會上那些批判商業機構如何挪用“sharing”一字的人，他們對該字的理解和想像其實跟商業機構是一樣的：商業機構挪用“sharing”，是因為該字指向一種正面的、平等的、不自私的，甚至是親密的關係，而批評者也正是因為先把“sharing”理解成正面的、平等的、不自私的，才會指出商業機構所指的“sharing”其實不是「分享」，共享經濟並不包含「真正的共享」。

回到書中第二章的歷史分析，約翰指出，在十九世紀，“sharing”曾被用來形容地主和佃農之間的經濟關係：佃農租借農地，負責耕種，然後與地主“share”農作物。用今天的眼光看，佃農不是真的與地主「分享」所得，那只是必須要付交的租金而已。放在整本書最終的觀點中，這個關於十九世紀的小事例說明，今天人們理想意義中純粹的或真正的分享，其實並不存在於過往的世界之中，資本主義並沒有破壞一個原本存在的理想世界。這不是為商業利益說項，約翰要強調的是兩個世紀以來一連串的社會和文化轉變，產生了人們對“sharing”的正面理解，也同時產生了商業機構的商業運作及其對“sharing”的挪用，於是又產生了人們對純粹的分享正在消失的恐懼，以及人們對商業機構挪用“sharing”的批判。批判者及其批判對象，都接納了一種對自我以及對自我與他者的關係的理解，而這種理解是很「現代」的。

在筆者看來，約翰要批判的對象並不只是政治經濟利益，同時也包括(過份)強調「分享」的文化。在全書的結論部分，作者開宗明義地說，最值得關注的問題是，“sharing”一字在今天的社會中包含了公共領域的擴張以及私人領域的萎縮，而這發展是由以營利為目標的數碼媒體機構主導的。亦即是說，由於社會對“sharing”的正面想像和理解，人們愈來愈重視分享。良好和深厚的人際關係被視為需要建基於人們對自我的認識、對別人的自我的認識，以及把這些認

書中地主和佃農之間的事例說明，今天人們理想意義中純粹的或真正的分享，其實並不存在於過往的世界之中，資本主義並沒有破壞一個原本存在的理想世界。

由於社會對“sharing”的正面想像和理解，人們愈來愈重視分享。良好和深厚的人際關係被視為需要建基於人們對自我的認識、對別人的自我的認識。於是，「自我」比以往變得沒有那麼私密化。

識互相傳送的溝通。於是，「自我」比以往變得沒有那麼私密化。商業機構的運作和論述正在強化這種趨勢，而純粹批評商業機構沒有做到真正的分享，其實也是在助長這種趨勢。

那麼，公共領域的擴張和私人領域的萎縮帶來甚麼問題？可惜的是，作者在結論也沒有釐清這個問題。也許要認真分析討論這個問題，已經超出了《分享的時代》一書的範圍，筆者也不可能在這裏全面作出探討，只是想指出書中最後的思想重心，令筆者想起傳播學者彼德斯 (John D. Peters) 在其名著《交流的無奈：傳播思想史》(*Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication*) 裏對「對話」和「廣播」的分析。在該書引人入勝的第二章，作者借用蘇格拉底和耶穌來討論兩種有關傳播和溝通的不同的理想形象。蘇格拉底代表的是「對話」，代表雙向溝通如何能讓人認識自己、認識他人，以至體認真理；喜歡用比喻發言的耶穌，則代表著「廣播」背後的想像，那是單向的、不問回應的，甚至不計較對方是否能夠聽得懂自己說的話。彼德斯一反90年代傳播學界對「對話」的重視，強調對話所指向的「靈魂的融合」(merging of the soul) 並不是一個很切合實際的理想，在絕大部分情況下都不能達成，而且對話不一定平等，權力不對等的人之間的對話，通常都是在鞏固已有的權力關係而已。相反，單向的傳播就是人們溝通的實況，接受「他者」那不能被抹殺掉的「他者性」，不強求互相了解，既可以防止壓迫的出

現，同時也為平等的雙向溝通提供了基礎，真正的互相了解可以在偶然的情況下出現<sup>⑥</sup>。

彼德斯對過份強調「對話」的批評，頗符合約翰在書中對現代意義下的「分享」的保留態度。這不是說分享是件壞事，而是理想中的分享，在現實中並不常見。強調了解 and 分享自我，反而會壓縮「自我」的空間，為人與人之間的溝通帶來更大的壓力。私隱權的經典定義是“the right to be let alone”，即不受干擾的權利。人們需要的並不是事事分享，而是在需要時可以說一句“leave me alone”。

#### 四 轉換語境：分享、共享、「些牙」

如前所述，《分享的時代》一書主要是從語言的使用和意義入手，理解當下的互聯網以至整體社會的文化。但若我們轉換語境，作者的 analysis 還適用嗎？要完整地回答這個問題，等於要像作者一樣把同一系列的研究問題置於另一語境中重做一次分析。這不是本文可做之事，但筆者最後想以香港為個案，談談少許個人觀察和想法。

首先，在閱讀《分享的時代》時，筆者想，若將語境轉換為香港，我們有較為確實的證據來說明「分享」和「共享」真的愈來愈多被提及嗎？就此，筆者使用慧科搜尋器，搜索從2001到2016年間六份香港報章有多經常運用「分享」或「共享」一詞，並且跟互聯網連在一起使用<sup>⑦</sup>。精確點說，搜索的公式

是「分享」或「共享」其中一詞跟「互聯網」或「網絡」其中一詞，要在文章的同一段落裏出現<sup>②</sup>。結果發現，在2001年，搜尋出來的只有342篇文章，到了2005年，文章數量也是相若的352篇，但之後幾年文章數量就開始顯著上升，到2008年上升至612篇。其後上升的趨勢放緩，直到2013年文章數量超過了700篇。到2015及2016年，文章的數量分別為851及835篇。這些數字表面上非常符合《分享的時代》一書描述的狀況。「分享」或「共享」並不是一開始就跟互聯網緊密掛鉤。「分享」或「共享」一詞的出現率第一次上升是在2007和2008年，也正是社交媒體Facebook開始在香港流行起來的時候。該詞的出現率第二次上升則在2013至2015年，也就是共享經濟開始為人關注的時間。

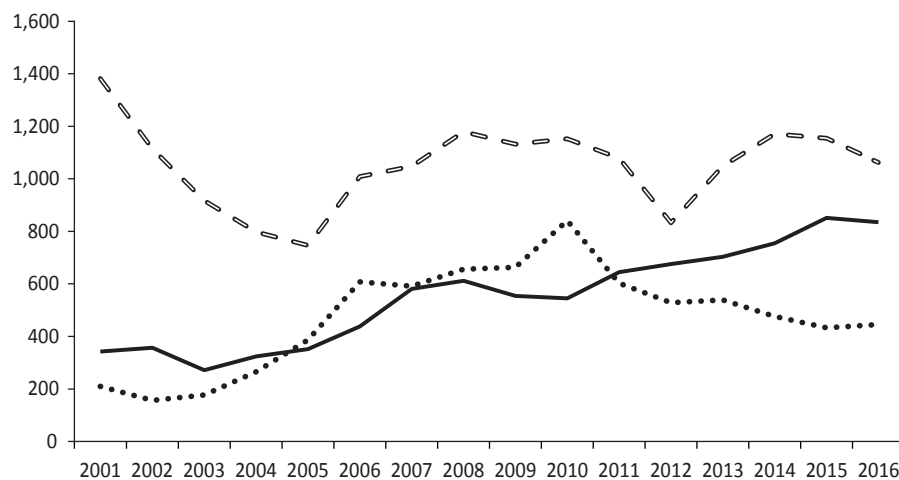
雖然這些數字看似合理，但從邏輯上說，上述的上升趨勢，也許只是因為談論互聯網或網絡的文章

本身不斷增加，並不一定代表「分享」或「共享」更多被使用。所以，作為對比，筆者嘗試對另外一些跟網絡密切相關的字詞進行搜索，包括看看有多少文章會在同一段落中使用「資訊」以及「互聯網」或「網絡」，同時又搜索有多少文章會在同一段落中使用「搜尋」或「搜索」以及「互聯網」或「網絡」。圖1展示了相關結果。

在圖1的三條線中，只有代表着「分享/共享」的實線，在過去十多年有整體上升的趨勢。代表「資訊」的粗點虛線，從2001到2005間呈現急速下降的趨勢，雖然後來有所回升，但就算到了2016年，文章數量並沒有回到世紀之初的高峰。這也對應着本文一開首時提到的，在90年代，「資訊超級公路」曾經是跟互聯網相關的重要隱喻，但這隱喻後來幾近完全消失，反映「資訊」一詞的重要性有所下降。當然，互聯網始終是一個傳播資訊的平台，圖1也顯示，「資訊」和互聯

《分享的時代》一書主要是從語言的使用和意義入手，理解當下的互聯網以至整體社會的文化。但若我們轉換語境，作者的 analysis 還適用嗎？

圖1 網絡關鍵詞在香港報章中出現的頻率變化



說明：(1)實線代表「分享/共享」和「互聯網/網絡」在文章的同一段落中出現；(2)粗點虛線代表「資訊」和「互聯網/網絡」在同一段落中出現；(3)幼點虛線代表「搜尋/搜索」和「互聯網/網絡」在同一段落中出現。



若我們進一步追問，這本書的分析會是持續有效，抑或它只代表了一段短時期內的現象？新媒體研究難以完全避免的一個困局是：當媒體變動太快時，要使研究歷久常新，絕不容易。

網連結在一起，始終比「分享」和互聯網連結在一起常見。

另外，代表「搜尋/搜索」的幼點虛線，則在2001至2010年間有非常顯著的上升，在2005至2010年幼點虛線是高於實線的。這很可能反映着那幾年間網絡搜尋器的長足發展以及高速的普及化，其引發的現象及網絡實踐，如「人肉搜索」等，也曾引發廣泛討論。不過，關於「搜尋/搜索」的討論並沒有繼續升溫。由2010至2016年，相關文章的數量一直下跌，已經回到2005年左右的水平。

圖1說明了「分享」成為當下互聯網的關鍵詞這個說法，的確不只適用於英美社會，似乎也適用於香港。不過，我們有沒有理由相信，「分享/共享」一定不會像「搜尋/搜索」一樣，在人們熱烈討論了幾年之後，隨着網絡媒體的急速變化而退潮，被另外一些字詞取代？似乎沒有很有力的理由主張這絕對不會發生。約翰在書中的結論部分也坦言，這本書在十年八載之前，當「分享」仍未明顯地成為關鍵詞時是寫不出來的（頁156）。但若我們進一步追問，十年八載之後，這本書的分析會是持續有效，抑或它只代表了一段短時期內的現象？那大概只能說是未知之數了。這不是要批評《分享的時代》一書，只是指出新媒體研究難以完全避免的一個困局：當媒體變動太快時，要使研究歷久常新，絕不容易。

除了語言使用方面的趨勢之外，另一個值得思考的問題是，中英文之間的差異如何形塑人們去理解和商榷「分享」的意義。前面已

指出，英文“sharing”在中文可譯為「分享」或「共享」，而這兩個字詞分別反映了跟“sharing”相關的「分配」和「共有」兩種稍為不同的意義。值得指出的是，在香港的網絡流行用語中，不少人會用廣東話讀音「些牙」來音譯“share”，一方面，這沿襲了香港廣東話文化中以諧音來代替英文字的傳統；另一方面，在當下的網絡世界中，「些牙」亦帶有潮流用語的意味。

由於「些牙」不是規範的中文，它較少在主流媒體中出現，但在慧科搜尋器中搜索，2016年，在以上分析所包括的六份報章中共有約四十篇文章用上了「些牙」一詞。以筆者的觀察，在主流媒體中，「些牙」一詞的使用也有其「邏輯」。例如一位時事評論員寫道：「有種很難服侍的生物叫網民，無論發帖的內容是否合邏輯，只要有人讚有人『些牙』有人和應，就有媒體廣泛報導，視為民意。」另一篇專欄文章，作家邁克談到主打反諷內容的網絡媒體「毛記電視」製作的音樂短片，說「如此歡樂的惡搞，還要由上期封面女郎葉蘊儀親身獻唱，當然不可自得其樂，應該慷慨同廣大讀者些牙的」。在這些段落中，「些牙」直接指涉社交媒體上出現的內容或轉發行為，這些作者既不需要用「分享」一詞來翻譯“share”，也不需要把社交媒體上的“share”改為「轉發」或其他詞語。如是者，「些牙」一詞既提醒讀者，在社交媒體上有一種被稱為“share”的行為，但同時它又間接地告訴讀者，這叫做“share”的行為跟「分享」是有分別的。

以上只是筆者對「些牙」的語用的一個初步詮釋。但這裏可以指出的是，約翰分析的是英文語境中，“sharing”作為一個單字如何承載一組具有特定形態的意義 (a configuration of meanings)，而在香港的中文/廣東話/流行文化語境中，人們則有另一組具特定形態的詞語 (a configuration of terms) 來表達同一組意義。這也代表着當人們要討論和商榷「分享」的理念和意義時，大家擁有的語言符號資源並不完全一樣。語言符號資源不一會否也影響到人們如何理解「分享」的意義和價值，以及「分享」與網絡科技之間的關係？這是一個有趣的研究問題。推而廣之，如果在不同語境中都有學者處理同樣的研究題目，我們將會對語言和網絡科技實踐之間的互動關係有更全面的和非西方中心的了解。

回到《分享的時代》本身，這本約一百六十頁的小書未必在傳播或科技研究的理論或概念上有重大突破，但對其所要處理的問題，作者的確作出了不少有見地的分析。它算是一本輕鬆而有趣的讀物，沒有太多專業學術用語，因此也適合大眾閱讀。通過此書，讀者可以更多了解人們如何言說科技和人們如何使用科技之間的關係，同時也可以藉此機會反思自身的網絡使用和「分享」行為。

### 註釋

① John Hartley, “The Probability Archive: From Essence to Uncertainty in the Mediation of Knowledge”, in *Frontiers*

in *New Media Research*, ed. Francis L. F. Lee et al. (London: Routledge, 2013), 73-92.

② John D. Peters, *The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2016), 107.

③ *Being Digital* 一書在中國大陸的中文譯本為《數字化生存》，台灣的中文譯本則為《數位革命》。

④ 不少Facebook功能很大程度上就是為鼓勵用戶多談個人生活而發展出來的。舉例說，近年Facebook愈來愈多被市民用作發布新聞資訊和討論時事，但Facebook較難從人們如何談論社會事務連繫到他們的消費行為。在這背景下，Facebook推出了「動態回顧」功能，自動提醒用戶他們在Facebook上的「當年今日」發布過甚麼內容。在一定程度上，其作用就在於促進用戶討論較為個人的和日常生活的東西。

⑤ John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1991).

⑥ John D. Peters, *Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1999).

⑦ 六份香港報章分別為《明報》、《信報》、《經濟日報》、《星島日報》、《蘋果日報》和《東方日報》。

⑧ 通過這個搜尋公式找出來的文章，不一定在很具體的意義中把分享行為和互聯網掛鉤，但總文章數量以及文章數量在這時段中的起伏應具指標性。

《分享的時代》是一本輕鬆而有趣的讀物，通過此書，讀者可以更多了解人們如何言說科技和人們如何使用科技之間的關係，同時也可以藉此機會反思自身的網絡使用和「分享」行為。