

MSN Messenger 的媒介訊息： 從符擔性看MSN人際關係展演¹

曹家榮

政治大學社會學研究所博士班

95254502@nccu.edu.tw

摘 要

MSN Messenger 這一即時通訊軟體，今天在台灣有著廣大的使用族群。它與過去其他以網際網路為基礎的即時互動媒介，有著許多相似性，但也有著差異性。基本上，我們可以看到它們都提供了某種程度“無遠弗屆”的可能性，然而，相較於過去討論虛擬社群的匿名特徵所帶來的開放性，在本文看來，MSN 所媒介的較屬於一種封閉的社群，也就是由以現實生活為基礎、不具匿名特性的人際關係所組成。這樣的媒介技術具有什麼樣的社會意義？或是借用 McLuhan(1964)的譬喻，MSN 的媒介訊息是什麼？我們又應該從什麼樣的觀點來認識這一訊息？本文試圖以符擔性理論討論之。從 Gibson(1979)符擔性理論出發，本文認為我們應當將關注的焦點轉向人與媒介技術之相互遭遇。走出過去將媒介技術視為是促成或阻礙社會行為之工具的觀點，本文嚐試建立起以符擔性為基礎的理論架構，用以思考人與媒介技術間的關係。這一轉向認為人與媒介技術之間，存在的是共構、協作的關係，我們的生存體驗正是與各種媒介技術交織在一起。而 MSN 多樣的符擔性也就正彰顯出現代人的生活經驗，一種有距離的親密關係。

關鍵詞：MSN Messenger、電腦中介傳播、符擔性理論、有距離的親密性

[收稿]2007/07/31; [接受刊登] 2007/12/25

1 本文之初稿曾發表於 2007 年台灣資訊社會研究學會年會暨論文研討會。會中評論人黃厚銘教授給予了相當寶貴的意見。會間，曾淑芬教授與李孟壕先生也都在一些概念運用上給予筆者許多肯切的建議。在此，筆者一併感謝之。此外，也感謝匿名評審之專業意見。本文參照以上建議修改而成，不足之處仍是筆者之責。

The Medium Message of MSN Messenger: Affordance Theory and the Performances of MSN Relationship

Chia-Rong Tsao
Department of Sociology
National Cheng-chi University

Abstract

MSN Messenger is the most popular instant messaging (IM) service in Taiwan today. There are several common features as well as differences in MSN and other real-time interaction media based on internet. All these media, which are also called computer-mediated communication (CMC) media, facilitate the distant interaction. According to some past researches, we have learned about the concept of “virtual community” grounded on CMC. In this article, I want to indicate that the nature of “community” mediated by MSN has some different meanings. I try to discuss the interaction performances on MSN through Gibson’s affordance theory. To borrow McLuhan’s metaphor, I try to present the living experiences based upon the media messages of MSN.

**Keywords: MSN Messenger 、 Computer-mediated Communication 、
Affordance Theory 、 Intimacy at a Distance**