

數位 新分享時代

網路上的分享與交流
如何改善
我們的工作和生活方式？

暢銷書《Google會怎麼做？》作者

傑夫·賈維斯
Jeff Jarvis

許瑞宋一譯

社會日益公開透明，是無可避免的趨勢！

如何妥善運用「分享」的正面力量，
在個人隱私與公共性之間取得平衡？
如何透過「分享」打造更美好的世界？

Public Parts

How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live

財信出版

Public Parts

How Sharing in the Digital Age Improves
the Way We Work and Live



網路上的分享與交流
如何改善我們的工作和生活方式？

暢銷書《Google會怎麼做？》作者

傑夫 賈維斯
Jeff Jarvis

許瑞宋一譯

數位新分享時代——網路上的分享與交流如何改善我們的工作和生活方式？ / 傑夫·賈維斯 (Jeff Jarvis) 著；許瑞宋譯。

-- 初版. -- 臺北市：財信，2012.12

面：公分. -- (財經趨勢：54)

譯自：Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live

ISBN 978-986-6165-69-6 (平裝)

1. 社會互動 2. 網路社群 3. 網路隱私權

541.4

101021081

**PUBLIC PARTS: HOW SHARING IN THE DIGITAL AGE IMPROVES THE WAY
WE WORK AND LIVE**

Copyright © 2011 by Jeff Jarvis

This edition arranged with SIMON & SCHUSTER, INC.

through Big Apple Agency, Inc., Labuan, Malaysia.

Traditional Chinese edition copyright © 2012 by Wealth Press

All rights reserved.

FE054

數位新分享時代—— 網路上的分享與交流如何改善我們的工作和生活方式？

作者·傑夫·賈維斯 Jeff Jarvis | 譯者·許瑞宋 | 總編輯·楊森 | 副總編輯·許秀惠
主編·陳盈華 | 視覺設計·陳文德 | 行銷企劃·呂鈺清 | 發行部·黃坤玉·賴曉芳
出版者·財信出版有限公司 10444 台北市中山區南京東路一段 52 號 11 樓 | 訂購專線·886-2-2511-
1107 / 訂購傳真·886-2-2511-0185 | 郵撥·50052757 財信出版有限公司 | 部落格·[http://wealthpress.
pixnet.net/blog](http://wealthpress.pixnet.net/blog) | FACEBOOK·<http://www.facebook.com/wealthpress> | 印製·中原造像股份有限公司 | 總
經銷·聯合發行股份有限公司 23145 新北市新店區寶橋路 235 巷 6 弄 6 號 2 樓 / 電話 886-2-2917-8022
初版一刷，2012 年 12 月 | 定價·320 元 | 有著作權，侵犯必究 | 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換。

CONTENTS



引言	005	公共性時代
01	025	公共性先知：馬克·祖克柏
02	039	公共選擇
03	063	公共性的好處
04	091	公與私的沿革
05	113	印刷、出版與媒體
06	133	什麼是隱私？

07	163	我們有多公開？
08	181	公開的你
09	197	分享產業
10	231	徹底公開的公司
11	271	公眾所創造
12	291	新世界
	308	參考書目

Public Parts

How Sharing in the Digital Age Improves
the Way We Work and Live



網路上的分享與交流
如何改善我們的工作和生活方式？

暢銷書《Google會怎麼做？》作者

傑夫 賈維斯
Jeff Jarvis

許瑞宋一譯

CONTENTS



引言	005	公共性時代
01	025	公共性先知：馬克·祖克柏
02	039	公共選擇
03	063	公共性的好處
04	091	公與私的沿革
05	113	印刷、出版與媒體
06	133	什麼是隱私？

07 163 我們有多公開？

08 181 公開的你

09 197 分享產業

10 231 徹底公開的公司

11 271 公眾所創造

12 291 新世界

308 參考書目



「臉書（Facebook）是我高中時期最喜歡的一部分，」我兒子傑克對我說。我不覺得自己有所謂「高中時期最喜歡的一部分」。傑克2010年高中畢業，他那一班，是臉書2005年擴展至大學以外世界後，率先使用臉書的中學生。臉書令他們的學校生活變得晝夜不停。在我那年代，晝夜不停的學校生活，不啻是無間地獄。我的青少年時期，滿是不堪回首的事：荷爾蒙引發的戲劇性事件、大量的冷嘲熱諷，以及種種社交上的尷尬——托一些好朋友和幾位好老師之福，我的日子才好過些。傑克的情況大不相同：拜臉書所賜，他可以跟更多朋友建立和維繫關係，更常互動。對2010年畢業的這一班「臉書同學」來說，學校生活是一種愉快的社群體驗。對我來說，這是一個奇蹟。

臉書創始人馬克·祖克柏（Mark Zuckerberg）是傑克的模範，甚至是他心目中的英雄。傑克目前在大學裡唸電腦科學，並學習如何當一名企業家。高中時期，傑克利用自己的技術，設計臉書應用程

1. 「Publicness」（公共性，公開性）此詞，多數英文字典是不收的。我不管。我們每天都在創造新詞，重塑定義。「Publicity」一度是合用的同義詞，但如今已變成公共關係之意（「公共關係」一詞，本身充滿行銷的含義）。因此，容我定義「Publicness」一詞：1. 分享信息、思想或行動的行為或條件；2. 令人聚集在一起，或圍繞著人、觀念、動機或需求集結起來；3. 開放一個過程，令它變成一個協作型的過程；4. 公開（openness）之倫理。

式，並以其中一項應用程式創辦了一家公司，後來轉手賣掉。祖克柏從大學輟學，結合他的電腦技能與企業家精神，創辦了臉書——決定下一時代走向的兩大公司之一。我在上一本著作《Google會怎麼做？》（*What Would Google Do?*）中，闡述兩大公司之一的Google。Google以搜尋為基礎，建立起一個產業；臉書則以分享為基礎，建立起一個新產業。臉書利用我們對於與人保持聯繫的強烈渴望，幫助我們交流互動，並從中獲利。臉書也促使我們思考以下問題：在個體與社會層面，什麼東西應該公開？什麼東西不應公開？為什麼？本書並非我上一本書的續集，它不是《臉書會怎麼做？》。它探討的，是我們新興的公共性時代。在本書中，我將檢視我們面臨的巨大轉變，探討我們因此面對的疑惑、恐懼，以及機會。我將集中講機會。

我青少年時期的社交不良問題，到了中年可說是得到了補償，這主要得感謝傑克。他管理我的部落格，是我了解社群年代的「秘密武器」。他引導我認識臉書社會的規範和價值觀，帶我開始使用推特（Twitter）。推特一方面令我的寫書工作變得更困難（網友的對話源源不絕，時常令我分心），一方面也為我提供方便：我能隨時調查網友的看法，並與編輯互動。例如，此刻我就對著自己的筆記型電腦，嘗試記下在網路上與人公開交流的好處。我很自然地上推特問網友：網上公開交流帶給你們什麼寶貴的新關係？網友的答覆很快湧現。@john_blanton說，他藉由網路聊天，認識了他太太。女同性戀喜劇演員和演講人@heathr說：「出櫃令我人格完整，恐懼減少，活力增加。」老朋友@terryheaton說：「這幫助我在約會時避開許多失敗者。」@flmparatta找到了工作，@ginatrapani開創

了一番事業。@everywheretrip說，他「透過推特、臉書和部落格，讓人們知道我的行蹤，認識了世界各地的人。」@akstanwyck說，她「上次到紐約市時，特地跟三名在推特上結交的朋友見面。」@alexis_rueal回了多條訊息，說她「透過網路找到了高中時期大部分朋友，大學時的一些朋友……並發現，自己十五年前不喜歡的人，如今可以成為好朋友。現在我很珍惜他們。」《Google化的危機》（*The Googlization of Everything*）作者@sivavaid——時常在研討會和網路上跟我友好地針鋒相對——在回答我有關建立寶貴關係的問題時表示：「像你和我，對嗎？」

因為在網路上公開與人交流，我認識了新朋友，並重新聯繫上一些老朋友。我接到工作賺到錢——包括本書和上一本書。我測試並傳播了一些觀點，因此得到稱讚（和指責）。我對@dustbury的說法有共鳴，他在推特上這麼回答我的問題：「在網路上公開與人交流，最棒的是我不能再胡說八道，太多人可以拆穿我了。這令我的生活變得比較輕鬆。」@jmheggen也說：「在網路上公開與人交流令我恪守誠實原則。我一直誠實待人，因為公開說謊很容易被拆穿。」這段話值得從政者和企業深思。@clindhartsen說，他藉由使用推特，公開坦承自己的飲食方式和體重，「加上自己的決心，成功減重65磅。」我也不差——我曾在網路上敘述我那話兒如何機能失常（我知道你很想了解詳情，容我稍後再談），獲得其他前列腺癌病患提供許多寶貴意見。網上公開交流幫我獲得資訊，做出決定。我發現，我們與人分享越多，越能因為別人的分享而獲益。我是一個公開的人。我的生活就在這本公開的書中。

隱私倡導者說，我應該小心點，不應該公開這麼多東西。每當新的網路服務鼓勵我們公開更多個人資料時，這些隱私倡導者就會密集出現在媒體上。他們說，我們應害怕那些以免費內容和服務、更美好的社交生活、個性化，以及更高的資訊相關性，誘使我們公開個人資料的公司與技術。他們擔心政府對我們不利——這是正確的，因為政府有辦法大量收集民眾的資料，也有能力運用這些資料對付民眾。隱私倡導者擔心，年輕人公開太多個人資料了。他們警告，不好的事情可能因此發生。但是，不好的事情總是可能發生的。

用Google搜尋一下「隱私倡導者」相關新聞，你會發現，媒體引述隱私倡導者意見的報導幾乎無日無之；他們在報導中往往是匿名的，就像一群常懷千歲憂的人。你很容易找到以下說法：「隱私倡導者怒吼」，「隱私倡導者強烈抗議」，「隱私倡導者今早無疑磨刀霍霍」，「臉書激怒隱私倡導者」，「網路零售法令隱私倡導者耿耿於懷」，「隱私倡導者、公民自由主義者及部分社會科學家持懷疑態度」，「隱私倡導者將密切關注情況」，「消費者和隱私倡導者總是關心別人可能用什麼方法追蹤自己的網路行蹤」。我們的隱私倡導者怒吼、強烈抗議、磨刀霍霍、被激怒、耿耿於懷、持懷疑態度、關注情況、時刻警惕，擔心不已。

在著作《了解隱私》（*Understanding Privacy*）中，丹尼爾·沙勒夫（Daniel J. Solove）彙編了我們的一種著名恐懼：害怕失去隱私。沙勒夫引述《赤裸的社會》（*The Naked Society*）作者萬斯·派卡德（Vance Packard）1964年的說法（他擔心隱私正在「消失」），以及心理學家布魯諾·貝特罕（Bruno Bettelheim）1968年的說法

（「隱私不斷受侵犯」）。他在書中說：

無數評論者宣稱，人們的隱私「受侵犯」、「遭攻擊」；隱私「岌岌可危」、「陷於困境」或「十分危險」；隱私正「遭蠶食」、「消失」、「死亡」、「收縮」、「流失」、「減少」或「消逝」；隱私已「喪失」或「淪喪」。大量著作與文章警告我們，隱私面臨「毀滅」、「死亡」或「終結」。如黛博拉·尼爾森（Deborah Nelson）教授所言：「隱私看來不是就那麼簡單地死了，而是正一遍又一遍地死去。」²

但真的是這樣嗎？我們如此熱烈討論隱私問題，結果大家的隱私大有可能獲得空前的保護——甚至是過度的保護。儘管如此，我完全肯定我們應該擁有隱私權，而且隱私權應該獲得保護，人人應當維持對個人資料、創造物及身份的適當控管。我將支持自詡的隱私倡導者大軍替我們爭取這些權利——但是，我也將盡力越過圍繞著隱私問題的激動辭令、基於揣測的恐懼，以及含糊的言語，檢視我們談論隱私時，到底在說些什麼。什麼是必須保護的隱私？原因何在？隱私遭侵犯，會造成什麼傷害？我們的隱私恐懼根源何在？我們如何將各人對隱私的不同期望聯繫起來？例如，為什麼有些德國人反對Google街景（Street View）拍攝他們的房子，有些美國人卻

2. Solove, *Understanding Privacy*, p. 5. 本書的註釋也可以在以下網頁找到：www.buzzmachine.com/publicparts。網路版註釋有可點擊的連結，包括本書提到的大部分網站。我可能不時增加和更新連結。我無法保證這些連結永遠有效。網路上不幸有很多無效的連結。我也歡迎讀者到上述網頁，或本書的臉書網頁（on.fb.me/publicparts），一起討論書中的觀點。你也可以在我的部落格（BuzzMachine.com）或推特頁面（twitter.com/jeffjarvis）找到我。註釋中提到的著作，完整資料請參考本書的參考書目。

特地爭取在Google攝影車前表演，好讓所有人看見自己上鏡？

隱私與公共性並不互相排斥；事實上，兩者彼此依賴。「公共／公開與私人是相對的概念，一如熱與冷，或光與暗。兩者互相界定，」加拿大廣播公司（CBC）電台節目「理念」（Ideas）主持人保羅·甘迺迪（Paul Kennedy）說。³又或者如麥可·華納（Michael Warner）在《公共與反公共》（*Publics and Counterpublics*）中寫道：「多數事物在某意義上是私人的，在另一意義上則是公開／公共的。」⁴例如，出版書籍，就是公開表達私人的觀點。我們將自己的私人身份帶進公開的行為中——我們私下決定自己在某個議題上的立場，然後藉由公開表達立場，聯繫同道，分享觀點，組織行動。在此同時，我們的公共生活——聽其他人的想法、論點，和證據——則為我們的私人決定提供參考資料。公共性依賴隱私。

私人或公共，是我們的選擇：我們決定是否公開某些資料，分享某些東西，參加某些活動。兩種選擇皆有利也有弊。我們不斷在兩者間尋求一種平衡——只是在今天，科技發展帶來了新的選擇、風險，與機會。我們盡可能希望自己做出這些選擇，而不是任由其他人——企業、政府，或好管閒事的人——替我們作主。面對這些決定時，我希望大家並非只想到隱私受侵犯的風險，還能想到公共性的好處。我們不應該只關心如何保護隱私。一如隱私，公共性也應

3. *The Origins of the Modern Public*, CBC, cbc.ca/ideas/episodes/features/2010/04/26/the-origins-of-the-modern-public/

4. Warner, *Publics and Counterpublics*, p. 30.

該有它的倡導者。

在書中，我將指出，如果我們太執著於保護隱私，我們將失去在這個互連的時代建立關係的機會。連結是一個偉大的發明：它不僅方便我們連上網頁，還能幫助我們聯繫其他人、資訊、行動與交易。連結幫助我們組織新社群，重新定義公共空間。如果因為出於對未知事物的恐懼，我們切斷自己與外界的連結，我們在個體、公司及機構層面上均將蒙受損失。我們對外開放自己，可以獲得學習、建立關係與合作的新機會。從旅遊評論網站TripAdvisor到維基百科，從Google的搜尋服務到臉書，各種網路工具為我們提供群眾（也就是我們自己）的知識與智慧。我們聚在一起，就能建立新的公共群體——我們的公共領域。我們應當記住，公共的東西可為公眾所用，這是開放和自由的社會不可或缺的。

政府顯然是公共領域的化身，它理應是公共意志的代理人。但我們不應假定政府等同公眾。政府若自認如此，它是假定自己比我們更懂得安排我們的生活。現在我們有一些可制衡政府權力的公共工具。維基解密（WikiLeaks）正是這種工具：它將機密資料公諸於眾，令政府無法再不必要地神神秘秘，令官員無法再假定可以替自己的資料和行動保密。儘管效果各有不同，推特、臉書、YouTube及其他網路社群工具，幫助伊朗、突尼西亞、埃及等國家的民眾組織真正的公共群體，表達真正的民意。政府如今必須改變運作方式。沒錯，政府需要適度保密。但在戰爭、犯罪調查與保護個體之外，政府官員沒有理由向公眾隱瞞自己掌握的資料和所做的事。政府和選民大有理由公開合作，一起發現和解決問題——從修

補路上的坑洞，到幫助貧民，皆有官民合作的空間。SeeClickFix便是一項簡單的網路工具，任何人皆可上該網站報告社區問題，例如公園裡有長椅損壞了。使用者可藉由這網站，召集大量在地居民，要求當局解決他們提出的問題。封閉、防禦心重的地方官員，會視這工具為一種威脅，視它為民眾聯合起來，對抗政府的工具。但明智、開明的官員（確實有這樣的官員）則正利用SeeClickFix，更有效地配置他們手頭永遠不充裕的資源。華盛頓特區和舊金山已將SeeClickFix整合進他們的311項資訊服務中，市民的問題報告將自動轉呈市政當局。⁵自我中心的居民，會把SeeClickFix當作揭發官員怠惰的工具；樂於助人的居民，則藉由SeeClickFix尋找他們可自行解決的問題——例如不必政府介入或動用公帑，自行修好公園裡那損壞的長椅。民眾在政府之外結成社群，集體行動，甚至跨越國境（就像中東的自由戰士那樣，互相啟發激勵，而且一切公開在世人眼前）的情況將愈來愈普遍。無論在哪裡，領導階層將愈來愈承受不了黑箱作業的代價，甚至連專制社會也不例外。

企業其實也是公共機構。無論是否公開發行股票，企業仰賴與多種利害關係人的公開關係：顧客、員工、供應商、合作夥伴、競爭對手，以及在地社區。一如我們要求政府公開透明，我們也期望企業的運作，比以往更公開透明。迄今為止，透明度在企業界只是一個時髦術語，體現在措辭經刻意修飾的新聞稿上（有人犯錯時，則是道歉聲明）。這是公關作業，與公共性無關。真正的「公共」企業

5. "SeeClickFix Integrates Data with San Francisco and Washington DC's New Open311 Systems," Future Cities Forum, futurecitiesforum.com/content/seeclickfix-integrates-data-san-francisco-and-washington-dcs-newopen311-systems