

第五章 影音科技的燒錄實踐

VCD、DVD 等數位影音產品延續錄影帶銷售，成為出租以外新的消費市場，影音產品的收藏風氣逐漸興盛。然而，在影音商品消費市場激增的背後，還存在一種未被提及、零星的社會實踐。在影音內容數位化與電腦普及的環境之下，原本處於觀賞立場的閱聽人得以利用燒錄挪用於數位複製用以保存或流通，主動創造屬於自身的意義，成為一社會行動者。透過燒錄原版光碟出現影片燒錄片，加上網路影音檔案的下載，成為另一種影片來源，同時也造成多種版本的複製品。然而，在燒錄下載的實踐背後，已對既有的影音產品市場造成潛在的挑戰與威脅。

第一節 影音產品的消費與燒錄挪用

以下先從影音產品的原版消費開始談起，之後再談燒錄挪用於影音光碟的複製形成的社會性使用。

一、影音產品的消費—收藏與分享

現在 DVD 從原來的高科技奢侈品變成逐漸普及的影音消費品，不論在便利商店或賣場皆隨處可見。在華納家庭娛樂公司的眼中，現代人忙碌的工作生活使 DVD 變成消費品，「消費品的便利性與 24 小時隨侍在身的消費習慣的滿足，也是一種抽象、無形的時間管理」（吳婉芳, 2003）。當休閒時間都需要被管理規劃時，消費影音產品亦代表著時間的商品化。而收藏影音產品不但成為資產也成為能自行決定電視播放時間與內容的方式。

(一) 影片的收藏

當影片購買形成一種逐漸普及的消費文化時，亦出現了一批影片的收藏者，針對自己喜好的文類，進而擁有個人片庫，影片的收藏不但自己可反覆觀賞，也能夠成爲出借他人的資源。

在消費者研究的學者眼中，收藏是「消費者行爲的一種特殊形式」(Belk et al., 1991: 180)。關於收藏的基本要素，是屬於一種主動擁有的個人行爲、有持續進行的行爲、收藏品具有主題性、具獨有的價值觀(汪玉盆, 2000)，收藏者的狂熱重新賦予商品自己的意義，並投入其中。Baudrillard 認爲收藏具有強烈意義下的一個「殺時間的消遣」，它乾脆把時間取消了(Baudrillard, 1968; 林志明譯: 107)。

而影片確實成爲一種「殺時間」的收藏。影片收藏者都有在各處「挖寶尋片」的經驗，不論是在出租店、各賣場挑選實體商品或在網路上搜尋下載的影音檔案。有了影片更能夠反覆觀賞再次回味影片。收藏的影片重點不在流行的新與舊，所謂的經典影片更經得起時間與反覆觀賞的考驗，而是閱聽人在重複觀賞的當下，再次體驗媒介文本的意義與價值。

就影音光碟的消費差異，可將所有訪談者大致分爲四種類型的行動者，分別爲：「原版的影片典藏家」、「燒錄版的平民複製者」、「下載版的網路尋寶者」、「看完即刪的網路過客者」。嚴格來說，前三種行動者才算是影片收藏，最後一種無須實體的消費通常是不會將檔案保存太久的。當然這四種類型者在行爲上並非具有嚴格的界線，因爲各種消費的行爲可能混雜出現，比如：並非原版收藏者就沒有燒錄片，或是收藏燒錄片者就不會有原版影片。這些分類是以他們主要的行動與表現特徵來加以區分。這裡先談原版的影片典藏，其餘三種於後面燒錄與下載

的部分時再一一探討。

以原版的影片典藏家來說，購買原版收藏意味很重。其中受訪者 C、F 不具燒錄能力，而 M、V 儘管會燒錄影片，卻仍是以收藏正版片為主。他們共同的特徵是擁有大量的正版片，認為正版的珍藏價值較高。

表 5-1 影音光碟的消費類型——原版的影片典藏家

代號	性別 年紀	學歷 職業	影音產品使用行爲		電視觀賞
			觀賞與取得 (購買或燒錄方式)	收藏與分享	
2 C	男 39	專科 公司總務 部專員	<ul style="list-style-type: none"> ●買片收藏約 2-3 年，對盜版片品質反感 ●以前就常看 VHS，一直有看片習慣 	<ul style="list-style-type: none"> ●買片收藏 ●會與家人、朋友、同事分享，但因有出借未還的經驗，故較少提及 	<ul style="list-style-type: none"> ●家中不看第四台，反而是中午在公司看電視 ●家中電視為自己專用
10 F	女 31	大學 媒體購買 公司經理	<ul style="list-style-type: none"> ●不會燒片，皆為買片，多為 DVD，VCD 較少 ●假日觀賞收藏影片為主要娛樂，會與家人一起觀賞，常重複看 	<ul style="list-style-type: none"> ●常借給朋友或客戶 ●會與同事借日劇來看，卻不會買 	<ul style="list-style-type: none"> ●喜歡看電視，有特定類別(電影、影集) ●家裡有自己專用的電視
11 M	女 27	研究所 公司公關 部門	<ul style="list-style-type: none"> ●常買影片收藏，多為藝術電影與日劇 ●平常就會燒片，有人借他的日劇就會燒起來 	<ul style="list-style-type: none"> ●常跟同好交換日劇，會重複看日劇 ●認為與朋友的談話多半都在日劇的話題上 	<ul style="list-style-type: none"> ●偶爾看電視，因看日劇，需要與家人協商看電視時間
16 V	男 21	大學 文學院學 生	<ul style="list-style-type: none"> ●燒錄歷史約 4 年 ●常燒卡通，電影會下載但不一定會燒，反而會用買的 	<ul style="list-style-type: none"> ●喜歡看電影，會買影片收藏 ●偶爾會與同學借影片來對燒，會幫班上比較熟的女同學燒歌或電影 ●因為班上女生比較多，所以不太能跟同學交換什麼片子 	<ul style="list-style-type: none"> ●每天看 3-4 小時電視，看新聞、綜藝節目、電影台、日本節目體育

重複觀賞是多數原版收藏者購買的主要因素。收藏許多美國影集與電影的 F，起初是由於影集很少有重播的機會，就算重播也沒辦法每天守著電視收看，所以她從影集開始購買 DVD 收藏，進而再延伸到電影影片。在假日將重看這些長期以來收藏的影片，對她和爸爸來說是很平常的事。將影片視為典藏者，「正版」通常是影片收藏者的一種公認價值，既然要收藏就要收藏正版的。尤其 DVD 號稱畫、音質的精美以及特別收錄，DVD 成爲影片收藏者的優先選擇。F 便因爲日劇是盜版而認定失去收藏的意義。

F：我不會燒錄...所以我才買這麼多...(尷尬笑笑地說)怎麼說...如果我會錄的話，就千方百計找別人的就好了...哈哈...我不知道我這樣的心態是不是跟一般人一樣，比方說像日劇我就會去...一定是跟我同事借來燒，我就是真的就去燒了。但是像歐美的片子啊，可能是因為它的視覺效果什麼的，我就不會想去買盜版。像畫質啊什麼的差蠻多的。我一看再看，我覺得我沒有必要花那個盜版的錢。

長期之下的收藏，每個收藏者都會有自己的一套準則決定收藏與否，以影片的知名度、劇情內容、特效、道具等評價，成爲區辯電影好壞的準則，幾乎成爲一個影評專家。在公司從事總務工作的 C，自有他的一套看法：

C：...其實我在看片子的時候，我會注意的是場景道具會不會用心在弄，然後演員的演技，然後劇情的張力夠不夠，再來就是服裝有沒有考究，其實看很多東西，像誰...《英雄》¹那部片子，它的劇情編排有點怪怪的，以劇情來說的話我不會很欣賞，但我欣賞它的佈景，它的佈景、氣勢作的不錯，然後

¹ 2003 年 1 月 17 日上映，演員有：梁朝偉、張曼玉甄子丹等。導演張藝謀以特有的劇本結構詮釋「刺秦」這個耳熟能詳的故事。本片尤其在音樂、攝影、美術、動作及特技的配合，如：攝影指導杜可風、動作執導程小東、美術指導和田惠美，及奧斯卡配樂得主譚盾等人合作。片中展現東方武術的勁道美感，以濃重奔放的色調刻劃英雄壯志。

它裡面的演技是看個人啦...有些好有些不好，然後它的道具做的不錯，服裝很考究，武器配備，人物在化妝的時候...像裡面人物在綁頭髮的方式就跟兵馬俑一樣。所以有東西是看細節，比較差一點的影片就不會注意到這個東西。像最近這一陣子的《魔戒》一二三，它的道具都做的非常考究，然後《末代武士》²的道具也非常考究。

由於工作的關係，C 擅長於機械設備，長期以來對兵器相當注意，這也反映到他所偏好的電影內容上。顯然閱聽人可以從電影、影集等流行文化產物中，找到有興趣、可以反覆把玩的部分。在電影來說，上述種種劇情道具元素等有電影藝術作為背書，使流行文化轉變成為經典的通俗文化。而不論是影集或偶像迷們，這些熱衷的閱聽人更慣於採取影像收藏的方式，獲得重複觀賞的載具，將收藏賦予獨特的意義。

相較於上班族有購買能力，儘管學生 V 的零用錢有限，卻不想用燒錄片的方式收藏，喜歡看電影的他仍願意花錢購買，覺得買正版有精美外殼與封面介紹、特別收錄或贈送海報等附加價值。實際上這也是目前 DVD 銷售區隔盜版的賣點，尤其是目前電影常將演員訪談與拍片過程作為銷售 DVD 特別收錄的一環，不但在電影視場上映前可以成為電影宣傳，在家用錄影帶市場上還可以作為 DVD 的幕後花絮。

(二) 影片分享

² 2004 年 1 月 16 日上映。導演 Edward Zwick，演員為 Tom Cruise、Tony Goldwyn、真田廣之等。以日本幕府時代為背景，導演談到其電影工業是專門拍日本武士電影的工作人員，如化妝師、道具師、場內佈置師等，服裝設計安琪拉尼克森試著把明治時代的歷史呈現在服裝上，並找專家檢視服裝年代的正確性。

影片收藏者在觀賞影音文本後，也可能在人際間作資訊的分享。W 談到多次租片的選擇，是因為愛好藝術電影的主管給予不錯的評價與推薦。這種興趣相投或文類同好者之間的資訊分享一直存在。從事公關工作的 M，她有一群喜好日劇的同好，她提到他們談話內容常圍繞在日劇上打轉：

M：喔...只要我跟他講話，都會講日劇不會講到別的事情！我自己覺得蠻好笑的，我們對話的內容大概百分之八十是哪部日劇怎樣怎樣，然後大概百分之二十是最近生活狀況怎樣...還蠻妙的。

R：你們都討論什麼？

M：最近新出的什麼...然後那劇情啊、演員啊，主題曲啊，都會討論！

關於電視談話（television talk）與日常生活脈絡的文化消費中有跡可循，Hobson 在一個職業女性生活與電視節目關係的研究中，她發現虛構的敘事與其現實的敘事相互交織形成基礎，讓她們在工作場所中得以分享經驗與意見，並創造了她們自己的文化（Storey,2001；張君玫譯, 2002）。電視之所以引發談話與討論，在於人際交集裡具有共同觀賞的文本的共通性，可以利用討論電視敘事進而到個人生活上。同樣地，閱聽人在影音產品上的觀賞也像電視一樣，「媒體的內容就是對話的素材」（Bausinger, 1984：350），不論是談論流行的電影或電視劇，都是一種建立共同性的方式。M 與其同好透過討論日劇來確認彼此的共同性，甚至比談論具體、實際生活來得更為重要。

然而，並非多數人都會去租或買片來看，擁有影音產品者為了讓他人分享、建立人與人之間的共同性，借片分享隨之出現。就像在媒體購買公司上班的 F，她與客戶或朋友間便常出借或討論影片。不過，這些收藏者將原版的影片出借，常面臨忘記借給誰的窘境，常借同事片子的 C 提到，「很多我覺得很棒的片子...沒有做存根啊什麼的，忘了是誰借的...就都沒有回來！所以後來現

在我就...要借片子可以啊！發 mail 給我，做存檔！」後來以借片發 e-mail 的方式當成紀錄，就像個人的影音租出店一樣。

想要在小眾的觀賞影音產品上，達成一樣的經驗或共識，前提是需要具有同樣的興趣並獲取影音產品。畢竟原版未歸就成為收藏者的缺憾與損失，這種現象在燒錄影音產品之後有了轉變，燒錄複製品反而成為分享的最佳載具。這種原被家庭娛樂相關業者所定義的銷售商品，在閱聽人運用數位化科技複製與傳布時，已突破了商品購買—使用這種方式。

二、燒錄的社會性使用

(一) VCD 成為影片燒錄的媒介

從幾位有長期燒錄習慣者燒錄內容的變化，可見將資料備份燒錄的功能挪用於娛樂內容如音樂、影片複製上，此外，燒錄來源除了預錄的 CD 或 VCD 複製以外，網路下載的 MP3 或影音檔案，也成為新的獲取管道。最近甚至隨著 DVD 燒錄機的逐步降價，使用者有轉向 DVD 燒錄的趨勢。

早期欲燒錄影片須從錄影帶出租店借出原版 VCD，再燒至光碟片上，因為當時銷售 VCD 的市場不普及，也並非每一部電影都發行銷售版，所以燒錄 VCD 反而成為一種個人的影片收藏方式。因此，想燒錄光碟者在影片格式上多半選擇 VCD。對於慣於燒錄者來說，拿 VCD 影片燒錄是很普遍的作法，M 便稱，「有燒錄機開始，就開始會燒影片啦」；而受訪者 N 的敘述，可見許多電腦使用者剛使用燒錄機時，有一段陷入瘋狂燒錄的歷程，「那時後就是會去租 VCD，然後不好看的也一樣拿來對燒...所以那時後燒好多喔！」，影音產品數位化後，行動者在 VCD 上找到便於複製的裂縫，VCD 提供了 CD-R 備份的樣版，行動者這些將

需歸還的 VCD 利用電腦軟體、透過燒錄機及空白光碟片燒錄複製，成為生活娛樂的一種策略。

後來部分電影發行商³會在 VCD 片上加裝防盜措施以減低盜版的可能。若行動者遇到這種情況，多半採取放棄燒錄、不強求的態度。真正會去破解防盜燒錄者，多半是具有資訊相關背景或興趣者，尤其是欲燒錄正版 DVD 必需先破解防拷程式。長期鑽研燒錄的電腦工程師 P，則用他的專業經驗找出適當的軟體與硬體來「玩燒錄」。

原屬於資料備份使用的燒錄機，經過挪用後已轉變成生活裡數位娛樂的備份機，行動者藉由燒錄複製的方式來轉化數位影音產品的價值。後來出現網路下載影音檔案⁴的管道，行動者在下載檔案後多半也燒錄在 CD-R 上保存，多少延續了之前燒錄 VCD 的習慣。直到最近半年 DVD 燒錄機與光碟片的降價，部分電腦使用者開始改以 DVD 做為燒錄的載體，改進 CD-R 容量不足的缺點。

（二）燒錄反映的社會需要

因此，燒錄盛行之下便形成了影音光碟消費的第二種類型——「燒錄版的平民複製者」。在影音產品銷售市場之下，這種燒錄變成一種平民化的收藏方式，此外燒錄片更易於分享交流，反映出普遍的社會需要。

³如：得利影片，由於多半發行較熱門的好萊塢片，為了防止盜版，在一部電影兩片 VCD 裡會選擇其中一片做防盜措施，這種實體破壞讓播放機讀取無誤，但在燒錄機上卻會辨識為壞軌，達到預防燒錄的功用。

⁴以光碟複製檔案的差異而言，燒錄的方法主要可分為影片對拷與檔案燒錄兩種。影片對拷是先有一份完整的預錄光碟，再以空白光碟作燒錄行為，其預錄光碟可能是正版影片或經過對拷的燒錄片；而從網路下載獲取檔案燒錄的方式，較接近原來燒錄機使用的資料存放。由於線上檔案交換軟體不斷更新，網路出現許多影音檔案分享的論壇，成為另一影片來源，不需依賴片商發行預錄 VCD、DVD，在網路上即可尋找、選擇檔案燒錄至光碟上。

相對於正版有精美的包裝或收錄，這種複製版的收藏，不在意加送什麼贈品，只要影音光碟內容一樣，同樣具有收藏價值。這種類型者多半以 VCD 燒錄片收藏，由於 VCD 對拷的難度不高，故多半都具有大量的 VCD 收藏本，且常重複觀賞燒錄片，多數會與朋友分享交流（除了 1 只自用）。他們也會買正版片收藏，不過燒錄片是較經濟實惠的收藏方式，因此不論是租或借來的正版片，只要有可能重複看的，都會燒錄下來保存。相較於從網路上獲取影片來源者，他們比較重視畫面的品質，因此複製的來源都是原版片，不會想要燒錄網路上較新的影音檔案。

表 5-2 影音光碟的消費類型二—燒錄版的平民複製者

代號	性別 年紀	學 歷 職 業	影音產品使用行爲		電視觀賞
			觀賞與取得 (購買或燒錄方式)	收藏與分享	
3 S	男 30	研究所 出版公司 文字編輯	<ul style="list-style-type: none"> ●常租片來燒，認為是生活習慣 ●喜歡看電影，少買片 	<ul style="list-style-type: none"> ●常出借燒錄片，不在意片子未歸還，但自己買的收藏片概不出借 ●有與室友一起看片的習慣 	<ul style="list-style-type: none"> ●不看電視，電視用來看片
5 I	女 37	高職 出版公司 美術編輯	<ul style="list-style-type: none"> ●認為燒片是很個人、平常的事 ●用 Mac 軟體燒片，如遇防拷即放棄燒錄 ●以燒錄片收藏，不會買片 	<ul style="list-style-type: none"> ●租片就會燒，但較常重複看大陸劇 ●除了家人，燒錄片從不外借，假日會與女兒一起看片 	<ul style="list-style-type: none"> ●自稱為「電視兒童」，沒有固定看特定節目，隨便轉電視看
12 P	男 27	二專 電腦公司 研發工程師	<ul style="list-style-type: none"> ●燒片約 3 年多，以前常燒 VCD 片，現在會燒 DVD，是種興趣 ●偶爾買片收藏 	<ul style="list-style-type: none"> ●常與朋友出借、交流影片 ●與同事一起在網路上租片來燒錄收藏 ●以前 VCD 燒錄片沒有做目錄，後來燒 DVD 以電腦做目錄檔 	<ul style="list-style-type: none"> ●喜歡看電視，常用 DVD 錄放影機錄電視節目

13 U	女 28	大學 資訊科技 公司業務	<ul style="list-style-type: none"> ●丈夫長期以來有看片習慣而影響到她 ●有租片燒片習慣，也買片收藏 	<ul style="list-style-type: none"> ●常重複看收藏的燒錄片(卡通與電影) ●會主動燒片送人，認為平常送燒錄片屬社交方式之一 ●同事之間常交換燒錄VCD、DVD、MP3 	<ul style="list-style-type: none"> ●少看電視，但常看影片，有小型家庭劇院
14 W	女 33	大學 出版社行 銷部專員	<ul style="list-style-type: none"> ●看片燒片習慣來自於男友 ●常租片來燒，但只燒會重看的片子，也買片收藏 ●老家有在過年時看 VHS 的習慣 	<ul style="list-style-type: none"> ●常跟同事聊好看的影片，並燒錄分送朋友 ●常重複看片 ●曾有短暫時間在網路上賣燒錄片的經驗 	<ul style="list-style-type: none"> ●聽電視，少看
19 A	男 21	大學 商學院學 生	<ul style="list-style-type: none"> ●有租片習慣，後來會定期與同學借片來看(正版或燒錄片皆有)，不錯的就會燒起來 ●以燒錄片收藏，不會買片 	<ul style="list-style-type: none"> ●會租片或與同學借片對拷 ●妹妹常重看影片 ●比較常跟別人借片子來燒，軟體、遊戲或影片皆有 	<ul style="list-style-type: none"> ●家人除了妹妹以外都很少看電視 ●家裡因妹妹聯考沒接第四台，故假日固定會看片

綜合所有受訪者燒錄的原因與使用的方式，不論是來自於原版片或是網路下載的燒錄片，皆反映出三種社會需要，分別是：為了重複觀賞與廉價收藏、儲存影音節目、人際的溝通。前兩種用途較偏向於個人使用，而第三種則是藉由燒錄片達到與他人分享的目的。

1. 為了重複觀賞與廉價收藏

就多數受訪者來看，多半因為未來可能會重看影片，而做燒錄複製的動作。他們之所以將燒錄片當成收藏，最主要是因為便宜，且常重複觀賞光碟。儘管現在電視頻道眾多，閱聽人仍透過影音收藏的方式來決定電視的播出內容。不需要購買影音商品，將出租店借出的片子燒錄，即可便宜地建立自己的「錄影(節目)」

圖書館」(library building)。

長期自己住在外面的 S 不看電視，看片是他最主要的娛樂，他燒錄的影片多到需要用片名幾字部分裝來辨認。他認為好電影值得一看再看，「租到後來你品味越來越挑的時候，你會覺得好像看不到什麼好片子...所以我會把舊的片子重複看」。同樣愛看電影的電腦工程師 P，認為燒錄讓他獲得隨時可回味影片的權力，如同原版收藏一般，「想看的片子，你想到時候，你不用再去找或刻意再去出租...想看的時候直接就去挖出來再觀賞...你無時無刻想到，想說回味一下他的劇情或特效啊，可以再去看看」。受訪者 U 平時很少看電視，主要以租片作為娛樂。藉由租片再燒錄的方式，便可方便地收藏影片，客廳櫥櫃放了厚厚幾大本的燒錄片是她和先生常重覆觀賞的片庫，「都會想要去珍藏啦...其實主要是百看不膩啦！」，有了這個家庭節目圖書館後，不但成為假日方便的娛樂，有時也用於款待客人。

而自己一個人住的 I，最大的樂趣是在假日和女兒一起看燒錄片。從小愛看歷史故事的她，特別偏愛看大陸劇，戲稱自己反覆觀賞的行為，有如她女兒「功課複習」的程度。她將租來的大陸劇燒錄自留一套備份，因此不用買整套昂貴的正版大陸劇，這種廉價收藏同樣能夠反覆回味。

I: 因為我會直接 copy 一份！我會留底...因為我會想看一下...因為我會複習，你懂嗎？我會複習...所以，像《大漢天子》⁵我就看了好幾遍...看到他下一個要講什麼台詞我大部分知道...

⁵傳奇歷史劇「大漢天子」為中視十點檔播出的大陸劇，演員有大陸影帝陳道明、黃曉明與賈靜雯、陳莎莉等。「大漢天子」描寫二千多年前漢朝天子劉徹，從太子、天子到漢武帝的成長過程、爾虞我詐的宮廷陰謀等歷史事件。

這種燒錄收藏的方式，不但反映了重複觀賞的需要，也是現存銷售影音產品的一種替代方式。對燒錄者而言，空白光碟片的成本便宜是最大誘因，成爲一種便宜的收藏方法。電腦工程師 P 即點出燒錄的便宜，「在它(片子)沒有保護的情況下，我能夠備份的都盡量把它...用這種方式備份...因為，說穿了，為什麼會有燒錄這種東西出來，就是它的單價成本便宜。」，透過這種方式就可以用便宜的成本收藏影片。而長期以來收藏正版片的 C，後來看過同事所燒錄的 DVD，他坦言當燒錄片的效果如同正版片時，他或許會考慮部分影片採這種收藏的可能。

R：你會不會因為拿到這些燒錄的 DVD，就不會去買正版的了？

C：有可能耶，這個其實要看...因為我以前的想法是，要收藏就收藏正版的，這樣收藏起來比較有價值，但是現在 DVD 其實還是蠻貴的，那有時候家裡的負擔比較大...所以你不得不去思考一些問題...那種錢其實可以不花就不花...那像那種非常好的片子，我還是會去買正版的 DVD，但是...那種「可能不錯」的片子，就比較不會這樣了...會比較小心保守一點...

此外，燒錄也是一種方便擴展影片收藏的方式，對於燒錄片的收藏者來說，燒錄可輕易充實片庫，他們的影片來源可能是出租店租來，或向朋友借來的原版片或以原版燒錄的燒錄片。不論如何，燒錄即可輕易作複製進而收藏。從事行銷工作的 M，除了收藏原版電影外，光是日劇就有大概 60 幾部，其中不乏許多燒錄版，「只要我有借到，看過之後都會燒，就留一份起來這樣」，雖然盒裝的 VCD 日劇售價不貴，但從朋友那裡借來燒錄，還比在銷售市場上找片來得方便。

收藏的目的包括了物品及想法，收藏的價值是由收藏者所賦予。收藏的系列遊戲使物質變得具有其獨特性(Baudrillard, 1968; 林志明譯)，影音光碟這種物品

不但為收藏者所擁有，實際也可以運用。因此，行動者不需依循購買高價的 DVD，燒錄就可創造平民、廉價的收藏方式，依個人來決定它是不是收藏。複製的燒錄片使原版的收藏意義有所轉變，本來應具原版獨一無二、原真性的條件已被轉化，因為複製的燒錄片內容與原版無異。就算燒錄片是失去正版地位的複製品，但它反覆觀賞的實用性讓收藏者視燒錄片如同正版，因影視收藏的是內容而非物體本身。還需歸功於數位複製的便利與低失真，這是影視銷售市場所始料未及的。

2.時間平移式的儲存影音節目

儲存影音節目之所以與上述的收藏不同，主要是基於時間平移（timeshift）的目的，先儲存晚點再看的理由。所以上述的燒錄收藏基本上是看過影片才燒錄，這裡的儲存節目是可能根本沒看過影片就先燒錄。除了觀賞後的備份外，燒錄也可能是為了「另一種時間平移」。因為有了複製品便可以脫離出租店的租還時間，同時避開假日租片的尖峰。對於許多忙於工作的上班族來說，在平日就先租片或下載燒錄，即是事前做好準備工作，留到假日有空的時候再看，便能在觀賞時間上獲得完全的解放。從事業務工作的 U，便將燒錄當作「平常就先準備好」的娛樂工具，以提供假日影音節目的娛樂需求。

U：因為現在的工作又很忙碌啊！...所以大部分可以看的時間是假日，那有時後你在假日租的話都租不到，因為大家也是在假日租...所以，你平常有看到好的片子就可以拷(copy)下來，你不一定要搶著跟人家在假日的時候租...就是自己可以掌握自己看片的時機！想看就可以看！你就不用突然還要去外面租，可能你平常都準備好了！之前拷下來還有剩一些...就可以想看就看這樣子...很方便！

電腦工程師 P 則笑稱他租片是爲了燒錄，而不是要當時看的，「人家說出租店租片都是...要回去看的！但是我是要拿去備份的！就是...我先燒下來，然後再...嗯，哪部片子我沒看過，拿來放放看...」，是爲了假日沒有戶外活動的時候，先做好一個休閒準備。同樣從事資訊業的 G 平日會下載自己要看的動畫卡通，並燒錄同事所下載的電影，來豐富個人的娛樂工具箱，這種「片子收集」彷彿工作一般，抓住目前流行的影片資訊，及時消費。

R：你大概都什麼時候看片子？

G：一星期吧...禮拜六禮拜天的時候...或者是說...放颱風假的時候...或是...
嗯，有空才看啦，沒空就先不會看，就先收集嘛...

不過，相對於上述近乎計畫性的儲存影音光碟觀賞，也有慣於收集燒錄片最後卻不見得會觀賞的案例。在實際的生活裡時間有限，因此人們預期著「某天可能的娛樂」而不斷囤積燒錄片，希望藉由這種掌握時間的方式來填滿可能的空閒。但空閒有太多種可能了，N 便是一個燒錄到後來很少看，也不清楚爲何燒錄的例子。

N：我也不知道耶...我也不知道我燒來幹嘛的...有時候燒了也不見得會去看...像我有一些新片燒了，也沒去看過...也不是新片，就是前一陣子的片啦，像《超人特攻隊》⁶啊、《鯊魚黑幫》啊...《玩命手機》⁷這一類的...

R：這是下載的嗎？⁸

N：跟朋友借的...燒，我也沒時間看...可是我就是會去燒...很多啦！類似

⁶ 2004 年 11 月 5 日上映。迪士尼 Pixar 動畫工廠作品，Brad Bird 運用 3D 超級動畫片，挑戰以真人爲主角的超高動畫技術。

⁷ 2004 年 11 月 12 日上映之驚悚片，導演爲 David Ellis 演員有 Kim Basinge、Chris Evans 等。

⁸ 因爲訪問當時（2004 年 12 月 22 日）這些片都還沒發行出租或銷售的 VCD、DVD，所以應該是從網路下載的影片，但對於慣於下載者的流行性來說，已經算不太新的片子了。

這樣，像《三更2》⁹啦！也是這樣...就這樣放著，也沒時間去看...想到，真的很無聊沒事做的時候，才會拿出來看...

其實這些上班族多半只有在假日才能好好觀賞影片，燒錄成爲一種緩衝、權宜之計，有平日的準備才能換來假日隨性的休閒活動。對於剛成爲社會新鮮人的 N 來說，假日還可能和朋友從事其他休閒活動，觀賞光碟反而是最後的選擇。但是像已組家庭的 U 和 G，假日可能還得回婆家或處理家務，休閒時間變得更爲寶貴、需要去安排。他們相當樂於平日燒錄的儲存工作，彷彿預支了短暫的休閒時光，換取不時之需的便利。

3.人際的溝通

相較於電視廣播等大眾傳播媒介，影音產品觀賞具有分眾性質，VCD、DVD 光碟體積的輕、薄，不但好收藏也方便出借，對於燒錄片的收藏者來說，複製品尤其強化了分享的可能性。不但能保留自己的那一份燒錄片，燒錄片的「無須歸還」更適合分享，作爲一種積極與人建立共同性的方式。

從 Dobrow 於 1990 年重複觀賞錄影帶行爲的研究，指出人們以一種與他人一起觀賞的方式使用錄影機。在多種重複觀賞的原因當中，「接納與團結」（Initiation and Solidarity）便是介紹重要的電影、電視劇或家庭錄影帶給重要的人，以獲得與他人的團結認同感，透過與他人一起看錄影帶獲得集體的感覺（Dobrow, 1990）。雖然多數人與親友約好一起看片的機會不多，但是介紹自己覺得不錯的電影或電視劇給對方，同樣是藉由看同一媒介文本達到接納的意義。

⁹此電影是三個鬼故事。第一更《盒愛》是日本導演三池崇史的作品，演員爲長谷川京子。第二更《割愛》是韓國導演朴贊旭，主要演員爲李秉憲。而第三更《餃子》是香港陳可辛監製、陳果導演，演員有楊千嬅、白靈等。

因此，許多看過燒錄片的閱聽人將收藏轉換成分享，以借或直接給燒錄片的方式與親友分享。電腦工程師 P 的燒錄片收藏已多到變成朋友的租片中心，他把收藏的燒錄片當成一種可以與朋友分享的資源，覺得出借燒錄片就是最好的分享。由於 U 的同事平常會幫她燒 MP3 或 DVD，所以她也不時直接送新電影的燒錄片作為一種回饋，形成彼此的共同話題，而分享什麼內容，則建立在了解對方喜好的基礎上（如家裡有小孩的同事則燒卡通片）。她甚至點出這是一種實用「交際的工具」、小動作，不會造成需要回禮的壓力。

U：就是資訊啊這種影音的東西...傳達可以很方便！對，就是會覺得使用上很便利，然後可以分享好的東西給別人！因為以前都是這樣一版一眼啊，因為你買個東西正版的話很多錢，你如果送給別人，你自己又沒有。那如果你自己留著，你跟人家講，或許他也不會知道這有多好...他也不了解！這樣的方式，有共同的話題...有時後拷片給人家又...可以增進感情！...就是說給人家，人家也用得到，也不是蠻不錯的。有時後是當作一個...交際的工具！對！增加彼此之間感情的交流...因為有時後送禮也不可能說常常送什麼禮，但是偶爾有這個小動作，剛好人家也覺得蠻好的...

同樣地，分享什麼內容的燒錄片必需先了解對方的興趣與背景。常下載燒片的 L 是電視公司的警衛，他談到一開始剛到新公司任職，將自己的收藏影片與同事分享，以燒錄片交流他的人際關係也拓展不少。他就像是一個窗口般，與各部門的同事間的聯繫往往藉由介紹影片開始，依各人不同的背景或需要，決定與誰分享什麼片子，久而久之成為他持續下載燒片的動力。後來他成為燒錄片的流通集散地，透過分享也向朋友借正版片燒錄充實自己的影片收藏，並回饋對方所沒有的燒錄片。

R：請問你大概借給哪些同事？

L：都有啊，不過要喜歡看電影的喔...就是有養貓狗的就喜歡看動物片...你要看...大家什麼樣的行業會選擇什麼樣的片。可是那種攝影棚的，也是什麼類的都有啦，因為什麼台都有嘛¹⁰，但是家庭主婦也很多啊，家庭主婦小孩子要看的片子也很多，看的卡通片也很多...我碰到的一些女職員都會跟我要卡通片...騙小孩子（註：指大人放片給小朋友看，如同電視祿母）。

而從事行銷企畫工作的 W，平時多半存有一種「有誰也可能會想看」的心情去燒錄保留影片，便能與朋友同事分享不錯的電影或卡通，不過她也談到燒錄片常借到後來不見的情況。因為燒錄的方便與光碟片的便宜，使一般人對燒錄片的使用漫不經心，因此廉價的燒錄片利於分享卻更可能有去無回。不過，顯然看過影片的閱聽人對於這種為分享而燒的燒錄片，就算借到不見也無所謂。

W：沒回來喔，有喔！一堆喔！會忘記啊！因為通常會借給別人，就是說我錄了什麼，電影居多啦！...通常有時候不會回來...像我有跟同事借了很久，也沒有還啊...偶爾都會...對啊，所以其實很多會忘了還...

R：有關係嗎？會不會想拿回來？

W：不會耶，因為第一個，你會想要去要回來的，應該是會跟他要啦！然後借出去，沒有了，也覺得沒關係，那就算了啊！然後借出去通常都是你已經看完了，我是覺得沒有關係...我是不會主動去要啦！

在人際間交流的燒錄光碟片，透過燒錄的日常生活實踐，為原來影音產品的分享創造了「以複製版流通」模式的可能。行動者藉由自行燒錄的光碟片，從事著小型的「地下流通」，沒有標價，卻類似一般電影、電視的流行；目的不在於

¹⁰這應是指電視台的綜合台、新聞台等不同屬性的頻道台。

散布或獲利，比較像爲了推薦朋友不錯的節目，拿自己錄的錄影帶給對方欣賞，因此這種不固定的分享都有點驚喜的成分。在片商市場規劃下的消費者，藉由燒錄、分享從一般消費管道下逃脫，像打游擊戰一樣偶爾獲得「免費」的勝利。

三、小結

目前影音銷售市場興起，不論是低價的 VCD 或具特效的 DVD 收藏逐漸普及，意味著影視流行文化在生活逐漸獲得重視。其次，燒錄的挪用使影片有廉價收藏的可能，重複觀賞便是最實用的動力。行動者產製燒錄片不但改變了購買原版片才能收藏影片的限制，轉化成平民化的收藏品，也拓展了小眾影片收藏的可能。

從閱聽人欲反覆觀賞的社會需要，可見閱聽人對於影音收藏的需求，表面上影音產品的全面數位化將類比的錄影機淡忘塵封，實際上這種「錄影的需求」並沒有因爲錄影帶的汰換而消失。影片燒錄之所以普遍，應歸因於閱聽人無法以 VCD 與 DVD 錄影，因此儘管光碟片不像錄影帶可以洗掉重複錄影，但光碟片在成本與複製上的便利更甚於此。對於燒錄者來說，燒錄機就像生活中實用的錄影機一樣，VCD 甚至比錄影帶還容易翻拷。

可以說行動者運用數位複製，獲得一種主動／賦權 (empowerment) 的可能。由於台灣的電腦與周邊設備如燒錄機等科技使用普及，使數位複製成爲電腦使用者身邊隨手可得的工具，行動者生活實踐的結果使影片有租售以外的管道。由於閱聽人主動的參與尋找購買、觀賞、甚至挪用複製影音產品等，形成複製品創新使用也拓展了光碟消費的循環。影音產品消費隨著複製的可能，使得收藏與分享的形式隨之變化，讓物的特徵形式隨著生活轉換成更適合社會需要的消費模式。

第二節 網路影音檔案的下載與燒錄

燒錄從檔案備份功能挪用到影音光碟複製後，網路影音檔案下載自然延續了影音燒錄的實踐。由於近二年來網路點對點傳輸軟體與檔案壓縮技術的改良，因此興起網路影音檔案交換與下載風氣，也成為影片燒錄的另一個新來源，其內容更新更為多元。以下就網路下載的特徵談起，再論後兩種影音光碟消費類型的面貌，以及這種影音檔案的格式來源對既有影音消費可能造成的影響。

一、網路下載影音檔案的發展與背景

影音產品數位化後的另一個衍生市場為線上影音服務，網路上影音內容來源有：線上影音服務的商業網站（如：Webs-TV.net、hiChannel）提供影音直播、隨選視訊等服務，此外還有地下網站（如：BT 論壇、個人 FTP），其主要的差異除了收費與否外，論壇網站下載的影音檔可以儲存進而燒錄，但線上隨選無法複製檔案。

現在地下網站的使用者是應用 P2P 點對點傳輸軟體，在網路上做檔案的分享。這可追溯到 2001 年，美國聯邦法官判 Napster¹¹ 侵權後轉換經營方式，之後點對點檔案共享的理念仍繼續發展，甚至更發揮網路去中心化（decentralization）的特徵，不需透過交換中心機制即可交換資訊。2002 年在國外盛行 Morpheus 軟體，在網路上分享即可免費下載獲取 MP3、電影或電視劇（蔡繼光, 2002），同時國內則流行以 eDonkey（亦稱為「驢子」）軟體下載音樂與 A 片、甚至尚未

¹¹ Napster 首度提出同儕分享理念，以點對點檔案分享技術（peer to peer file sharing technology）為核心的技術模式，透過 Napster 網站成為交換 MP3 檔案的中心，使 MP3 檔案可以儲存在個別使用者的電腦硬碟中，同時可讓其他使用者透過網路進行搜尋且完整複製這些儲存在其他使用者硬碟裡的 MP3 檔案。然而判決侵權後，Bertelsmann AG 決定與投資 Napster，將其轉換成線上付費音樂市場。

上映的電影等（陳芝宇、于欣巧, 2002；許明煌, 2002），之後陸續有改良過的軟體 eMule（亦稱爲「騾子」）、BT（BitTorrent）¹²相繼出現，尤其 BT 於 2004 年時在台灣的風氣之盛，有逐漸取代 eDonkey、eMule 的趨勢。

目前各 BT 論壇上提供的內容種類相當多元，舉凡軟體、遊戲、音樂、圖片、動畫、影片皆有，就研究者在論壇上¹³觀察其相關的影片範圍來看，其中在錄影帶出租店可見的電影、電視劇（港劇、韓劇、日劇）、布袋戲、卡通動畫都有，甚至有尙未在台灣上映的電影、較熱門的電視節目等（如：《康熙來了》¹⁴、《兩代電力公司》¹⁵）。有下載習慣的受訪者依照各自不同喜好的文類選擇下載，不過受訪者實際檔案傳布情況中並非只在論壇上下載檔案，也可能透過 FTP 下載與他人分享而來，其中 K、B、J 自己即有架設 FTP 與他人共享檔案。

二、網路影音檔下載的特徵

由於網路影音下載的環境，便出現了下載燒錄與無需實體兩種不同類型的消費型態，他們的共同特徵是生活慣於使用網路、樂於研究電腦相關知識與技術，由於需要獲取充分的資訊，通常都需費時尋找、下載影音檔案。因此，衍生出影音光碟消費的第三種與第四種類型：「下載版的網路尋寶者」與「看完即刪的網路過客型」。首先來看「下載版的網路尋寶者」類型，對他們來說下載是爲了獲

¹²BT 爲美國矽谷工程師科亨於 2001 年發明的軟體，與之前 eDonkey 軟體的主要差異在於不會因分享而分散頻寬，越多人下載，其下載檔案更大、速度更快，原理爲 P2P 的檔案分享與下載機制方式，所有使用者的檔案都會被切割成許多小單位供人下載，也就是使用者可以從網友 A 獲取檔案的第一部份、從 B 獲取第二部分...依此類推，整個資源分享機制非常有效率。據美國電影協會估計，香港 2003 年 BT 下載的網頁只有 107 個，至 2004 年時已增加到 2400 個（施威銘研究室, 2004；洪伯昌, 2005）。

¹³觀察的論壇有：貪婪大陸、BT 下載頻道-P2P 中國、TLF 等論壇，但不同論壇的屬性各有不同，有偏向動漫畫的、電影、連續劇等類型不一，觀察時間約爲 2004 年 11 月至 2005 年 3 月。

¹⁴中天綜合台綜藝談話節目，由蔡康永、徐熙娣主持。節目以風趣討喜、話題勁爆著稱，不論是政治人物、影視圈等各領域名人都以上此節目爲樂，播出後常成爲大眾的話題焦點。

¹⁵TVBSG 的綜藝談話性節目。由蔡康永主持，以對議題的立場分上下議院兩組觀眾，探討新世代最流行或具爭議的議題，其話題引燃唇槍舌戰的特色爲觀眾喜愛。原一週播出一次，後來更發展出《超級兩代電力公司》改爲每週一至週四晚間帶狀節目。

取特定的影音內容，所以多半會保存下來收藏。儘管 BT 下載盛行於學生當中，但不限於學生投入於下載行列，訪談者當中有幾個輪班性質的上班族（L、N、K、H）幾乎都將下載影片當成是興趣或生活重心之一。

然而，他們下載多半都具有保存目的，因此下載後都會燒錄或保留檔案，只是受訪者收藏檔案的格式或載具各有不同，如 L、B、N 皆一定會燒成光碟；而 K 與 H 多半會燒成光碟，只有在格式限制（轉檔會造成檔案失真）時，才不會燒錄成片；較特殊的是 G 乾脆用硬碟儲存，取代光碟的載體。

表 5-3 影音光碟的消費類型三—下載版的網路尋寶者

代號	性別 年紀	學歷 職業	影音產品使用行爲		電視觀賞
			觀賞與取得 (燒錄方式)	收藏與分享	
6 G	男 28	專科 公司資訊 部工程師	<ul style="list-style-type: none"> 以前租片燒成光碟片 目前通常是以 BT 下載最新影片，畫質不佳故不燒片，而以檔案的形式分享；但下載的最新卡通會保存 	<ul style="list-style-type: none"> 部門同事有分享下載電影的小團體 電影從同事下載而來，再拿燒錄片與朋友交流 常下載卡通，也會錄電視卡通 	<ul style="list-style-type: none"> 家中不裝第四台，裝數位電視，看的時間不長 常用電腦預約錄影電視卡通
4 L	男 36	高職 電視公司 警衛	<ul style="list-style-type: none"> 每天下載燒錄新片，會依旁人喜好選片下載 認為下載是興趣亦是創作 在 BT 下載許多新片，不會去租片買片 	<ul style="list-style-type: none"> 燒錄片多到需要做目錄，可供同事觀賞挑片 會與朋友借片燒錄充實片源 	<ul style="list-style-type: none"> 家中電視多，但看電視時間短
7 B	男 23	理工科研 究生	<ul style="list-style-type: none"> VHS 時代家中常租片 以前以 eDonkey、eMule，現在以 BT 下載漫畫、動畫、電影，但少重複看 會買便宜的 VCD 電影 	<ul style="list-style-type: none"> 下載動畫除收藏外，還有學日文的因素 與人分享就是燒一片副本，不外借燒錄片 有自行架設 FTP，但多半是便於自己使用 	<ul style="list-style-type: none"> 幾乎不看電視，如果要的是用電腦看電視
8 K	女 25	二專 電信業技	<ul style="list-style-type: none"> BT 下載燒片約 2 年，內容為日劇、日本節目， 	<ul style="list-style-type: none"> 下載日劇、日本偶像節目，視為珍藏 	<ul style="list-style-type: none"> 只看日本電視台

		術客服	但常看不完 ●因硬碟太滿才燒成光碟片	●依親友需要下載不同內容，如姊姊的韓劇或台灣偶像劇、朋友的港劇 ●常與姊姊和同事交換電影燒錄片 ●有架設 FTP 與朋友分享；在公司裡用內部網路分享看片	
9 H	女 24	二專 半導體 作業員	●常以 BT 下載燒片約 2 年，常燒 MP3、日劇、日本節目，也會租片燒電影	●曾將燒錄日劇當成禮物送人 ●燒錄多為偶像的片段，常重複觀賞，視為珍藏 ●燒錄影片太多，用電腦做目錄歸檔	●很少看電視，用電腦看電視
17 N	男 22	大學 食品服務 業	●有燒錄機後常燒影片，以前會租片來燒，有片必燒 ●後來偶爾以 BT 下載挑冷門影片燒錄	●喜歡看電影，動作片才去戲院看，其餘以租片或燒片觀賞 ●學生時常燒片，但自從工作後就很少了 ●常與同學分享燒錄片；也會從爸爸那裡拿到燒錄片	●每天 1-2 小時，多半是聽電視，日本綜藝台、國片電影台、新聞

而目前影音檔案下載尤以中國大陸的網站為大宗，因大陸較無版權的觀念，標榜為不收費的「檔案互換平台」也規避了法律責任（陳芝宇、于欣巧, 2002），成為台灣許多網路下載影音檔案者的主要選擇，儘管介面或下載內容以簡體字為主，仍比其他語系來的方便。以下歸納出網路影音檔下載的四個特徵，分別是：「流行性高，多元內容」、「版本眾多」、「可能無需實體」、「運用技術再生產」。

（一）流行性高，多元內容

這裡的流行性具有雙重的意義，指涉下載運作的性質與流通的內容本身。一是下載需要悉知網路論壇上的流行趨勢才便於下載。尤其 BT 網路下載軟體的特

徵即在於越多人下載速度越快，因此分享者需保持最新資訊，趁論壇上種子¹⁶最多時趕緊下載，便能省去許多下載時間。二是通常論壇上分享的檔案都比一般商業管道下的流行還要新。

然而，只有部分網路使用者會下載影片，主要因為下載使用者需要具備某種程度的技術，且尋找或下載影片需要耗費相當多的時間，與一般下載相比可以說是費時的浩大工程。以前以 eMule、eDonkey 下載一部影片需要 3、4 天以上，現在若在 BT 上下載熱門的影片也要 6、7 小時。此外，檔案下載偶有 IP 位址被發現或下載「斷頭¹⁷」的問題，這也讓下載的使用者需以一種如逐水草而居似游牧者的態度面對，受挫後不斷尋找、遷移至其他可下載的網站。如此耗時在論壇仍讓使用者覺得值得，主要因為下載免費而且通常是最新的影視內容。

但這種流行的特質往往造成一種「大者恆大」的效應，如大眾流行電影便是論壇的最大宗，以 BT 下載燒錄近兩年多的警衛 L，則直言：「你看到新片可以下載，就會想要去下啊！」，網路上的新片不斷出現，讓他欲罷不能。但另一方面，從行動者對檔案的品質或翻譯要求不高，便可看出下載相當著重消費最新的流行。因為論壇上通常最快的版本，可能是沒有字幕或畫質不佳者，行動者往往為求影片的時效性，反而可以忍受畫面品質或翻譯的低落。學生 Q 為了看最新的電影卡通，儘管是品質不好的側錄版，「那很傷眼睛耶...不過那時後還蠻少人有的，所以就還是看一看...還可以接受啦...」，基於一種當時稀有的新鮮感，畫質不好還是會觀賞；因此，流行的時效性成為重要的因素，像 N 與他的國中、大學同學共享了一部未上映的電影，他所消費的是走在流行前面的成就感。

¹⁶ 「種子」為 BT 分享檔案的術語，BT 的使用者需先把檔案製作成 Torrent 檔，才能達到互相分享的標準。而種子是原始檔的供檔者、擁有完整檔案內容者以及已下載完並開放上傳的使用者，皆稱為種子（施威銘工作室，2004）。

¹⁷ BT 下載使用者慣用的術語。即是正在下載的電腦使用者在還沒獲得完整檔之前，網路上已經沒有種子了，在沒有人有完整檔案之下，這個影音檔便無法下載完成，即所謂的「斷頭」。

N：然後我們很久以前就已經看過那一片了...很好笑啊，介紹給大家，全部大家笑完以後，幾個月後發現那個片子要上了，我就覺得那個片子已經沒有價值了！...那個片子在還沒上之前，還覺得：「嗯，還蠻風光的...」

對這些網路尋寶者來說的「寶」，除了最新以外，也可能是一般管道找不到的內容。除了流行電影之外，不同屬性的論壇同時也為某些小眾或次文化提供了多元的內容，對於想尋找特定或最新影音內容者，網路論壇可能是當時唯一的獲取管道。這是與原版片燒錄最大的不同，在於網路上的影片檔案類型相當多樣，有些甚至是市面上找不到、最新未上市或很冷門的類型。學生 Q 除了下載熱門電影外，也會選擇下載一些冷門片，他提到在網路上看到日本怪獸電影《哥吉拉》¹⁸時，「有發現...是個寶一樣，趕快下（載）」。從事食品服務工作的 N，提到他曾在網路上搜尋特殊、台灣禁播的電影，儘管花了很多時間下載，但這幾乎是當時想看這部片唯一的辦法。

N：像有一部片，叫《大逃殺》，妳有沒有聽過？它是日本片...在台灣禁上，因為在日本引起反彈啊...是北野武的！¹⁹所以算是海外版的...要從網路上 download 才有，現在有在賣，光華有...之前都找不到...我那時後燒是 VCD...我就是會下載類似這種片子啦，錄影帶店找不到的...因為那種片子不好載，很難找...我是特別去找的...然後要把它燒出來...因為那種片子不知道哪邊找...我載了很久！

除了小眾電影外，尤其是尋找最新日劇或卡通下載的情況，更凸顯日劇與卡通迷對最新影音產品的需求，迷們已經無法等待日劇盜版 VCD 在市面出現或等

¹⁸日本電影，Godzilla 是怪獸迷的最愛。受訪者指的是《哥吉拉東京 SOS》(Godzilla Tokyo S.O.S.) 一片，這部 2004 年的電影是哥吉拉登上大銀幕的 50 週年。

¹⁹ 2001 年日本上映，導演深作欣二，北野武在片中飾演野蠻老師，在台灣由於電檢結果判定過於暴力而遭到禁映（梁良, 2004），直到 2005 年 6 月初才終於上映。

著電視台播出卡通了。愛看日劇的 K 同時是日本傑尼斯²⁰迷，她只能透過網路下載才能看到偶像的日本節目，K 提到她與姊姊的不同，「她（姊姊）嫌麻煩，她是跟人家買比較多。她覺得不用一整天守著電腦，然後看下載的東西。我跟她是不同類型的這樣子...我寧可花很多時間下載在外面買不到的東西。」K 下載是想找市面找不到的日劇，選擇用時間換取金錢也買不到的東西。同樣地，身為日本偶像「嵐」²¹的迷 H，也只能從網路上下載最新的日本節目，她所收集的燒錄片多達六大本近 300 片，對她來說，「等於是我的寶物！我的感覺是我的寶貝！」。

因此論壇的這種流行性，讓迷們與日本流行文化同步。像 K 與 H 同為日劇迷，藉由網路下載，讓她們跟上日本節目的速度僅僅落後兩天。再者，電腦工程師 G 或學生 B 都為動漫畫迷，卻能透過下載看到最新的結局，這讓自詡身為「資訊人」的 G 談到，「我的《海賊王》²²是跟日本同步的喔！日本禮拜天播完以後，大陸就把它打上字幕，然後禮拜一或二就會有了！」他擺脫了台灣播出集數的緩慢（台灣播出的集數只到日本的一半），很得意能與日本卡通播出的進度近乎同步。

能吸引電腦使用者持續投身下載，主要因為內容流行的意味特別明顯，基於檔案得來不易也顯得特別珍貴。不過正因最新內容的流行特質，造成了版本眾多、品質不一的現象。

（二）版本眾多

²⁰旗下有許多年輕藝人團體組合，如：SMAP、TOKIO、V6、Coming Century、Kinki kids、嵐、Ya-Ya-yah、Johnny's Jr.等。

²¹團體嵐(Arashi)由松本潤、二宮和也、大野智、相葉雅紀、櫻井翔五人所組成。後來其中兩位人氣代表相葉雅紀和二宮和來台灣為 TVBS-G 推出的一系列傑尼斯新節目造勢，如《我愛傑尼斯》、由嵐主持揭發靈異現象的《USO!? JAPAN》，以及相葉雅紀和徐若瑄合作的《史上最惡約會》等。

²²或譯為《航海王》。這部由尾田榮一郎所繪製的漫畫，後來也改編為動畫與電影版。故事藉由憧憬成為海盜王的少年路飛，因仰慕海盜首領撒克斯立志要成為海盜王，決定遠洋出海展開他的長途旅程。

由於網路上的影音檔案最重要的是求新、求快，因此同一個影音文本的檔案可能版本眾多。網路上的影音內容，存在著字幕翻譯的問題（如日劇、卡通有繁體或簡體版），還有不同版本的畫音質（如電影有來自原版、盜版側錄版區別），此外也有不同格式檔案之分²³。通常最先出現的是無字幕而後才有簡體字、繁體字，最新的電影多為側錄版，而後才有原版 DVD 版，因而造成版本紛紜。

2004 年 12 月引起大眾喧騰一時的電影《再見吧！可魯》²⁴就是一個明顯的例子。在尚未發行 VCD、DVD 的時候，已經有許多未進電影院卻看過電影的觀賞者了。有趣的是觀賞者所看的下載版本可能不是同一個版本，因為論壇上影片來源繁多產生多種版本，加上之後的種子使影音檔案來源更為分歧。版本的差異主要在翻譯字幕與畫質上，形成同一部電影或電視劇有所謂「DVD 版」與「槍版²⁵」、「簡體版」、「繁體版」的差異。

這種版本眾多的情況後來衍生出兩種現象。首先，電腦使用者會選擇較好的版本才燒錄，減少的實體燒錄的機會。由於版本眾多，可想而知不見得每個版本都會燒錄，因為行動者可能找到較適合的版本才決定燒錄，如 H 需選擇性的燒片，遇到不同版本的日劇，她採取「如果抓到繁體字版就把簡體字版殺掉」的方式篩選再燒錄成片。

其次是出現了會比較不同版本而重複觀賞的閱聽人。多半是發生在畫質較好的卡通與電視劇上，閱聽人看完最新的簡體版後，還會比較電視上播出與 VCD

²³格式區分為：DVD 畫質的 Mpeg4 格式，只能在電腦播放，需要驅動字幕程式、VCD 畫質的 Avi 格式，可轉換成 VCD 播放、Real Play 的 rm 格式，屬於影像字幕結合的格式。

²⁴一部改編自真實事件的電影，忠實呈現了導盲犬的訓練過程，風格簡白平實。電影於 2004 年 11 月 12 日上映後，感動許多觀眾而引起媒體大肆報導，後來電視台也播出了日劇版。

²⁵「槍版」是大陸稱呼「戲院偷拍版」的術語，為盜版商在戲院用攝影設備在戲院翻拍螢幕而來的影片。通常此類影片畫質不是很好，比例易變形，甚至會有觀眾走動的身影。

發行版本的翻譯差異，使重複觀賞比較各種版本成爲一種樂趣。儘管 G 平常就在下載最新簡體字的卡通，但他還是會錄下台灣電視台播出（進度較慢）的版本再看一次，他說：「因為它（電視）的那個翻譯...會比較好啊！」。同樣地，K 也是會重複觀賞、比較多種翻譯版本的日劇，不但樂在其中還可以學日文。

R：妳有固定看什麼節目嗎？

K：如果日劇算的話...因為都下載完看過了，有時候電視在播就偶爾看一下，有看就看一下，沒看到就算了。

R：電視播的還是會再看一下？

K：會看一下，因為翻譯不一樣嘛...日文翻譯回來每個人翻的都不一樣，感覺也不一樣。我看過簡體版、再看過繁體版，然後真的每個人翻譯程度真的不一樣，比方說 VCD 出來的時候翻的也不一樣、電視上演的也翻的不一樣。妳會知道說到底哪一個才是正確的，多少會學到日文的用法這樣...

這種重複觀賞影視文本的情況與原版重複觀賞的情況不同。最初閱聽人從下載簡體版爲的是觀賞最快的影音內容情節，但是重看不同版本翻譯（不論是電視播出或發行的光碟），除了再次回顧情節外，也比較欣賞不同翻譯的表達技巧，意味著閱聽人透過對文本的熱愛，亦逐漸慣於這種不固定的詮釋方式，比較不同版本反而變成樂趣。

（三）可能無需實體

不過儘管多版本帶來不同的比較翻譯樂趣，但還有一種狀況是流行的電影檔案畫質不佳，所以看完即刪。或者檔案非 VCD 格式，檔案只能在電腦上觀賞，除非爲了分享，才會燒成光碟。

這種無需實體的消費方式衍生了「看完即刪的網路過客型」。這種類型者雖然下載獲取影音檔案，但由於只在電腦上觀賞影音內容，所以也不在意載體，就算燒成片子只是為了傳布給他人。對他們來說，分享方式是利用攜帶式硬碟、網路寬頻或地下 FTP，所以他們分享的對象通常也是慣於運用電腦科技者。從下載的內容可見傾向於高度流行性，也就是要最快、最新的影音娛樂檔案，快速的下載消費完，不會想留下載體或重看。

表 5-4 影音光碟的消費類型四—看完即刪的網路過客型

代號	性別 年紀	學歷 職業	影音產品使用行為		電視觀賞
			觀賞與取得	收藏與分享	
I T	男 32	在職進修 專科 公司資訊 工程師	<ul style="list-style-type: none"> ●之前多租片燒錄、偶爾下載影片，現在用檔案存 ●不會燒出來，不會重複看 ●燒錄歷史約 6-7 年 ●偶爾會從同事那邊拿下 ●載影片，也會自行以 BT 下載 	<ul style="list-style-type: none"> ●他不會買片，但太太會買日劇 ●喜歡看電影，有 DVD 錄放影機，每天看預錄電視節目 ●燒錄收納包的電影有 3-4 包 ●分享只限於家人，2、3 個朋友 	<ul style="list-style-type: none"> ●很喜歡看電視與電影 ●中午會在公司看片
15 J	男 31	大學 行政人員	<ul style="list-style-type: none"> ●以前常租片燒錄 ●現在多為 BT 下載，以存檔案的形式暫時保存 ●少數買片收藏 	<ul style="list-style-type: none"> ●剛開始燒影片是為保存與借人 ●自己架設 FTP 與學生交流檔案，少數程式燒成光碟 ●曾於網路買燒錄片收藏，再燒錄給同事 	<ul style="list-style-type: none"> ●聽電視
18 Q	男 22	大學 商學院學生	<ul style="list-style-type: none"> ●以前以 eDonkey、eMule ●現在以 BT 下載卡通、遊戲，布袋戲、特定影片，熱門影片會下載但不一定會看 ●不會買片 	<ul style="list-style-type: none"> ●在學校班上提供同學軟體、影片的來源 ●收集漫畫 	<ul style="list-style-type: none"> ●零碎地看電視，電影、布袋戲、新聞、體育
20	女	大學	<ul style="list-style-type: none"> ●用 BT 下載約半年，之前 	<ul style="list-style-type: none"> ●喜歡看電影，但家人只 	<ul style="list-style-type: none"> ●自己不太看電視，

D	20	文學院學生	<p>都是在 FTP 向同學下載影片</p> <ul style="list-style-type: none"> ●不會買片收藏，有人要看片才會燒出來 	<p>有在春節時才會租片</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大一住宿時會與室友一起租片看，後來轉為下載，利用宿舍網路互傳分享 ●在打工場所有一個小分享團體 	<p>多為看電影，家人都很愛看電視</p>
---	----	-------	---	--	-----------------------

除了畫質與格式上的問題外，無需燒錄最主要的原因是行動者皆在電腦上觀賞，後來演變成無需燒錄。從事行政工作的 J，以前常去錄影帶店租片燒了很多 VCD 光碟片，卻不曾拿來重看，因此他現在將成本低廉的硬碟當成下載檔案的中繼站，對他來說燒成光碟也不會重看，所以沒有燒的必要，「像我表弟還有在燒，我就跟他說：『不要再燒了！不要浪費錢！』因為我試過了嘛，真的不會看！」對他來說電影看過一次就可以，燒片變成多餘的浪費。

較特別的是學生 Q，因為之前常有同學向他詢問「下載新片」，所以他下載最流行的電影檔案是為了與同學分享，自己卻不見得會看。對他來說下載影音檔案是一種樂趣，至於內容怎麼樣不是重點，也不會與他人討論。因此他下載很少燒成光碟，把影音檔案當成其他檔案一樣暫存，有需要才燒片，等到這部影片時效性已過乏人問津，或是電腦硬碟空間不足時，就把檔案刪掉。

Q：現在備份資料比較多，或者是網路上的卡通或電影啊...變很少，因為通常是抓下來都沒在看...

R：那為什麼要這麼辛苦抓下來？

Q：我不知道...那是一種感覺...哈哈...就抓下來想說，應該會有時間看吧！然後都抓下來都沒在看...哈哈...對啊，就沒時間...

R：你抓下來後有燒出來嗎？

Q：有！但是後來覺得...還蠻浪費的...就變成不燒了，就放在電腦裡面了...

就等到硬碟滿了，佔位，再把它殺掉...

實質廉價的光碟此時對他們來說變成了「浪費」，這是一種相對而言的感覺，基於不會重看的燒錄片就變得沒有必要。因為這種下載看完即丟的消費，沒有重複觀賞的可能，相對於光碟收藏的反覆觀賞與時間的雋永，下載則強調流行文化的快速腳步，不斷有更新的東西要追尋。

換句話說，這種下載的消費特性就像電視錄影的時間平移觀賞一般，通常看完就洗掉重錄，不會保存下來。由於網站上的內容多樣，也有人運用這個特性把它當成電視節目錄影一樣下載觀賞。從高中時期就愛看布袋戲的學生 Q，現在都以下載布袋戲的方式取代電視或出租管道。而以 K 的案例來看，她會保存下載的日劇，但下載的台灣偶像劇則像電視錄影一樣，看完就算了，「所以現在已經不用錄影機的地步，如果你沒時間錄的話，反正網路上大家都會放（檔案）上去...」因此，燒錄收藏與看完即刪這兩極的載體看法，其實可回歸到既有錄影帶的使用習慣所造成的變異。不想保留下載檔案的使用者是抱持著「錄影、洗掉、再錄」節目的想法，而採取「下載、砍掉、再下載」檔案的行為。

從這些生活中慣於下載的行動者言談間，透露影音檔案下載近乎是「搜尋節目錄影帶」式的自然，因為電腦對他們來說是資訊與娛樂的來源，BT 論壇變成他們的線上錄影帶出租店，雖然免費，只是需要「用時間換取金錢」。

因此，同樣是網路下載，卻有兩種不同載體的使用模式，差異在需實體的燒錄收藏與無需實體錄影的時間平移。表 5-5 呈現燒錄的收藏模式案例，以 K 與 L 為例，K 區分收藏的日劇才會燒錄，雖然她也會看電視播出的台灣偶像劇，但下載台灣偶像劇卻像電視錄影一樣，看完就刪；而 L 下載的電影都是收藏，一定會燒錄成光碟。

表 5-5 燒錄的收藏模式

代 號	觀賞電視節目種類	下載、燒錄內容種類	載體使用模式	目 的
K	看日本緯來、JET、國興台、台灣偶像劇	下載日本電視節目、日劇、韓劇、港劇、台灣偶像劇	硬碟滿了就燒成 VCD	<ul style="list-style-type: none"> ●日本節目與日劇是收藏 (library building)，台灣偶像劇是時間平移看完即刪 (timeshift) ●韓劇、港劇是爲了朋友下載，社交功能
L	不固定，看的很片段	下載最新電影	電影燒成 VCD	下載電影都是收藏 (library building) 需要載體得以與他人分享

其次是錄影的時間平移模式，見表 5-6 說明，以 J 與 D 爲例，他們下載通常都不燒錄成光碟，因爲透過電腦即可觀賞內容，無需透過電視與光碟播放機，除非爲了分享才需光碟實體傳布，而 J 是根本以檔案傳送分享。因此，對他們來說下載什麼內容都像電視錄影一樣是爲了時間平移觀賞，電腦就像是錄影機，記憶體就是無形的錄影帶，無需光碟實體。

表 5-6 錄影的時間平移模式

代 號	電視觀賞種類	下載、燒錄內容種類	載體使用模式	目 的
J	新聞、球賽、電影	以前常租片燒錄 後來多下載電影	最新電影暫存硬碟	電影是錄影模式的時間平移，看完即刪 用 FTP 以與他人分享檔案
D	在家時很少看電視，住宿後都看電影	下載日劇和最新電影	日劇、最新電影暫存硬碟	電影或日劇是錄影模式的時間平移，看完即刪，與他人分享才需載體

因此，可以說網路下載影音檔案對於不同下載者而言意義各有不同，有的像電視一樣的錄影需求，卻跨越了日本與台灣的國界；有的像錄影帶出租店一般，但影片已不在影視工業的規劃底下。

(四) 運用技術再生產

不過，並非多數的電腦使用者會採取這樣的方式獲取影音內容。對於這一群將電視錄影觀念轉換成電腦下載者來說，他們不只將電腦當成光碟的播放工具，更是數位影音檔的傳輸通道。電腦成爲生活與外界接觸基本的介面，有著相似的使用方式，對自己的電腦能力深富信心，甚至與同伴的分享方式透過網路傳輸。

首先，慣於檔案下載的行動者或多或少都得面臨下載隨之而來的一些問題，必需懂得基本電腦防護與維修，如提高下載效率或防止中毒的危險等。爲了獲得較高的下載速度，需以解除防火牆或 IP 分享器的方式提升速度，但相對地中毒的機率也提高了。K 已認知到這是必要之惡，「只要妳那台電腦有在做 BT 的部分的話，你電腦(IP)一定是暴露在外的，一定會有漏洞存在。其實就..看妳個人怎麼想啦。後來我就覺得無所謂啦...」她以不斷提升技術的方式，讓電腦中毒的可能變低。

其次是檔案後製的技術。他們相當樂於花時間在提高電腦效能或轉檔上，因此也強化了消費科技的可能。由於網站上最新的影片多半是影音檔與字幕檔分離，少有影音與字幕合併者，因此尋找並重新組合影片與字幕，有如一種影片の後製。像警衛 L 便談到他尋找字幕且轉檔後的檢查歷程，由於最新的片子甚至沒有字幕，他必需再到字幕的網站尋找與轉檔，來回地修改至正確無誤爲止。對他來說產製影片的觀賞成爲一種「審查工作」，影片不會完全觀賞，「弄到等於是一種審查的眼光，看片子沒有問題，看個十分鐘十五分鐘，就換片了...」操作科技的意味大過於觀賞。

L 是一個具創作意義的案例，他透過下載各種影音類型（電影、預告片等）

檔案的資源，經過影片剪接軟體將影片與短片結合搭配成特有的創造，他稱之為「自製的 VCD」。在影片的後面放上相關的預告片或花絮，有時甚至是與電影無關的趣味廣告，或者在影片結束後放上即將上映的電影預告片，向分享的朋友預告他將會燒錄什麼電影。

L：就是(指報紙電影時刻表)這個上映了嘛，那就預告這個(翻到另一面的電影預告版)，預告下個月這些阿...

R：那你怎麼挑這些片下載？

L：那就自己判斷阿！真的啊，你就判斷這些大概什麼時候有了。就像我跟妳說的，這些片早在一年前就有了嗎，對啊，這些預告片我就有了，所以就放上去阿。

R：你為什麼會想放這些預告片呢？

L：我後面放這些好笑的或精彩的廣告片啊，只是好玩而已...

像 L 這樣下載再後製的例子是少數，不是為了商業利益或是特定的對抗目的，卻利用現有的影音檔案資源加以組合，使影音檔案的重組成爲一種創造。原本電影運用媒介來宣傳（如報紙預告），那麼他就把宣傳轉化爲網路下載資訊的指標；而 VCD、DVD 電影正文前的預告片若是一種固定型態的話，那麼他在燒錄片裡放置有趣的短片或電影的預告，看似是一種模仿，實際上已脫離商業廣告的目的，純粹表達出一種創意的重組，與分享燒錄片的朋友共享特有的樂趣。

此外，因行動者慣於使用科技，形成偏向與同儕以電腦播放格式、甚至網路寬頻的方式分享。因此，家人不一定能夠成爲分享的對象，主要由於片子格式的限制，以及家人使用電腦的習慣與能力，進而減低與家人分享的意願。雖然電腦工程師 G 常下載電影新片，「但是 DVD 格式的話，你拿回去他們也不太會用電腦啊！」因爲許多燒錄片的格式需在電腦上觀賞，這對家人的觀賞便造成使用上

的障礙。

住宿的學生 D 談到她開始接觸下載，是因為暑假住宿太無聊，於是開始研究如何利用學校宿網以 BT 下載電影，果然讓她度過了一個「每天都載得很興奮、愉快的暑假」。後來開學後常需要用電腦而減少下載的頻率，只好改到同學架設的 FTP 下載檔案，輔以 MSN 「發佈訊息」，若與住校同學分享則用宿網傳送，而非住宿的打工同伴則用燒片的方式分享，有時影片的股份是相當隨性的：

R：所以你現在都是從 FTP 載囉？

D：對啊！同學的 FTP 或是 MSN...像「功夫」！我有！可是它就是有點偷拍版的...比較暗，畫質比較不好，我看我同學那邊（MSN）寫說：「今天晚上要上映『功夫』！」（驚叫狀）我就馬上丟²⁶他 MSN 說：「嗨！你好啊！」他說：「你該不會是要來要這個的吧？」「被你發現了！」哈哈...然後他就傳給我...平常就是他在 MSN 上，你都可以連上去抓...有音樂啊、軟體啊、電影啊...好笑的短片...之前還有漫畫...

從這裡可以發現行動者透過電腦搜尋、下載檔案與分享，在他們的生活中獲取數位影音娛樂已相當自然，傳送更只在彈指之間。就算從事網路相關的上班族也充分運用現有科技，運用策略來傳遞影片分享的訊息。在資訊部門的 G 談到內部分享的方式，「發 mail！發一封：『宣導事項』...哈哈....內容是：『不要隨便在公司裡面討論電影事項』...」以電子郵件的方式來「昭告」同事有新影片放在公司內部的檔案夾裡，等大家來複製檔案。而 K 在網路技術客服部門上班，透露了他們大夜班所默許的違規，平常工作用的電腦在工作不忙時就變成內部分享電影的資源，他們都巧妙地將公司的網路資源挪用到團體的影音分

²⁶ 「丟」一詞源自於 BBS 的慣用語，一般稱傳訊息為「丟水球」。現在 MSN 幾乎取代了 BBS 可線上即時傳訊丟水球的功能。

享上了。

K：辦公室裡面...每個人都有一台電腦啊...有種東西叫區域網路...用網路上的芳鄰就可以了。因為片子很多，不只一片。上面掛有好幾部...我們裡面將近有 100 部電腦吧，只要不被抓到的話。裡面都可以分享來分享去。固定幾台會放片子這樣子，然後用分享的方式去抓。

R：有誰負責這件事情嗎？

K：其實大家心照不宣啦，就是裡面工程師說要修電腦的時候，大家就狂刪這樣子。

因此，與其說下載需具備特定的技術，不如說這些電腦使用者之所以投身到電腦網路與下載分享，利用他們對科技原有的興趣，進而延伸到影音檔案的獲取與人際的分享。

三、網路下載對影音消費的挑戰

這種網路影音檔案下載，對於既有媒介經濟層面有所挑戰，不但出現網路社群自發性的生產，同時也形成影視媒介的另一種消費模式。

（一）網路次文化社群的出現

隨著網路分享管道，出現了一群不只消費影視產品，甚至具有媒介生產能力的網路社群，不再那麼依賴既有商業管道。原來只有影像的電影、連續劇或卡通檔案，其字幕往往是經過熱衷於流行文化的網路社群自行翻譯而成。這樣在網路上傳送未授權的影音檔自然有很大的爭議，矛盾的是這些檔案畫面上打上「僅供網友流傳」、「私自散佈造成問題，恕不負責」字眼表明非商業用途之外，還放上

諸如：片源提供、翻譯校對、特效等製作成員名字的跑馬燈²⁷，彷彿拿出字幕的著作權，來合理化影像的盜版，帶了點驕傲或嘲諷的意味。儘管網路上所分享的影音檔案來源不明，但是這些字幕翻譯實質上亦是一種創作。大陸甚至有大型的字幕網站，各自號召一群熱愛影視內容、願意無償翻譯的社群²⁸。

這種網路社群的熱情在日劇或漫畫迷間尤為明顯。像漫畫迷們便有結盟的方式尋找合作夥伴，有人負責買漫畫書、有人掃瞄、翻譯等，再將經過改圖、翻譯的檔案上傳至網站上供網友下載（曹明正, 2003），這種非商業立意的積極行動給予影迷新的管道，讓許多迷們樂於花許多時間下載。這同時反映出次文化社群渴望與日本同步的需求，弔詭的是台灣的年輕人是透過網路，「看簡體字的翻譯，獲得日本電視節目最新的進度」。

從胡綺珍針對網路華人日劇迷的研究（Hu, 2005），可見少數具有翻譯字幕能力的日劇迷們在網路科技環境下，主動以非商業立場發揮自助與分享精神，運用低成本的數位科技達到另類的流通、生產、與消費。他們企圖以數位科技突破地理時間的限制與正式發行制度，將最新日劇加以翻譯並打上中文字幕，這種DIY 實踐透過如BT等P2P科技，發揮網絡迅速的流通力量，呈現迷主動實踐的樣貌。

（二）鬆動原有影音媒介消費模式

網路影音檔案其流行、最新的特色，使原來的影音消費起了變化，造成對內

²⁷ 這是實際看過一些下載版的電影或卡通之後發現的共同現象。

²⁸ 這種論壇字幕組也形成一些有趣的現象，比如字幕組在各自論壇都有專門的活動版塊，僅有小組成員才能進入的各論壇的字幕小組。如遇熱門影片檔案上市，這些字幕組即緊鑼密鼓、分配任務，爭取在第一時間發佈字幕。不過相對也會出現各大字幕組搶翻熱門影片，而優秀的小眾、經典老片無人翻譯的情況。翻譯字幕的回饋除了在論壇上的積分與流量外，能在字幕成果上出現自己的署名，大概就是最大的動力來源了。

容的流行性更為敏感，流行對某些行動者的重要性大過於畫面品質，而更強調及時消費。尤其在網路上出現台灣未上映的電影，除了盜版業者於上映初期進入電影院側錄，或映演業工作人員將影片外流給盜版商²⁹，其實亦呈現電影輪映制度的盜版漏洞，讓時序成為網路論壇上的賣點。影片檔案在網路中失去了國界，不論是哪一國的電影先上映，就可能從那裡流出母帶。這也是為何 BT 在短時間成為最流行的下載軟體，尤其是電影做為一個流行性高的文化產品，成為許多行動者最大的動力，他們不會等到 VCD 或 DVD 發行。

這種跳過商業機制管道、國界而流動的消費，可能影響到既有媒介的經濟制度。Davis & Yeh 談到 VCD 科技與日劇的關係時，認為 VCD 對於日劇來說是節目性的，而對於電影而言是重製的產物，因為只有 VCD 才能提供觀賞日劇的可能(Davis& Yeh, 2004)。以這種差別來看原版燒錄片與下載檔案燒錄片的差異，便在於某些下載檔案是當時其他管道（電視、電影、光碟）所沒有的。同樣地，這種下載燒錄科技促成消費行為的改變，鬆動了既有的影視消費模式，可能擾亂、威脅到現存的影視商業制度。

四、小結

由於影音內容數位化、寬頻環境的興起，進而使一群生活慣於使用電腦的行動者，充分運用電腦科技或延伸與他人的關係，透過網路獲取影視觀賞與消費。網路影音檔案的下載以高流行性、多樣的內容吸引許多電腦使用者投入長時下載的行列，但也由於求快的特質出現多樣的檔案版本，其畫質與翻譯的品質參差不齊。其影音消費的新意義在於逃脫影視商業市場、甚至包括盜版，以免費、流動不固定、快速的週期運作。其次，因科技去中心化的分享特質形成更多影音、燒

²⁹為了防止這種現象，後來台灣電影著作權保護基金會採取在電影母帶裡，加上編號加密的方式防止外流（林欣若, 2004）。

錄版本，同時創造新分享模式，進而產生無需燒錄的現象。然而，從行動者面對不同的影音檔案處理載體的差異，可知無需燒錄的原因是行動者將影音檔當成錄影的時間平移之用，而非採取燒錄的收藏模式，除非爲了傳布分享，否則皆以檔案暫存而無需實體。

儘管如此，從燒錄下載的內容多半與既有媒體重疊的情況來看，網路影音下載的消費並沒有帶來根本上的改變，而是管道的不同。影音內容數位化後，行動者能輕易地複製近用與傳布，真正的變異是傳送分享影音內容的機會與方式，複製品與網路點對點傳輸讓行動者變成潛在的發散中心。網路檔案下載凸顯諸如全球影視時序的漏洞、社群追求影視流行同步的現象，這種略過商業機構授權出現的消費方式鬆動了原有的影視商業機制。