

## 解讀全球資訊網上的台灣女性網站： 由網站論述表現看性別與科技之關係

林宇玲\*

### 摘要

為瞭解性別與網路之間的關係，本研究以論述分析檢視臺灣女性網站的論述表現。結果發現，載 147 個女性網站之中，至少出現 12 種不同的類型，此顯示女性網站產製異質與多樣性的女性論述，但其全力並不均等。受到市場機制的左右，營利屬性的女性網站較占優勢，其不但物化女性形象，也將性別議題納入商業體系之內。其次，從技術面來看，大多數的女性網站受到傳統性別觀念的影響，將網站建構成簡單的粉（紅）色領域，因而複製了宰制的意識型態。但科技無法完全地控制使用者，仍有拉子網站等意圖突破其侷限，讓科技能為婦女所用。

關鍵字：女性網站、性別化的科技、空間化的方法、論述分析、網際網路、網路空間

---

\*世新大學新聞學系助理教授

## 壹、緒論

隨著新科技的不斷改善與政商勢力的積極介入，網際網路（Internet）也開始強調「使用者友善」（user-friendliness）的觀念。以圖形介面為主的「全球資訊網」（World Wide Web），由於操作簡易遂成為網際網路最重要的服務項目。它不僅提供多樣化的資訊，而且也招徠了大批的上網人潮（Harris & Kidder, 1995：1-4）。

根據近年來的「台灣地區網路使用調查報告」顯示，女性上網的人數有逐年增加的趨勢，而且與男性使用者的比例越來越接近<sup>(1)</sup>。由於女性上網的人數成長快速，在全球資訊網上，各種類型的「女性網站」相繼成立，不但自成一個類屬，而且許多大型的網站也紛紛增闢「女性」網頁，以便搶攻女性的網站市場。然而，隨著女性網民的增多與女性網站的出現，網際網路是否能夠擺脫過去「男性領域」（male territory）的嫌疑？

許多國外的女性主義者已經證實，全球資訊網仍是由男性主導；而且它所提供的文化環境，對婦女而言相當不利，不但充斥著各種色情訊息，也刻意強調女性的某些刻板角色（McLaughlin, 1996：75；Wakeford, 1997：53）。不過她們也發現，全球資訊網上仍有一股婦女的反對聲浪，譬如〈Cybergrrl〉與〈Geekgirl〉等女性網站。這似乎說明，在某個程度上，全球資訊網仍可以作為婦女的抗爭工具。婦女可以透過架設女性網站，去支援、聯繫與動員其他的姊妹。N. Wakeford 因而建議性別研究者，應進一步檢視全球資訊網上的女性網站，以便了解婦女究竟如何使用與參與新科技（Wakeford, 1997）。

在國內，目前政府正在努力地推動網際網路的全民運動。然而，若不正視網路所隱藏的性別問題，而天真的以為「科技是中立」的，那麼現實社會裡性別歧視的問題，可能將會在「網路空間」（cyberspace）裡繼續擴大與加深。如此一來，政府遑論能依賴網際網路使台灣變成更民主、更平等的社會！因此本研究認為，若想研究網路對社會、文化的影響，研究者實有必要檢視與反省「性別」與「新科技」之間的關係。

有關性別與科技的研究，過去女性主義者總是圍繞著相同的主題——「科技是男性文化的產物」——打轉。結果也一再發現，男人可以接近並利用科技取得權力與控制；

---

<sup>(1)</sup> 從蕃薯藤的〈台灣網路使用調查報告〉顯示，台灣地區網路使用人口的性別比例有明顯的改變：男女比例已由 76 比 24（1996），轉變成 68 比 32（1997），甚至到 57 比 43（1998）。另外，〈台灣網路公民趨勢系列調查：1996-1998〉也發現女性上網人數有逐年增加的趨勢，已由 32%（1996），成長到 48%（1998）（吳統雄與饒培倫，1999）。

女人則被剝奪這方面的能力 (Wajcman, 1991)。此研究取向，雖然有助於我們瞭解女人與科技疏離的原因，但卻無法回答，假如有更多的婦女參與科技，是否就能改善性別不平等的現象<sup>(2)</sup>？這是因為此類研究取向視「性別」與「科技」為既存的 (given) 概念，以致於容易將男性特質 (masculinity) 與科技之間的關係，視為一種意識型態的連結 (ideological link)。進而歸結出，男人易接近與運用科學知識；女人則否，故此取向無法看出「性別」與「科技」之間的複雜關係。為此，S. Ormrod 與 M. Morse 認為，性別與科技研究應著重在既存的社會關係 (特別是性別關係) 如何形成科技？而此關係又是如何被表現在科技之中 (Ormrod, 1995; Morse, 1997)？由於國內已有不少研究在探討網際網路的形成 (程宗明, 1997; 郭良文, 1997)，因此本研究將重點放在後者一網路上展現什麼樣的性別關係？

儘管目前國內已有零星的研究，觸及網路的性別議題，不過這些研究只是分析幾個特定的女性網站而已，而且研究的焦點不是放在新科技的民主特徵上，就是討論網路的抗爭用途 (方念萱等, 1996; 黃慧櫻, 1997; 李禮君, 1997; 鄭敏慧, 1998)。本研究認為，如果我們想要瞭解台灣的網路性別文化，光是研究幾個特定的女性網站是不夠的，我們還需要一個更全面性的調查研究。因此，本研究將檢視全球資訊網上，專門服務「台灣婦女」的中文女性網站，以便了解台灣婦女是如何在網路裡現身 (presence)。在方法上，本研究擬採用論述分析 (discourse analysis)，去解讀這些網站的性別表現與其所運用的策略。本研究希望藉此進一步了解網路科技與性別之間的關係。

## 貳、相關文獻

### 一、網路是女人天地？抑或男人地盤？

「網際網路」的科技發展推陳出新。早期它所提供的服務，包括檔案傳輸 (file transfer)、電子郵件 (electronic mail) 與電子公告欄 (bulletin board systems) 等；使用者必須學習這些系統的個別語言與指令，才能使用這些資源。但隨著全球資訊網的出

---

<sup>(2)</sup> 有些女性主義者對婦女使用科技一事，並不樂觀。譬如：Warnick (1999) 在研究美國女性網站的修辭表現時發現，Cybergrrl 的網站過份強調科技能力。由於她預設科技能力是屬於男性特質，因而她認為這些網站的表現，其實是男性化了女性特質 (masculinize the feminine)。

現，由於它能支援其他的網路服務，故使用者在開啟 WWW 的同時，即能享受多種的網路資源，網際網路於是成為各種傳播服務的巨集。它的傳播形式可以從兩人之間的電子郵件往來，到多人在聊天室 (chat room) 裡閒話家常，甚至是某個團體為自己建立網站。M. Morris & C. Ogan 因而宣稱，網路是一種多層面的大眾媒體 (a multifaceted mass medium)，它包含不同的傳播形構 (configurations)，能夠連結人際溝通與大眾傳播 (Morris & Ogan, 1996: 42)。

由科技層面來看，網際網路具有多媒體、雙向互動與使用者取向等特色，使其傳播方式不同於舊有的大眾媒體。在微觀層次上，網路賦予使用者更多的自主與控制權：使用者不但能以匿名的方式搜尋資料，而且他們也能自由創作與傳散訊息，甚至還能以「化名」的方式，進入各種討論區 (Tamblyn, 1997: 42-43; Blackman, 1998: 132-133; Seidler, 1998: 20)。在鉅觀層次上，網路不僅能作為「公共論壇」的場域——讓使用者在網路上暢所欲言，而且它還能形成網路社區 (cybercommunities)——讓使用者不用透過有形的地點 (locate)，就能輕易地參與社區的活動 (Kitchin, 1997: 149-150)。因此，許多缺乏社會資源的弱勢團體，紛紛利用網路去開發與累積資源 (Zickmund, 1997)。

網路的科技特性使網路空間搏得「世外桃源」的美譽——它與現實社會相比，總是顯得更自由、更民主與更平等。有些女性主義學者甚至認為，去掉「層級化」的網路空間，將能成為女人的國度。S. Plant 指稱，虛擬現實猶如女人，缺乏陽具與權力，它只是一種模擬，但總是超乎它所想要模仿的對象。Plant 並且以「編織」(weaving) 來比喻網路的運作，由於「編織」向來被視為是女人的拿手絕技，因此她斷言，能編織出各種偽裝物的女人，未來將會在網路上倍受肯定 (Plant, 1995)。此外，N. Tenhaaf 也強調，網路是一個沒有固定認同的「女性空間」(feminine space)。不過她所謂的「女性」，並非指女人的生理性徵，或是女人在象徵秩序裡的負面地位；而是指一種能跳脫二元對立(自我與他者之分)的表達方式。由於網路採用此種表達方式，因此它能挑戰「以陽物為中心」的男性論述 (Tenhaaf, 1996: 63)。

正當女性主義者看好新科技的解放潛力之際，一群從事網路研究的學者卻有了負面的發現。他們指出，儘管網路允許反叛，或甚至出現較少商業色彩的文化，但網路未必會走向反霸權的方向。這是因為網路的使用，仍有門檻的限制，容易排除低社經地位與科技文盲者 (technology illiterate) 的參與。而且在性別層次上，網路也沒有發揮眾人所預期的革命效果，反而傾向複製男性宰制的模式 (Menser and Aronowitz, 1996:

14; Birke and Hency, 1997: 226; Morse, 1997: 24)。譬如，在討論區裡出現的「女性角色」，她們的語言表達以順從與支持他人為主（Spender, 1995; Dietrich, 1998）；而在網站裡現身的「女性形象」，則多是男人所欲求的美麗且被動的性對象（Dery, 1996）。由此來看，網路空間的性別表現，其實複製了現實社會裡的性別刻板印象。是以，P. Wise 指稱，網路的確是女性化的科技，只不過它擁有的是「女人」的負面特質——缺乏與他者（lack/other）。由於網路像女人一樣，只是「物件」（object）等著被駕馭，因此網路空間的父權形象，不僅出現在網路上，而且也體現在科技本身。換言之，網路的女性化只是男人用以擴充與維持他們的主體性罷了（Wise, 1997）。

上述的這些發現，在某個程度上已經推翻了網路的烏托邦想法。由於過去的研究，一直以為網路的運作不同於現實社會，乃自成一局，因而過度神秘化網路的解放與轉換能力（Robins, 1995: 146）。其實，網路科技並非無中生有，而是為了軍事與商業的目的才被發展出來，而且它的運作也一直受到物質與社會生產的安排（the arrangement of material-social production）所影響（Menser, 1996: 308）。因此，我們應「去神秘化」（de-mytholise）網路空間與其文化形式，重新評估他們的政治意涵。Kitchin（1997: 167）並且建議採用脈絡化（contextualising）的分析，也就是將網路空間置放在一個更大的政治、經濟變動的社會脈絡裡，然後再去檢視它的文化表現。

基本上，本研究也贊同 Kitchin 的看法。網路空間無法與現實社會截然二分，而且網路本身絕非「無性別」的科技。儘管網路的某些表現能夠「去穩定」性別的意涵，然而網路與性別之間的關係，並不是簡單地在網路空間上標籤「超越性別」或「性別歧視」就能解決；相反地，這問題涉及一個更複雜的社會過程，必須放在現實的脈絡底下分析。

## 二、網路與性別的辯證關係

根據前面的討論，我們可以發現「性別」是網路運作的一個重要面向。然而，兩者之間究竟有何關係？網路作為科技，不只是一套硬體設備而已，它還包含相關的知識（使用規則與技巧）與生產的過程（Terry and Calvert, 1997: 5）。是以，網路不僅能幫助我們生產成品（如網頁）、表徵與效果，而且還能影響我們對主體性、現實與社會關係的看法。

另外，由於網路的產製無法脫離社會的政經脈絡，因此網路科技的形成也深受社會

關係的影響，性別關係正是其中之一。換言之，性別關係在某種程度上已先「性別化」了網路科技，所以當我們在日常生活中使用網路時，它也可能反過來「性別化」我們，強化既有的性別關係。源於軍事工業的網路，它的語言型態與使用方式比較符合男性的陽剛特質，因而網路的程式設計師或使用者多以男性為主（Warnick, 1999: 6）。再者，從異性戀的性別規範來看，「男性特質」等同於「科技能力」，所以男性從小就被鼓勵去追求科學知識與技術（Benston, 1988; Cockburn, 1994）。科技能力可以說是男人的一種自我表現，因此與女人相比，男人總顯得比較願意學習與使用網路。S. Turkle 表示，女人拒絕學習或使用電腦，其實是為了實現她的女性特質，因為女人被視為「科技無能者」（Turkle, 1988）。

不過，這裡必須強調「性別」，並非指實質或穩定的認同。de Lauretis 指出，「性別」其實也是一種「科技」——專門生產與複製男、女性特質的類目與層級，並賦予個人在社會中的價值，使他們成為男、女人（de Lauretis, 1987）。不過，「性別」不是靜止或預存的概念，就像網路科技一樣，它也是社會建構下的產物。既是「建構」，當然「性別」的內涵也就不是既定，而是不斷地在權力爭奪的過程中，一再地被協商與再賦予定義（Henwood, 1993: 45）。N. Wakeford 表示，儘管美國的網路空間已經變成男人的天下，但仍有一些婦女不願意扮演犧牲者的角色，而努力地學習新科技，並創造〈Grrrl〉網。對她們來說，網路無疑賦予她們權力去顛覆傳統的刻板印象，並且證實科技能力並非是男性的專利（Wakeford, 1997: 61）<sup>(3)</sup>。是以，網路與性別之間的關係，乃是一種變動且複雜的權力關係：一方面，性別關係能影響網路科技的形成與運作；另一方面，網路科技又能在網路空間裡建構性別關係。

在前面我們曾經提及，網路是各種傳播服務的巨集，但由於研究的限制，本研究將只分析全球資訊網與性別之間的關係。全球資訊網具有整合網路資源的功能，因而它所形成的文化現象，多少會與其他資源發生關聯。儘管如此，Wakeford 表示，不同網路資源之間還是有差異存在。她並且指出，網路空間其實是一連串的表演（a series of performance）；每一個表演區內，都有它自己的結構特徵與規範，值得我們進一步去檢視（Wakeford, 1997: 53-54）。

---

<sup>(3)</sup> Wakeford 對〈Grrrl〉或〈Cybergrrl〉女性網站的解讀，顯然與 Warnick 大異其趣。主要是因為她採用後結構主義的觀點，認為性別特質是被建構出來的，所以婦女學習新科技有助於擺脫傳統對「女性特質」（不適合科技）的刻板印象。

以 WWW 來說，它的重要特徵包括超鏈結 (hyperlink) 與多媒體使用。前者允許網路使用者不斷地在文本之間移動，因而 WWW 的文本特質基本上是開放、且「互為文本」(intertextuality) (Mitra & Cohen, 1999: 182-184)。網站的經營者也明瞭此點，不過為了吸引使用者的駐足，他們通常會利用多媒體 (尤其是視覺表達) 與互動功能，來強化使用者對網站的辨視與認同。Jones 指出，網站的設計旨在幫助使用者一眼察覺「它 (指網站) 是誰？」，因為網站如同「個人」，有它的個性 (personality)，隨時準備與使用者進行互動 (McLoy, 1996: 7-22)。由此可見，在強調超鏈結的 WWW 裡，網站的「表意策略」反而變成異常重要。為此，本研究擬採用後現代女性主義的表徵取向，去檢視全球資訊網如何解構與重構「性別」。

### 參、理論架構與研究問題

文化研究 (Cultural Studies) 一向以探討文化實踐與表徵問題自居，但女性主義者發現以男性掛帥的文化研究，容易忽略性別議題，因而提出女性主義的文化研究——亦即採用女性的立場，重新審視流行文化的形式 (Brooks, 1997)。早期的女性主義文化研究，特別是表徵取向，著重在媒體如何塑造婦女的刻板形象與角色 (Macdonald, 1995; Marshment, 1997)；近年來則轉向探究性別表徵如何作為權力競逐的場域。這是因為後現代女性主義者，受到 Foucault 的「轉換與錯置」(transformation and displacement)、以及 Deleuze 的「去地域化」(deterritorialization) 等概念的影響，也開始重視「空間」的觀念，並採用空間化的方法 (spatialising method) 檢視性別表徵。

後現代女性主義者認為，「空間」不是固定且客觀存在的地點，而是「權力競逐的場域」——它包含物質脈絡與象徵體系，因此它不僅是社會實踐的「發生地」，而且本身也能體現與生產知識、權力以及主體性。至於她們所採用的空間化策略，可以簡要地歸結出四點：

1. 空間化研究的對象：女性主義者不僅視論述或文本為抗爭的場域 (sites of struggle)，而且也把身體、認同或主體等對象，當成位置 (location) 或地域 (terrain) 來討論。
2. 以「空間性的隱喻」(spatial metaphors) 作為分析的工具：由於空間乃是兵家必爭之地，因此女性主義者常用「空間性的隱喻」(譬如：「分散」的霸權、「去中心化」的認同、或「遊牧」的主體等概念) 來解釋權力的運作。

3. 重視差異：「性別」無法單獨地在空間裡運作，而是與其他權力一起發生作用，故「婦女」不是單一的整體，而是充滿多樣性。J. Sawicki 等人因而提出「差異政治」（politics of difference），強調婦女之間有差異存在，不容忽視。
4. 主張「處境化的知識」（situated knowledge）：由於個人的看法受制於所處的空間，因而 D. Haraway 提出「處境化的知識」，意指知識源於特定的脈絡，必須先加以「定位」，才能掌握它的片面性（Haraway, 1991）。這觀點對女性主義表徵政治的發展，有重要的影響。

上述的空間化策略，散見於女性主義的不同研究領域。在表徵研究方面，一些女性主義者也開始將性別表徵置入其所屬的位置，使其變成處境化的知識，然後再進一步地分析它與權力之間的關係，以及它的權力效果（McDowell, 1996；Rose, 1996）。這種空間化性別表徵的做法，已為女性主義的表徵政治另闢新路。女性主義者除了藉助傳統的研究，要求媒體不要再扭曲婦女的形象之外，她們也開始追問：在差異與多元的文化脈絡底下，性別表徵究竟如何被建構出來？發揮了什麼樣的權力效果？為誰的利益服務？如何變成反抗的場域？以及在這過程中，認同與主體如何被形成與被解構？

這些表徵問題，也能用來觀察全球資訊網的性別表現。不過這方面的研究，目前仍很欠缺。Wakeford 和 Warnick 曾先後分析美國女性網站的論述表現，她們發現不同類型的女性網站，利用不同的表意策略，去建構「女性」的主體性。儘管兩人對女性網站的解讀不盡相同<sup>(4)</sup>，但她們皆表示，女性網站能呈現出婦女與新科技之間的複雜關係（Wakeford, 1997：63；Warnick, 1999：2）。是以，本研究也將全面檢視台灣的女性網站，以便了解台灣婦女與 WWW 之間的關係。以「台灣的女性網站」為對象，雖然無法完全符合 WWW 的特性<sup>(5)</sup>，但地域化（localized）的女性網站卻能彰顯出（不同區域）婦女之間的差異，並能幫助我們了解「台灣婦女」，以何面容（public face）出現在全球流通的資訊空間裡。根據前面的文獻與理論探討，本研究擬提出兩個研究問題：

1. 在全球資訊網裡，台灣的「女性」主體性如何被形塑在女性網站上？

---

<sup>(4)</sup> 請參考註釋(2)與(3)。從她們的研究中，我們可以發現概念的界定，會影響網站的解讀結果，因而本研究花了許多篇幅進行文獻與理論的耙梳，以便讓讀者了解本研究的解讀立場與關懷重點。

<sup>(5)</sup> A. Mitra & E. Cohen 指出，全球資訊網具有全球流通（global reach）的功能，但如果網站太強調地域化或特殊興趣，可能會使文本只侷限在某個領域（未必能訴求不同閱聽眾），而無法發揮 WWW 的潛在能力（Mitra & Cohen, 1999：193）。



針對此問題，首先我們將「空間化」女性網站，然後觀察不同權力如何在此場域競逐？也就是「性別」如何交織著其他權力（諸如：性偏好、階級、年齡、政治趨向等），形成不同的發聲位置（location）？然後它們又運用哪些策略，去建構與生產「女人」與「女性特質」的處境化知識，並且發揮其權力的效應？

## 2. 女性網站採用什麼樣的科技表現，去強化或解構「性別」的意涵？

全球資訊網以特定的書寫方式去生產論述。然而，「誰」有能力去接近與使用這種新的文化形式？科技本身並非中立的產製工具，它隱藏著性別的意涵。當台灣女性網站運用這些科技時，是否也被建構成某種特定的性別地域，而再次複製了現實社會的性別刻板印象？

# 肆、研究方法

## 一、論述分析

在方法層次，本研究將採用 Foucault 的「論述分析」，主要的原因有二：其一，Foucault 強調「論述的轉換與錯置」，此符合 WWW 的「互為文本」的特徵。台灣的女性網站並不是孤立存在，而是屬於「全球」流通網站中的一部分，與其他網站互相交織與替換。其二，論述分析能處理 WWW 文本與社會權力之間的關係（Mitra & Cohen, 1999: 199）。Foucault 指出，論述既是權力的工具，也是它的效果。它可以用來轉換、生產與支持既有的權力關係，但同時它也能阻礙、反抗與顛覆霸權的運作。儘管論述具有雙重的作用，但 Foucault 強調，我們不應把論述世界劃分成「宰制」與「被宰制」兩個陣營，而應視它為一系列不連串部分（a series of discontinuous segments）的組合——在論述世界裡，雖然個別的論述要素，所採取的策略不同，但卻能影響與牽制對方（Foucault, 1990: 100-102）。

Foucault 並且主張論述的分析，應根據「誰」、站在什麼「權力位置」、位處於哪個「制度脈絡」之下、「說了什麼」的原則，去檢視什麼事情被說與被刪除，以及產生哪些不同的權力效果（Foucault, 1990: 100）。本研究將以此原則，作為分析的策略。

## 二、女性網站的選取

本研究定義「台灣女性網站」為：「在全球資訊網（WWW）上，語言是繁體中

文，網站由婦女所經營，或內容以婦女為對象（Focused on women），並以服務台灣婦女為宗旨的網站」<sup>(6)</sup>。其樣本選取方法如下：

1. 選用「婦女」、「女性」、「女人」與「女孩」等字眼，作為關鍵字。
2. 透過「蕃薯藤」、「八爪魚」以及「雅虎」等搜索引擎的檢索，找出符合本研究定義的「女性網站」。

最後，將搜索出來的網站，逐一檢視與過濾，並剔除目前已不再經營或無法瀏覽的網站。

### 三、研究步驟

根據研究問題的需要，本研究發展出下列的研究步驟：

首先，檢視每一個被挑選出來的女性網站（誰），站在什麼「位置」上發聲？是否獨立經營，還是為某一個「機構」服務？

其次，在「說了什麼」的部分，我們將深入調查網站所呈現的「內容」與「技術」<sup>(7)</sup>，前者涉及「什麼事情被說」；後者則關注「事情如何被說」。此步驟不僅有助於我們去了解「女性特質」與「女性論述」在全球資訊網的建構過程，而且還能幫助我們進一步觀察性別與新科技之間的微妙關係。

在「內容」方面，J. Brockman 表示，網路內容不再是「可任人取用的文字或圖像」，而是指「互動性的品質」，其來自網站所挑選的內容、服務項目與品質保證等（約翰·布洛曼，1997：17-18）。因此，在這部分我們將分析網站的「內容主題」與其所提供的「服務項目」。根據過去的類型化（genres）研究發現，以女性為訴求的傳播內容，乃是以軟性或情感性的題材為主，譬如電視連續劇或浪漫愛情小說，討論的主題多半圍繞在個人關係、流行情報、購物與家庭等，因而「女性論述」，常被視為不重要或沒有價值（Macdonald，1995；Marshment，1997）。本研究想瞭解「女性網站」

<sup>(6)</sup> 台灣的中文「女性網站」，主要字型為 Chinese Big 5。如果是國內製作的網站，並且以服務國內婦女為主要對象，儘管網址設在國外，仍屬於本研究的研究對象。不過若是無法以繁體中文閱讀，雖屬於中文婦女網站（例如大陸的女性網站）仍剔除不用；此外，若能以繁體中文閱讀，不過網站以服務台灣地區以外的婦女為主（例如「香港基進網」），也不包括在研究樣本裡。

<sup>(7)</sup> 在「說了什麼」部分，本研究雖然分成「內容」與「技術」兩部分，但必須強調兩者其實是互相影響。譬如，網站若要提供「資料庫查詢」的互動服務，就必須先具有這方面的技術能力。

是否也出現類型化的趨勢，朝向軟性或消費性的內容發展？

至於「服務項目」，旨在調查女性網站所提供的多媒體應用、互動與鏈結服務。McLaughlin 指出，分析網站必須掌握這些特徵，因為它們構成 WWW 的超文本（hypertextuality）特質（McLaughlin：1996）。WWW 的文本除了文字之外，還包括圖像，甚至聲音、動畫與電影等，這些內容都能增加訊息的豐富性與意義的多義性（polysemy）。此外，WWW 提供互動與超鏈結服務，不但有助於形塑女性網站的個性（如封閉性或開放性），而且也能展現出婦女與新科技之間的關係。

在「技術」層面，網站的風格也受制於一套網頁製作的論述規則，包括：網站的名稱、象徵（icon）與網頁設計（包含視覺圖形要素、顏色與科技語言的應用等），因此我們也將這些列為分析項目。Wakeford 指出，網站的命名能塑造某種婦女的形象，並發揮反抗的作用，譬如以「Grrrls」、「Geeks」、「Nerds」命名的婦女網站。由於這些文字符碼（codes）不同於傳統的女性修辭字眼，故我們無法以「女孩」或「女人」等關鍵字去搜尋它們，結果這些網站就成了另類的性別網站（Wakeford，1997：60-61）。雖然 Wakeford 只提及「網站名稱」會影響女性網站的主體建構，但本研究以為其他項目，對網站的辨識與形象的維持，也極為重要。

近年來受到認知心理學的影響，WWW 也開始強調「人機介面」（human-computer interface）的概念，亦即提供使用者一個友善、而且容易使用的介面（Newhagen & Rafaeli，1996：8；Marra，1996：20）。為了達到此目的，設計者必須事先掌握使用者的特徵。誠如 Gassaway 等人所指出，顏色雖能凸顯與維持網站的個性，但在選用顏色之前，必須先考慮使用者的心理，通常女性比男性更易對顏色與圖形產生反應，而且她們不喜歡褐色系（Gassaway et al.，1996：48-49）。由此來看，網站的建構乃是以使用者所熟悉的方式為主。

在某個程度上，人機介面的概念，彰顯出新科技的「社會性」<sup>(8)</sup>。曾研究電器用品的 C. Cockburn and S. Ormrod 表示，科技的性別化特質，可以透過「顏色使用」與「設計方式」顯露出來。由於科技在製造之初，即考慮兩性的傳統特質與角色，因此男、女性所使用的用具在「顏色」與「功能」上都有明顯的差異。譬如：專為女人設計的家用電器，以白色或柔軟的顏色為主，並配合簡單的技術；相反地，複雜的電子機械，則以

---

<sup>(8)</sup> WWW 除了科技硬體之外，還包含一套相關的使用知識與技巧；而這套知識主要是由社會價值繁衍出來。以「人機介面」為例，它強調 WWW 的運作，必須配合使用者的既有經驗。

深色或黑色為主，以便召喚男性去使用它們（Cockburn and Ormrod, 1993）。根據她們的研究，我們可以發現科技的顏色與設計方式，不僅標示出性別地域，而且也區分出層級——男性使用高科技；女性則採用低科技。由此觀之，科技的人性化服務，雖然能為使用者帶來方便，但卻可能因此而強化既有的性別關係。是以，本研究想瞭解「女性特質」是如何被建構在女性網站上？女性網站是否變成所謂的「粉紅色」地域？或是停留在使用初階的電腦語言<sup>(9)</sup>？綜合上述，本研究發展出個別女性網站的分析架構（見表一）。

表一 個別女性網站的分析架構

研究問題一	網站名稱	
	網址	
	網站訴求	
	網頁製作單位	
研究問題二	網頁內容	服務項目（包括多媒體、互動與連結）
		主題類型
	網頁製作方式	象徵
		顏色使用與設計風格
		科技語言與更新速度

## 伍、研究發現

### 一、女性網站的權力展現

本研究於 1999 年一月一日至九月五日期間，進行「女性網站」的論述分析。在九月五日以前，符合本研究的定義，又沒有中途銷聲匿跡的女性網站共有 147 個。根據女性網站的主要特徵，可以粗略地分成三大類型與十二類目<sup>(10)</sup>：

<sup>(9)</sup> 網路的電腦語言，汰舊換新的速度非常快。進階的語言，諸如：JAVA、Active X 或 Flash 等，能做多媒體、動態與雙向互動的效果，並且使網頁看起來更炫目；初階的語言則比較流於靜態，易使網頁看起來較呆板。

<sup>(10)</sup> 本研究根據個別網站的首頁，找出有關宗旨的陳述（statement），以確定其立場與服務性質；並據此將所有網站粗略分成三大類型與十二類目。在此，「分類」只是為了便於比較，

### 1. 政治屬性的女性網站

- (1) 官方立場的女性網站：使用政府網路資源所成立的網站，如：〈台北市婦女權益促進委員會〉。
- (2) 國民黨立場的女性網站：由國民黨或支持國民黨的婦女團體所設立的網站，如：〈中國國民黨中央婦女工作會〉、〈中華民國台灣省婦女會〉。
- (3) 在野黨立場的女性網站：由民進黨婦女發展部或支持民進黨的女性選民所成立網站，如：〈民主進步黨婦女發展部〉、〈水噹噹扁友會〉。
- (4) 女性政治人物的網站：由女性立法委員或國大代表所成立的網站，如：〈黃昭順立法委員全球資訊網〉、〈政治最前線之國大代表鄭麗文〉。

### 2. 營利屬性的女性網站

- (1) 工商企業的女性網站：由販售女性用品的工商企業所建立的網站，如：〈名女人服飾店〉、〈女人街網路女性百貨商場〉。
- (2) 媒體促銷的女性網站：由傳播媒體所經營的女性網站，用來促銷該媒體，如：〈柯夢波丹〉、〈中視劇場女人花〉。
- (3) 女性生活資訊網站：旨在提供婦女全方位的生活資訊，如：〈IROSE 全球第一個華文女性大門網站〉。

### 3. 非營利屬性的女性網站

- (1) 民間婦女團體的網站：由各種民間婦女團體所成立的網站，包括針對婦女救援的〈台北市婦女救援社會福利基金會〉、協助弱勢婦女的〈台北婦女展業中心〉、或從事社會抗爭的〈娼／倡學塾〉等。
- (2) 女性主義的相關網站：專門探究女性主義與女性議題的網站，如：清大的〈兩性與社會研究室〉、〈女聲電子報〉。
- (3) 女同志的網站：以服務女同志為宗旨的女性網站，如：〈童女之舞〉。
- (4) 女性醫療網站：專門提供婦女健康與醫療資訊的網站，如：〈賴國良婦產科〉、〈新女性健康生活〉<sup>(11)</sup>。
- (5) 一般個人的女性網站：由個別婦女所建立的網站，旨在介紹本人、作品與其見

---

以便看出女性網站的發展趨勢，而非作為預測的指標，因此本研究並未採用嚴謹的分類原則。

<sup>(11)</sup> 由男性婦產科醫生所經營的網站，網頁內也出現醫院的地址與看病時間，此雖有廣告之嫌，但因其以資訊的方式呈現，故本研究仍是將其放入「非營利」的屬性底下。

解，如：〈小女人的秘密花園〉、〈惹火女人〉等。

由此觀之，台灣女性網站的確顯現出多元與異質的文化面貌（見表二）。下面我們將分別解釋各類網站，如何在其權力位置上，產製符合自身利益的知識。

表二 女性網站的分類

政治屬性(26)	官方立場的網站 (3) 執政黨立場的網站 (6) 在野黨立場的網站 (2) 女性政治人物的網站 (15)
營利屬性網站(43)	工商企業的網站 (14) 媒體促銷的網站 (20) 女性資訊網站 (9)
非營利屬性(78)	民間婦女團體網站 (19) 女性主義網站 (15) 女同志網站 (29) 女性醫療網站 (6) 女性的個人網站 (9)

註：括弧之中的數目，為各類的累計。

### 1. 政治屬性的女性網站

這類網站強調女性是「政治主體」，鼓勵婦女參與公眾事務。然而，不同政治立場的網站，在網站的表現上，有很大的差異。首先，官方或持國民黨立場的女性網站，僅視網站為一個宣傳或公告的媒體，故未充分利用 WWW 的特性，只是以靜態的文字與圖像去介紹該組織，並且提供較少的超鏈結服務。以〈中央婦女工作會〉為例，在「重要資源」單元，僅提供連結 KMT、救國團與張老師等官方性的網站。顯然，這類網站的資源，僅在相同立場的網站中流通與替換，形成一個封閉性的網絡，以鞏固其勢力<sup>(12)</sup>。

<sup>(12)</sup> 有關超鏈結部分，本研究分析乃是由網站的設計層次著手，以便了解網站試圖引導使用者到哪裡去，或不去哪裡。當然，網路使用者未必會遵照網站設計者的超鏈結路線。

其次，對於渴求政治資源的在野黨婦女組織或女性政治人物來說，WWW 則是一個說服、動員與聯繫的工具，因此她們的網站，不論在功能或內容上，都顯得比較繁複。女性政治人物的網站，除了介紹自己的背景（特別是家庭背景）、政見與政績之外，多增設留言版、討論區與民意信箱等，以便與選民進行互動。此外，為了便民，這類網站也提供生活網站的超鏈結服務（如：搜索引擎或交通等）。不過值得注意，這類網站具有強烈的政治目的與任務，通常只有在選舉時刻，才顯得特別活躍。

至於民進黨旗下的婦女網站，不但以宣揚該組織為職志，也包括女性相關議題的討論、電子報、資料庫與線上通訊（如：民主查某人）等多樣性的服務。在超鏈結方面，這類網站多設有「婦女網路資源服務」，不但能連結民進黨相關的網站，而且也能與其他異質性的網站相通，因而形成一個開放性的網絡，能幫助民進黨去動員與吸納更多外在的資源。

## 2. 營利屬性的女性網站

這類網站看好婦女的消費潛力，從市場的角度去規劃與經營網站，意圖將女性建構為「消費主體」。在此屬性之下，共有三種類目。首先，工商企業的女性網站旨在銷售產品，因而較少提供對外的超鏈結，故呈現出自足（self-contained）與封閉的狀態<sup>(13)</sup>。這點與國外的發現有類似之處<sup>(14)</sup>。在內容方面，這類網站以商品的圖片為主，而且多採用西方女模特兒來展示商品。來自「進步」國度的「西方」女體，不但能凸顯商品的優越性，而且她們的身材也更符合理想的女體標準——纖瘦、美麗與性感。此策略無疑是一般廣告的手法：用女體來促銷商品，然後要求女性讀者以男性的眼光去打量自己，並且利用消費的方式來彌補自身的缺陷。此外，值得注意的是，有些企業也在網路上增闢女人特區，鼓勵婦女上網逛街與「瞎拼」。譬如〈女人街網路女性百貨商場〉在首頁宣稱：「世界上沒有醜女人，只有懶女人！進來走走包你美到人。」這類網站意圖將「消費」與「女性美」構連在一起，它們強調唯有透過消費，婦女才能擁有現代的女性美。

其次是媒體促銷的女性網站。原以女性為訴求對象的媒體，特別是女性流行雜誌，也利用網路來推銷該媒體。我們發現女性雜誌網站，近來有增多的趨勢。在今年初，全

---

<sup>(13)</sup> 工商企業的網站，為了讓使用者停留在網站內選購商品，多半未提供對外的超鏈結。譬如以〈艾利詩服飾〉為例，乃是一個封閉性的超鏈結迴路：公司簡介→品牌介紹→Iris→Miss Iris→設櫃地點→新知新訊。

<sup>(14)</sup> 請參考 McLaughlin、Warnick 等人的研究。

球資訊網上只有五家女性雜誌，它們的內容簡單，多只展示雜誌的封面與目錄，連結的速度也非常慢。但截至目前為止，女性雜誌網站已增至十八家之多。它們不再只是介紹雜誌而已，也開始刊登廣告、設立聊天室、資料庫與線上票選等活動。這些新增的女性雜誌網站，多數是國際女性雜誌的中文版，諸如〈Phoebes 芙蓉坊〉或〈ELLE 台灣網站〉，而它們所提供的超鏈結服務，也多侷限於媒體組織的相關產業。譬如〈Vogue〉宣稱，「連結到更寬、更廣的地與天」，但其所提供的鏈結，卻是康泰納仕旗下的相關網站，形成一個跨國性的封閉網絡。由於擁有國外現成的資源，這些網站不僅內容豐富，而且製作方式也較新穎，因而容易吸引婦女駐足欣賞。由此觀之，無遠弗屆的網路，已為跨國性的流行雜誌帶來新契機，使它們更易推銷西方資本主義的女性觀，而且也更能掌控全球的市場。

再來看女性的生活資訊網站。不同於工商企業的女性網站，這類網站並不直接販售商品，而是藉由提供婦女資訊之便，將婦女當成商品賣給廣告商，然後從中賺取利潤。目前標榜供應婦女「全方位的資訊服務」共有九家<sup>(15)</sup>，它們不僅提供「一站全包」的服務，而且也想成為網路的重要中心節點，譬如〈夏娃天地〉宣稱，它是「全球第一個華文全方位女性互動網站」。換言之，這類網站不僅想建立屬於女人的網路天地，而且也試圖跨越國界，為網站開拓商機。由於語言的關係，這類網站目前都看好華文市場，希望憑藉超鏈結之便，而成為中文的婦女資訊中心。

雖然女性資訊網站也以營利為目的，但它們並非只供應「拜物」知識，而是同時生產「性別意識」（包括女性與同志權益）的相關知識。有些資訊網站為了累積有關婦女的資訊，甚至協助婦女團體成立自己的網站，譬如〈女人新天地〉的製作群為「婦女救援社會福利基金會」建立網站，但在〈婦女救援會〉網站裡，僅提供一個對外的超鏈結——〈女人新天地〉。不可否認，這類網站的確能幫助婦女去使用、累積與流通資訊。然而，它們對「流動」資訊的控制，未來對婦女恐怕也是另一隱憂。

---

<sup>(15)</sup> 九家的女性資訊網分別是〈iRose〉、〈台灣婦女資訊網〉、〈女人新天地〉、〈婦女世界〉、〈夏娃天地〉、〈女人話題〉、〈Vertex Woman 國際網站〉、〈女人女人〉與〈布蘭卡卡女人小鎮〉。在此必須特別說明〈台灣婦女資訊網〉，因為它歷經多次的變更。原本它是屬於公益性的網站（網址<http://taiwan.yam.org.tw/womenweb/>），無廣告服務。但隨著蕃薯藤改為商業組織後，網址更改為 <http://women.yam.com.tw/>，設有廣告視窗，不過它仍保留舊的網址。但在十月底（1999），蕃薯藤又將商業性的婦女網站改為〈hercafe〉，並維持〈台灣婦女資訊網〉的公益性質。由於本研究的論述分析時間是到九月初，在這段時期〈台灣婦女資訊網〉仍屬於商業性質，因而它被歸至營利類目。



在資訊社會裡，擁有資訊，即有權力。儘管女性資訊網站能為婦女統合資訊，免除其摸索之苦，但同時也強化了婦女對它們的依賴，而且也易助長它們成為資訊的霸主，反過來利用婦女為它們搏取更大的利益<sup>(16)</sup>。誠如 Bettig 所言，商業化使原本的資訊提供者，開始利用科技去從事廣告與商業交易行為，此趨勢將可能瓦解掉新傳播體系的民主潛力 (Bettig, 1997)。另外，Gunkel 夫婦也表示此趨勢，可能減低或無法完成重要的文化承諾 (Gunkel & Gunkel, 1997: 129)。

其次，女性資訊網站擁有人力、財力與技術，不但提供技術與網路空間予弱勢的婦女團體，並為名不見經傳的小站打開知名度。表面上來看，它們與婦女團體之間應是一種互惠、互利的關係。然而，網網相連的結果，女性資訊站往往成為資訊管理的「總部」，而弱小的婦女網站卻依舊只是總部底下的小節點 (nodes)，輔助「總部」生產資訊。如此一來，這類網站與婦女團體之間的關係，可能只會演變成「中心」與「邊陲」的知識產製關係。譬如〈台北市上班族協會〉指出，過去它搭建在蕃薯藤的婦女網站底下，雖然能獲得技術的協助，但因網址太長，不但使用者不易記住，而且參觀的人也很少，目前已計劃獨立出來<sup>(17)</sup>。

最後，女性主義的論述亦出現在女性資訊網站之內。照理來說，此應令人欣慰，但卻潛藏著危機。女性主義是一套反省的哲學，它反對任何加諸在女性身上的不公。除了男權之外，資本主義對女性自我的物化，也是女性主義者素來所關切的問題。女性資訊網站位於商業制度之下，自然很難擺脫資本主義的市場機制。當這類網站在宣揚「性別意識」時，卻也打開廣告視窗，導致女性主義的論述就像廣告視窗一樣，只是另一種流行；或是另一種知識商品供人觀看而已。此易減弱女性主義的反叛作用<sup>(18)</sup>。

### 3. 非營利屬性的女性網站

這類網站比較不具政黨色彩，而且也不以牟利為目的，主要有五種類目。第一類是民間婦女團體的網站。它們以宣傳婦女組織為要務，因而網頁的製作以文字與平面設計為主。在 19 個網站之中，〈婦女新知基金會〉、〈台北市女性權益促進會〉與〈新女

---

<sup>(16)</sup> 女性資訊網利用完備的資訊，吸引女性網友上網觀看，以便提高它的人氣指數，然後藉此為網站招來廣告商的支持。

<sup>(17)</sup> 本研究在十月至十二月期間，進行女性網站主持人的調查，分別以電子郵件問卷、電話或親身訪談等方式，訪問 24 位女性網站的主持人，〈上班族〉是其中之一。

<sup>(18)</sup> 一位女性資訊網的主管表示，它們之所以增列「性別議題」，其實是為了吸引不同類型的女性讀者。另外，〈貓站〉的站長也指出，在女性資訊網上雖然可以看到女性主義的相關報導，但它「輕鬆化」女性的權益問題。

性聯合會〉的網頁製作比較活潑，有動態與互動的功能，而且內容也常更新。譬如〈婦女新知基金會〉，不僅供應線上期刊與資料庫查詢，而且也有線上投票與留言版等設置，讓網友們可以自由地發表意見與詢問問題。不過，此網站也指出，礙於人力，可能無法及時線上回覆<sup>(19)</sup>。由此可知，婦女團體為何多利用網路來傳遞資訊與啟蒙意識，因為雙向互動需要更多的人力與技術來維持。

整體觀之，民間婦女團體的網站規模比較小，而且常附設在現有的商業網站底下。譬如：〈娼／倡學塾〉與〈新女性聯合會〉皆搭建在〈八足網路共和國〉的商業網（ICP）底下。這可能會出現三種問題：（1）小站必須免費為大站宣傳，也就是在首頁註明供應者，並提供內部的超鏈結；（2）小站必須刊登廣告，當鏈結時，廣告碰跳視窗會自動且優先出現，因而減緩了小站的讀取速度；（3）由於廣告製作日益新穎，因而它可能會拉開使用者的注意力，並傷害小站的形象<sup>(20)</sup>。儘管有這些問題存在，但對缺乏資源與技術的婦女團體來說，這恐怕也是目前無法避免的事。

第二類是女性主義的相關網站。這類網站可以概略分成「學術性」與「一般性」的女性主義站。學術性的女性主義網站使用教育網路資源，因而不受商業機制的左右。它們是由各大院校的性別研究組織或社團所組成，討論的議題也隨著各校著重的方向，而有些許差異。譬如：〈成大婦女與兩性研究室〉偏重在性侵害防治的問題，或〈東海女性研究室〉討論校園性騷擾。儘管內容不盡相同，但都圍繞著性別話題，而且利用超鏈結互通有無；有些網站甚至還提供國外的女性主義網站鏈結<sup>(21)</sup>。此外，各院校也成立女性主義相關的BBS站，容許大家對性別議題作進一步溝通與討論。

另外，屬於「一般性」的女性主義網站，絕大多數是使用商業網路資源。與學術性的網站相比，它們的內容傾向大眾化，製作方式也比較動態、活潑，譬如：由甦活族所設計的〈甜不辣〉，或是南方人文網的加盟站〈女人天地〉。這些網站不僅提供性別議題的討論，而且還有婦女資源的查詢服務。此外，一般性的女性主義網站還包括電子報，例如〈女權上路〉與〈女聲〉，它們利用電子郵件的方式，傳送有關婦女與性別的

---

<sup>(19)</sup> 根據賴盈如指出，〈婦女新知〉的網站管理是由文宣部主任親自負責；網頁的設計與系統維護則由白駒公司協助。

<sup>(20)</sup> 使用免費空間的小站，因為容量有限，無法使用高解析度或高傳真的資料，致使網站的表現流於呆板，因而不敵商業廣告。

<sup>(21)</sup> 這些網站通常是教育資源豐富的國立大學，譬如清大的〈兩性與社會研究室〉或〈台大城鄉所性別與空間研究社〉。

新聞，並鼓勵婦女上網發聲。其實，不論是哪種型態，女性主義的相關網站對於解構女性的「他者」形象，以及喚起女性的自我意識，總是不遺餘力。誠如〈女人天地〉的負責人所言，「女性網站雖然越來越多，但由於商業勢力的介入，多流於探討美容、時尚等流行議題…只有獨立性的女性網站，才能創造出多元且不同於主流觀點的價值觀」<sup>(22)</sup>。

第三類是女同志網站。這類網站除了供應女同志相關的資訊與交友聊天的空間之外，並協助女同志建立自己的網站。其中，「拉拉資推工作室」是一個重要的「拉子」網站推廣團體<sup>(23)</sup>。此團體是由一群從事資訊相關行業的女同志所組成，她們不僅成立〈童女之舞〉，而且也協助其他女同志建立網站（李禮君，1997：61）。目前國內的女同志網站已累計至 29 個，有四分之三是屬於個人網站<sup>(24)</sup>，它們彼此串連，並且支援對方。這些網站不但幫助女同志取得認同與情感的支持，而且有些網站甚至還提供「愛情宣誓」或「情書公開」的服務，用以挑戰異性戀的體制，並合法化女同志的結合。不同於女性主義站，這類網站積極地運用網路資源（包括使用電腦特效，讓網站看起來更酷），並且鼓勵網友上網建站，因而提高了女同志在網路上的能見度，開闢出屬於「拉子」的天地。

第四類是女性醫療網站。這類網站多由男性婦產科醫生所經營，或由醫療機構委託有關單位所設置，因此內容主要是從男性的醫療觀點出發，除了討論婦女醫療知識之外，還涵蓋優生保健、性愛與美容整型等議題，但未涉及婦女的「健康權」與「身體自主權」的探究。〈台北市女性權益促進會〉在其「女性健康」網頁裡曾提及，台灣婦女需要「女性觀點的健康意識」。儘管此類網站也提供婦女觀點的醫學常識，但整體來看，以「婦女為中心」的專業醫療網站目前仍很欠缺。反而是男性醫生憑藉著對新科技的掌握，已更進一步地控制網路上有關婦女健康與身體知識的產製。

最後是一般婦女所成立的女性個人網站<sup>(25)</sup>。這類網站至少可以分成兩種型態。第

---

<sup>(22)</sup> 這段話已經過研究者的篩選與修飾，但盡可能按照受訪者的原意。

<sup>(23)</sup> 「拉子」是女同志的暱稱，是由「lesbian」英文字的第一音節「les」音譯過來。另外，拉拉資推工作室的宗旨是「向網路推廣拉子的世界，向拉子推廣網路的世界」。見 <http://www.lalainfo.com.tw/>。

<sup>(24)</sup> 本研究剔除一些無法連結（計 3 個）、網址與其他站相同（計 1 個）、目前仍在改版（計 1 個）、或以英文為主要語言（計 8 個）的女同志網站，故數目與〈童女之舞〉所提供的女同志網站可能有差距。

<sup>(25)</sup> 本研究以為，婦女與女同志的需求不盡相同，因而網站的製作也應有差異，故以性慾取向將女同志網站與婦女網站區分開來。這裡，女性個人網站並不包含女同志所製作的個人網站。

一種是個人利用網站來介紹自己與交友——站主多半會將自己的玉照與簡歷刊登出來，有些還會附上作品，譬如：〈小欣攝影網站〉陳列站主的攝影作品，或〈小女人的秘密花園〉登載站主所作的詩與她的偶像。這些網站為了吸引網友的駐足，在網頁製作方面用了許多電腦特效，諸如跑馬燈或 3D 動畫等，使網站看起來更炫目。另一種型態，則是個人利用網站來表達與宣傳自己的意見，特別是女性意識，譬如〈周月英的私人角落〉。這些網站著重在性別經驗的分享，因而網頁製作以文字為主，比較典雅與素樸。由女性個人網站的表現，可以發現不同婦女使用 WWW 的方式，有很大的差異：有些婦女視網路為社交工具，用以拓展她們的社交圈；有些則把網路當成政治工具，藉以抒發她們對現狀的不滿。然而，不論是哪種型態，個人網站的設置與經營都是婦女賦予自己權力的具體表現。

與其他性質的網站相比，非營利屬性的女性網站似乎釋放出更多的反對聲音，尤其是女性主義與女同志的相關網站。基於對「性別」的共同興趣，它們彼此互通有無，並且聲援對方，不但在網路上產製另類論述，挑戰異性戀的男性霸權，而且也形成另類的動員方式——吸引更多缺乏婦運經驗的新成員，利用網路連署支持婦女與同志的運動。不過，這些網站也有結構性的限制。學術性女性主義站雖然可以不受商業邏輯的影響，但因缺乏財力與人力，也常面臨後繼無人或停歇的狀態。譬如：交大的〈女子自在室〉，網頁仍停留在 94 年的資料，而未更新。而搭建在商業網址底下的網站，為了求得免費的網路空間，也不得不與大規模的商業網站結盟，譬如：南方人文網站目前已與 SEEDNet 等商業網站合作<sup>(26)</sup>。未來市場機制是否會影響婦女網站的運作，還有待觀察<sup>(27)</sup>。

其次，女性主義相關的網站具有濃厚的菁英色彩，網頁內容常使用國外的網路資源或西方的女性主義文獻。這可能會導致網站只能訴求某種對象，而無法擴散到其他階級；另一方面也可能會強化我們對西方婦女經驗的依賴。當然不可否認，網路已使全球婦女串連成更大的社群，彼此共享資源，但究竟「誰」有權主導婦女資源的生產與散播？而我們所產製的婦女論述究竟是「在地」經驗，還是不自覺地複製了全球網內的既

---

<sup>(26)</sup> 據了解，南方人文網站委請 SEEDNet 代發送電子報，當訂閱報份達一定份數時，則刊登廣告，並拆帳分利。

<sup>(27)</sup> 〈南方〉曾於 12 月 18 日（1999）在台北舉行網聚，與會的讀者們都非常關心〈南方〉與商業網合作一事。〈南方〉坦承，與商業網合作會有一些冒險，因為必須做某程度的妥協，不過由於經濟因素，它們實在很難繼續獨立經營下去。

有訊息？這可能也值得我們進一步深思。

綜合前面的分析來看，「女性網站」並非產製單一的「女性」知識；仰仗 WWW 的科技特性，它的文化面貌已變得更多樣化——各類目的女性網站皆針對婦女的主體性、認同與差異等議題，進行建構與解構。不過，在此多元的面貌底下，它們的權力運作卻是極不均等。營利性的女性網站，顯然勢力最強，其中又以「女性資訊網站」最具優勢。譬如以「互動服務」來看，儘管許多女性網站已陸續增設互動式的服務項目（如留言版或討論區），但因大多數的網站許久才更新內容一次，因此也很難發揮互動的功效。目前除了女性資訊網有能力隨時更換網頁之外，大多數的女性網站似乎還是停留在傳統的階段<sup>(28)</sup>。由此觀之，女性資訊網是目前較能發揮 WWW 潛力的網站。它們不但利用消費性的資訊，去形塑婦女的「他者」形象，而且也將「性別」議題收編入商業體制之內。加上超鏈結之助，這類網站企圖成為一種跨國性的擴張網絡。至於非營利性的女性網站，雖然生產較多異質性的「女性論述」，但因為資源不足，許多網站不是被迫關閉，就是只能從事邊緣的抗爭。

## 二、女性網站的科技表現

了解各類女性網站的權力效果之後，我們將進一步解析它們與科技之間的關係。從各類女性網站的表現，我們可以發現由政府或民間婦女團體所經營的網站，不論是網站名稱或象徵，幾乎都是沿用現實社會裡既有的名字與標誌（或徽章）。對它們而言，網路只不過是另一種媒體，用以說明它們在社會裡所擔負的角色與責任，因此它們並不重視網路的科技運用，也不常更新網頁內容。除了這些網站之外，還有一些功能比較複雜的女性網站。我們將根據其網站的屬性，分別解釋於下：

首先，屬於政治類的「女性政治人物網站」。這類網站以女性政治人物的姓名為站名，象徵除了採用黨徽之外，還有本人的玉照，藉以召喚選民的認同。與男性政治人物所設立的網站相比，她們的網站較少使用電腦特效，而是偏向採用照片，特別是與家人的合照、或是與選民親近的活動照，這些照片凸顯出女性的「人際關懷」特質。在網頁設計方面，女性政治人物站多使用柔和或可愛的圖案，例如花、紅心；網底則以白色、暖色系為主，並多搭配粉色或紫色系的標題字。這些手法使其網站充滿了「女人味」。

---

<sup>(28)</sup> 女性網站多半只是將資訊視為訊息，如「物」一般的移入網站而已，而未視其為動態的活動或過程。

其次，營利屬性的女性網站，多以女模特兒來形塑網站的女性形象。其中，工商企業或媒體促銷的女性網站，也是沿用現實社會中的既有稱謂，但其象徵多選用「花」或「女體」來表現網站的個性。在內容方面，工商企業網站主要是陳列女性用品的產品情報；而女性雜誌網站則圍繞在所謂的「女性話題」上，諸如美容、減肥、時尚、星象等。這些「消費性」的內容，不但有益於資本主義商業邏輯的運作，而且也助長了男權的意識型態。在網頁製作方面，這些網站偶爾使用閃爍、動畫的字體與圖案；而且只有少數網站採用深色網底（如：〈芙蓉坊〉）製造神秘感，大多數的網站仍以暖色系列或淺色花底為主，再搭配各種花邊，以及可愛的造型，例如〈名女人服飾店〉採用鞠躬的小女孩，使女性網站予人溫暖與明亮的感覺。

至於女性生活資訊網站，由於它們意圖在網路上另闢一個新天地，因而網站名稱多是另取，不過仍是採用傳統的女性修辭字眼去命名，諸如：婦女世界或夏娃天地，且其內容也多遵循著女人的刻板需求，總是離不開情愛與美容等話題。有些網站並設有「三姑六婆」或「媽媽經」等單元，專為某種年齡層的婦女服務，但表面字意卻也隱射她們的說話方式與內涵；在傳統觀念裡，這樣的表達方式被視為是比較瑣碎，且不具價值。在網頁設計方面，女性資訊網站明顯地使用較多的電腦特效，包括3D動畫、跑馬燈或背景音樂等，使整個網站看起來較炫目與活潑。不過它們的網底也是以淺色、粉紅色系為主，並搭配可愛的圖形（如：花或娃娃）。在某種程度上，這些網站仍是利用傳統的「女性特質」來形塑網站的風格<sup>(29)</sup>。

再來是非營利屬性的女性網站。其中，尤以女性主義與女同志的相關網站所形塑的女性形象最具顛覆力。它們的內容已跳脫一般媒體的女性類型，而以解構傳統的女性／性別觀為己任。在網站設計方面，學術性女性主義站，多以學校的性別組織為名，但罕用象徵符號，只有交大的〈性／性別研究室〉與〈成大婦女與兩性研究室〉將♀和♂合併成一個符號，作為象徵；〈台大人口中心婦女研究室〉則以♀加上「？」，作為象徵<sup>(30)</sup>。此外，這類網站以文字為主，並不常用電腦特效與圖像。但也有例外，譬如：成

<sup>(29)</sup> 在研究期間，〈台灣婦女資訊網〉仍屬於營利類，但它的表現風格顯然不同於其他的女性資訊網。它以平面製作為主，旨在傳送與累積婦女的相關資訊，因而較少涉及流行時尚的討論（只有廣告才會出現「流行話題」）。而且它的姊妹站〈網氏／罔氏電子報〉，名稱也是別樹一幟。這份電子報指出，「因為『罔氏』土味十足，『網氏』又可表現出電子報優遊在網路空間的特質，更棒的是，罔氏或網氏一看就知道這份電子報和女人們是緊密地扣在一起。」事實上，這份電子報也名符其實地關心台灣婦女的在地經驗。

<sup>(30)</sup> 交大的〈性／性別研究室〉將♂置於♀上面，合併使用；〈成大婦女與兩性研究室〉則將♀

大的網站出現閃爍字體與音樂；清大的〈兩性與社會研究室〉所屬的電子刊物〈烘培姬〉，則是圖文並茂，不過其圖片多是色彩鮮豔，略帶恐怖、驚悚的畫面，此與其他女性網站的唯美作風大相逕庭。在網頁顏色的應用方面，這類網站主要採用白色、深色或濁色，譬如：〈東海女性研究室〉採用墨綠色，〈台大城鄉所性別與空間研究社〉則是橘褐色。這些手法，使學術性女性主義站看起來較嚴肅與沈重。

一般性女性主義站與女同志網站有相似之處，使用較多的電腦特效，而且網站的命名頗有突破，例如：女同志網站幾個大站——〈童女之舞〉、〈我的拉子烘培姬〉與〈我們之間〉等，站名都相當別緻。儘管站名不盡相同，但所有的女同志站幾乎都設有「拉子」或「拉拉」等相關的單元，譬如：拉子站台、拉拉俱樂部、拉子快報或拉子聚點，使女同志能在網路上闖出「拉子」的名號。在前面的分析中我們曾提及，拉子網站著重在培養與分享拉子之間的情感，因此「心情」成了重要的話題。儘管此主題屬於「軟性」的題材，但它們的網頁顏色，並未因此而偏向暖色系。事實上它們之中，只有少數網站使用淺色系列，多數網站乃以黑色或深色系為網底，讓女同志站展現出「不一樣」的心情。此外值得一提的是，拉子網站不僅運用科技，而且本身也非常重視科技知識的散播，它們經常在網站裡設置網路教學、軟體解說與電腦遊戲等單元，此有助於挑戰「婦女不適合科技」之說。

整體來看，女性主義、女同志的相關網站，在網頁設計上，不受女性的「清新」、「溫柔」格調所侷限，開創出另類的風格。尤其是女同志站，與 Wakeford 所說的〈GRRRL〉網，有異曲同工之處。女同志雖然在現實社會裡處於劣勢，但她們放棄了社會犧牲者的角色，轉而投入新科技，利用網路來壯大拉子的聲勢。

綜合這部分的分析，我們可以發現「營利」屬性的女性網站，在「內容」方面，有類型化的趨勢。由於「性別」是市場區隔的要素之一，因此專為婦女設計的女性網站也順應而生。有趣的是，在網路空間裡，卻只有少數網站標榜自身是「男性網站」<sup>(31)</sup>，這似乎意謂著性別化的網站乃是針對婦女而設立，因為婦女被他者化，有不同於（男人）主體的特別需求。然而，女性網站又是如何定義婦女的特殊性？其實，不外乎是採用既有的「女性特質」觀念，去建構「女性」網站。我們可以從女性生活資訊網所提供

---

和♂平行交錯在一起。

<sup>(31)</sup> 在研究期間，以網路搜尋引擎查到的「男性網站」，多是個別網站，如撞球選手楊清順的〈最強撞的男人〉。其他以男性為訴求對象的只有〈男人新主張國際美研機構〉、〈新好男人資訊網站〉、〈男人的殺手站〉與〈男性主義與男性聯盟〉。

的固定內容，看出端倪。號稱「全球第一個華文女性大門網站」的〈iRose〉在固定頻道裡，只有時尚、情愛、身體、同志、權益、社區與女人創作，但它並未將「科技」或「政治」等陽剛性的議題，列入常態性的單元，除非我們進一步透過網站的連結，才能取得這方面的資訊。其他的女性網站幾乎也是如此安排。此顯示女性網站傾向供應軟性素材，諸如：健康保養、藝文欣賞、情感與消費等資訊。這與傳統媒體所規劃的女性類型有相似之處。

在「技術」層面，本研究發現除了女性主義、女同志的相關網站之外，許多女性網站的設計，確實受到傳統性別化的影響。它們以女性方面的詞彙，去界定網站與單元的名稱，如：〈媽媽私房話〉、〈小女人的秘密花園〉、「三姑六婆版」等。其次，它們也容易採用女人的形體、花或代表女性的符號（♀）來作為網站的象徵，並搭配可愛的小圖案，諸如玩偶、娃娃、紅心等。最後，它們的網頁設計比較簡單，而且顏色偏向粉色系，予人溫暖與明亮的感覺。在某個程度上，女性網站透過顏色，已在網路上標示出自己的性別地域。

為了深入瞭解網站製作與性別之間的關係，本研究另外訪問了 15 位有網路製作經驗的資訊工作者<sup>(32)</sup>。訪問的結果顯示，不論男、女皆以為，網頁設計與風格會影響網友對網站的看法，此符合「人機介面」的觀點。有 12 位受訪者表示，採用粉色系或暖色系的女性網站，最易吸引女性網友的注意<sup>(33)</sup>。有一位男性受訪者甚至明白指出：「如果顏色用得太詭異，或效果太複雜，可能會讓女性網友失去興趣。最好以『單純』、『乾淨』為原則」。這看法與本研究的表徵分析不謀而合。

另一位有六年網頁製作經驗的女性受訪者，則舉其所創作的網站為例，她說：「當我在製作〈YUN〉時，我選用粉色系，因為此站訴求的對象是女性，而女性喜歡明度高且彩度低的顏色，特別是粉紅色、黃色或橘色。但我在製作〈網路電腦特效教學〉時，則選用白色與寒色系，因為這是專業的網站；不過如果是男性網站，我會考慮用黑、藍、綠色，因為這樣才能彰顯陽剛氣。不信，你可以看看我們的警察、軍人所穿的制服，不都是這幾個顏色。為什麼？因為男性偏好這類顏色」。

由此可見，傳統的性別觀念已不自覺地影響我們的網站設計，而此網站的建構又可

---

<sup>(32)</sup> 15 位受試者中，男性有 9 位，女性有 6 位。

<sup>(33)</sup> 2 位男性受試者表示：「任何顏色皆可，只要運用得當，都能吸引女性」。一位女性受試者則以為，「女性較喜歡藍、白顏色交互運用。」



能反過來強化我們的性別經驗。當我們接受「男性屬於藍色、女性屬於粉（紅）色」的觀念，是否會讓婦女對於「藍色」的科技網站敬畏三尺，而喪失一個便捷的管道去學習科技新知？當然有人或許認為，內容更甚於網頁的造型。但不可否認，內容的呈現總是交織著網頁的技術設計，「除非你急需某類資訊，不然你很難不以『貌』取站」，一位女性受訪者語重心長的指出，「網路上以『顏色』劃地自限其實很明顯。不論是設計者或使用者都應自覺，並且突破顏色的刻板印象」。

其實不只是顏色的選用，還有主題的安排，與文字的運用等，無一不隱藏著「性別」的機制。誠如 de Lauretis 所言，「性別」是一套科技。它以隱晦的方式，滲透到各個層面，產製兩性的性別特質與認同，並賦予其價值。而由顏色區分出來的性別化地域，只是它運作的方式之一。因此，我們不僅應突破顏色的刻板印象，還應打破與「性別」相關的所有箝制。

## 陸、結論

### 一、討論

台灣的女性網站逐月增加，從一月份（1999 年）的六十多個，成長到九月初的百家爭鳴。但相對於五位數以上的台灣網站總數來說，它所佔的比例還是偏低。從研究分析顯示，現有的女性網站充滿著差異與多元性，不過儘管各站關注的焦點不盡相同，它們的實力卻極不均等。

首先，就知識散播的情形來看，女性網站產製多種但衝突的主體性知識。這是因為婦女所在的權力位置不同，造成她們有不同的壓抑經驗與需求，故針對不同婦女所設計的網站，它們所生產的知識也可能彼此互相矛盾，譬如：「異性戀的女性主體」對「同性戀的女性主體」，抑或「被物化的女性主體」對「自覺性的女性主體」。然而，這並不表示女性網站之間互相對立。事實上，由網站串連的情形，我們可以發現不同女性網站可能基於共同的利益與興趣，而互相結盟、支援對方，譬如針對「校園性騷擾」問題，女性主義網站可能連結民間婦女團體、同性戀或甚至他網站，一起聲援受害者。

此外，從女性網友的角度來看，她們也可能游移於不同的女性網站之間，產生流動且交錯的認同。由此來看，「位置政治」(politics of location) 在無邊界與缺乏形體的網路世界裡，似乎更加明顯。婦女們雖然沒有真實、固著的認同，但卻能因為某些相似之處境或經驗，而讓她們產生了重疊的位子 (overlapping position)，願意連手 (連網) 合

作，並容忍彼此的差異（Grewal，1997：236）。

儘管不同年齡、性偏好、社團與政黨的婦女皆能利用網站來產製知識，不過由目前女性網站的表現來看，它們似乎主要還是訴求 18 至 50 歲，且受過良好教育的中產階級婦女，而缺少 18 歲以下的青少年、高齡婦女，以及中下階級貧窮與弱勢婦女（如：原住民婦女）的相關網站。這可能是因為她們不是網路的主要使用群，因而她們的網站也從缺。但此也反映出，網路有門檻的限制，有些婦女仍被排拒在外。在講求「資訊即是權力」的今日，如何讓網路普及到各個婦女階級，讓她們也能利用網路發聲，恐怕也是網路推廣者不容忽視的課題。

另外，從知識的生產來看，許多女性網站（特別是民間婦女團體的網站）仍是委託網路製作中心製作，或由男性所經營（如：女性醫療網站）。這透露出婦女對網路科技的使用，似乎還是相當薄弱。然而，女性論述的生產，如果婦女不能掌權，而需假他人之勞，那麼「女性形象」的形塑，可能也只能任人宰割。因此，我們應努力解構「女性不適合科技」的神話，並且鼓勵婦女不僅成為網路的使用者，還必須進一步掌握網站的製作權。

在權力展現方面，女性網站儘管百家爭鳴，但真正擁有權勢者，大概只有營利屬性的女性網站，尤其是女性生活資訊網站。它們不但串連其他的女性網站，共同為其累積資源，而且也將「性別議題」納入市場機制之內，成為資本增值的工具。小規模的網站則礙於現實困境的逼迫，不是淪為泡沫網站，就是成為周邊的資訊提供者。此外，利用教育網路資源的女性網站，雖然能夠免受商業運作的影響，從事邊緣的抗爭活動，但在網路日趨商業化的情況之下，它們如何不被市場收編，並能持續吸引網友上網，也成了這類網站的一大考驗。

其實，權力不均的問題，不只出現在台灣的女性網站之中，而且也存在「全球」資訊網的脈絡裡頭。由本地女性網站的表現，我們可以發現許多「西方」的女性形象與論述，在本地的網站中流動、交織、甚至替換。例如：營利性的女性網站喜歡使用西方女模特兒的圖像。然而，這種女性肖像的替換，會不會消弭掉台灣婦女在全球資訊網的特殊性？藉由 WWW 之便，台灣的女性網站已能即時擷取西方的「進步」知識，不論是商品情報或是學術文獻，此雖有助於我們掌握西方的文化資訊，但同時也肯定了西方知識的優先性。許多學者已經指出，西方文化透過 WWW，意圖超越地方的特殊性，產製一種跨時空的世界觀。如果我們不加深省資訊背後所隱藏的權力效果，我們可能會不自覺地合理化了西方的知識與經驗，而再次臣服於西方的文化霸權。

在區域層次，台灣的女性資訊網站也企圖向外拓展，成為華文地區婦女資訊的供應者。然而，在市場激烈的競爭之下，這些網站能否為各地的婦女服務，還是將婦女賣給了資本家，然後搖身變成「東方」的資訊霸主？「分散的霸權」將來能否形成，目前還是個未知數。但可以確定的是，網際網路的連結凸顯了現代婦女的處境——她們並非存在單一的國度裡，而是無時無刻不受到「在地」與「全球」之間政治、經濟與科技的變動所影響。

針對第二個研究問題，本研究發現台灣的女性網站，絕大多數把它們在現實社會裡所扮演的角色，搬到網路上。網路空間成了現實社會的延伸。然而，透過科技的仲介，女性網站卻不自覺地複製了既有的性別關係。這是因為科技能透過表徵符碼，諸如：語言與顏色的使用，去生產性別的意涵。由於設計者在行使網路資源時，會依據既有的性別知識去架構網站，因此導致女性網站的名稱、內容的類型與網頁的設計，傾向女性化。雖然女性化的結果，使女性網站容易召喚女性網友的認同，但也複製了宰制的性別觀念。

然而儘管科技容易生產層級化的性別知識，但科技本身無法完全地控制使用者。如果我們能自覺到科技的宰制面，在接近科技的同時，重新賦予其意義，那麼科技還是能為婦女帶來生機。拉子網站，就是最好的例子。透過拉子網路的建立，「性別」不再被侷限於兩性的扮演，「科技」也不再是陽剛特質的再現；相反地，在網路文化的建構過程中，這些概念不斷地被質疑、被轉換，創造出新的科技文化。由此來看，婦女與網路科技之間不是既定的關係，而是一個過程，因此婦女不能只是被動地接近與使用網路科技，還必須進一步地瞭解、檢視它，才能反轉控制科技為婦女所用。

## 二、研究限制與建議

本研究僅根據女性網站的論述層次，去探究網路科技與性別之間的辯證關係，自然有不足之處。網站的呈現其實涉及複雜的生產層面，諸如：網站經營者與設計者之間的協調情形、個別網站與提供網路空間的業者（ICP）、或與提供上網服務的業者（ISP）之間的協議關係、以及網站與其網友其間的雙向互動等，這些皆會影響網站的表現，但卻是表徵研究所無法顧及。是以，本研究並不企圖尋求一個正確的答案，而只是提供一個反省的切入點，幫助我們去思考網路科技與性別之間可能存在的問題。

在分析層面上，由於本研究認為政商勢力影響網路的發展甚深，因而僅以「政治」與「營利」兩個面向來分類女性網站，然而此種分類的方式，可能會再次強化政權與資

本主義對網路的影響，並忽略或減低其他社會力對網路的解釋力。未來，研究者在分析網站時，可試著採用其他的分類原則，或許會有不同的結果出現。

再者，本研究並非針對個別的女性網站，因而可能忽略網站之內或之間的細微差異。譬如：〈夏娃天地〉的「三姑六婆」單元，可能與〈女權上路〉的「三姑六婆板」之內容，完全不同。我們雖然注意到此問題，但由於研究的重點不在此，故而略去不談，改而強調「符碼表徵」所隱藏的性別意涵，容易複製宰制的意識型態。

此外，女性網站的權力效果，並非單靠文化表徵就能決定，「使用者的策略運用」也是關鍵之一，尤其是網際網路強調互動與使用者取向。我們雖然也體認到個人層次的重要性，但因國內尚無女性網站的全面性調查分析，因而本研究選由表徵研究切入，以便瞭解婦女如何被建構在網路上。不過，未來研究可以從使用者的面向，進一步檢視使用者的網路使用方式與其文本的解讀策略。

最後，本研究必須強調台灣的網際網路還處於初創期。目前女性網站受制於有限的頻寬，在表現上仍採用傳統媒體的處理方式，以靜態、頁面取向為主，但未來轉換為高速寬頻之後，網站就能快速傳載立體圖像與音響，而且還能透過爪哇語言，提供更多的介面工具與實質的互動服務，這可能會劇烈改變女性網站的表現與使用方式，而使其超乎表徵研究所關注的範疇。因此，未來研究應採用多元的方法，才能掌握其變動的趨勢。

## 參考文獻

- 方念宣、蘇彥豪（1996）網路傳播中的對話對峙—以女性主義連線版為例，*資訊科技與社會轉型研討會議論文集*（1）。
- 李禮君（1997）*網路中的女性集結與動員：以女權上路新聞網與女性主義 BBS 站為例*。台北：台灣大學社會學研究所。
- 吳統雄、饒培倫（1999）台灣網路公民趨勢系列調查，1996-1998，*世新大學學報*，9：17-42。
- 約翰·布洛曼（1997）*未來英雄*，汪仲等譯，台北：大塊文化。
- 黃慧櫻（1997）從 TANet BBS 發展脈絡，探討跨出虛擬空間的「異議 BBS」，*資訊科技與社會轉型研討會議論文集*（2）：57-111。
- 郭良文（1997）台灣網際網路興起之政治經濟學分析：一個全球化發展的觀點，*資訊科*

技與社會轉型研討會議論文集 (2): 111-140。

程宗明 (1997) 導引社會認識資訊科技的政經利益分析, 以電傳視訊與網際網路為例: 一種對官僚程序與組織的批評, *資訊科技與社會轉型研討會議論文集 (2)*: 141-165。

鄭敏慧 (1998) *在虛擬中遇見真實——台灣學術網路 BBS 站中的女同志實踐*, 台北: 台灣大學建築與城鄉研究所。

Bettig, R. (1997) The enclosure of cyberspace. *Critical Studies in Mass Communication*, 14(2): 138-157.

Benston, M. L. (1988) Women's/Men's voices: Technology as language, in Kramarae, C. (Ed.) *Technology and Women's Voices*, pp.15-28. London and New York: Routledge and Kegan Paul.

Birke, L. and Hency, M. (1997) The Black hole: Women's studies, science and technology, in Robinson, V. and Richardson, D. (Eds.) *Introducing women's studies: Feminist theory and practice*, (pp.220-238). New York: New York U. Press.

Blackman, L. M. (1998) Culture, technology and subjectivity: An "ethical" analysis, in John Wood (Ed.) *The virtual embodied: Presence/ Practice/ Technology* (pp.132-145). London and New York: Routledge.

Brooks, A. (1997) *Postfeminism feminism, cultural theory and cultural forms*. London and New York: Routledge.

Cockburn, C. (1994) The circuit of technology: Gender, identity and power, in Silverstone, R. and Hirsch, E. (Eds.) *Consuming technologies: Media and information in domestic space* (pp.32-47). London and New York: Routledge.

Cockburn, C. and Ormrod, S. (1993) *Gender and Technology in the Making*. London: Sage.

de Lauretis, T. (1987) The technology of gender, in *Technologies of gender: Essays on theory, film, and fiction* (pp.1-30). Bloomington, IND: Indiana U. Press.

Dery, M. (1996) *Escape velocity: Cyberculture at the end of century*. London: Huddy and Stoughton.

Dietrich, D. (1997) Re-fashioning the techno-erotic woman: Gender and textuality in the cyberculture matrix, in S. G. Jones (Ed.) *Virtual culture: Identity and communication in cybersociety* (pp.169-184). London: Sage.

- Foucault, M. (1990) *The History of sexuality. Volume I: An introduction*, translated by Robert Hurley. New York: Vintage Books.
- Gassaway, S. et al. (1996) *Designing multimedia web sites*. Hayden Books.
- Grewal, I. (1994) Autobiographic subjects and diasporic locations: Meatless days and borderlands, in Grewal, I. And Kaplan, C. (Eds.) *Scattered hegemonies: Postmodernity and transnational feminist practices* (pp.231-254). London and Minneapolis: U. of Minnesota Press.
- Gunkel, D. & Gunkel, A. (1997) Virtual geographies: The new worlds of cyberspace. *Critical studies in mass communication*, 14(2): 123-137.
- Harris, S. & Kidder, G. (1995) *Netscape buick tour: Accessing & navigating the internet's world wide web*. USA: Ventana Press.
- Henwood, F. (1993) Establishing gender perspectives on information technology: Problems, issues and opportunities, in Green, E., et al. (Eds.) *Gendered by design? Information technology and office systems* (pp. 31-49). London and Washington, D. C.: Taylor and Francis.
- Kitchin, R. M. (1997) Social transformation through spatial transformation: From feospaces to cyberspace, in Behar, J. E. (Ed.) *Mapping cyberspace: Social research on electronic frontier* (pp.149-173). SSIPS: Dowling College Press.
- Macdonald, M. (1995) *Representing women: Myths of femininity in the popular media*. London: Edward Arnold.
- Marra, R. (1996) Human-computer Interface Design, in Kommers, P. et al. (Eds.) *Hypermedia learning environment: Instructional design and integration*. New Jersey: LBA.
- Marshment, M. (1997) The picture is political: Representation of women in contemporary popular culture, in Robinson, V. and Richardson, D. (Eds.) *Introducing women's studies: feminist theory and practice* (pp.125-151). New York: New York U. Press.
- McDowell, L. (1996) Spatializing feminism: Geographic perspectives, in Nancy Duncan (Ed.) *Bodyspace: Destalizing geographies of gender and sexuality* (pp.28-43). London and New York: Routledge.
- McLaughlin, M. (1996) The art site on the world wide web. *Journal of Communication*, 46(1): 51-79.

- McLoy, J. (1996) *Mastering web design*. USA: SYBEX.
- Menser, M. and Aronowitz, S. (1996) The cultural study of science and technology: A manifesto, in Aronowitz, S. et al. (Eds.) *Technoscience and cyberculture* (pp.7-28). London and New York: Routledge.
- Menser, M. (1996) Becoming—Heterarch: On technocultural theory, minor science, and the production of space, in Aronowitz, S. et al. (Eds.) *Technoscience and cyberculture* (pp.293-316). London and New York: Routledge.
- Mitra, A. (1997) Diasporic web sites: Ingroup and outgroup discourse. *Critical Studies in Mass Communication*, 14(2): 158-181.
- Mitra, A. & Cohen, E. (1999) Analyzing the web: Directions and challenges, in Jones, E. (Ed.) *Doing internet research: Critical issues and method for examining the net*. (pp. 179-202). Thousand, CA.: Sage.
- Newhagen, J. E. & Rafaeli, S. (1996) Why communication researches should study the internet: A dialogue. *Journal of Communication*, 46(1): 4-13.
- Morris, M. & Ogan, C. (1996) The internet as mass medium. *Journal of Communication*, 46(1): 39-50.
- Morse, M. (1997) Virtually female: Body and code, in Terry, J. and Calvert, M. (Eds.) *Processed lives: Gender and technology in everyday life*. (pp. 23-35). London and New York: Routledge.
- Ormrod, S. (1995) Feminist sociology and methodology: Leaky black boxes in gender/technology relations, in Grint, k. and Gill, R. (Eds.) *The gender-technology relation: contemporary theory and research*. London: Taylor and Francis.
- Plant, S. (1995) The future looms: Weaving women and cybernetics, *Body and Society*, 1(3-4): 45-64.
- Poster, M. (1997) Cyberdemocracy: Internet and the public sphere, in David Porter (ed.) *Internet culture* (pp. 201-275). London and New York.
- Robins, K. (1995) Cyberspace and the world we live in, in Featherston, M. and Burrows, R. (Eds) *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk: Cultures of technological embodiment* (pp. 135-156). London: Sage.
- Rose, G. (1996) As If the mirrors had bled masculine dwelling, masculinist theory and

- feminist masquerade, in Nancy Duncan (Ed.) *Bodyspace: Destabilizing geographies of gender and sexuality* (pp. 56-74). London and New York: Routledge.
- Seidler, V. J. (1998) Embodied knowledge and virtual space: Gender, nature and history, in John Wood (Ed.) *The virtual embodied: Presence/ Practice/ Technology* (pp.15-29). London and New York: Routledge.
- Spender, D. (1995) *Nattering on the net: Women, power and cyberspace*. Melbourne: Spinifex.
- Tamblyn, C. (1997) She loves it, she loves it not: Women and technology, in Terry, J. and Calvert, M. (Eds) *Processed lives: Gender and technology in everyday life* (pp.47-50). London and New York: Routledge.
- Tenhaaf, N. (1997) Mysteries of the bioapparatus, in Moser, M.A. and MacLeod, D. (Eds.) *Immersed in technology: Art and virtual environment* (pp.51-72). Cambridge: MIT Press.
- Terry, J. and Calvert, M. (1997) Introduction: Machines/Lives, in Terry, J. and Calvert, M. (Eds) *Processed lives: Gender and technology in everyday life* (pp.1-19). London and New York: Routledge.
- Turkle, S. (1988) Computational reticence: Why women fear the intimate machine, in Kramarae, C. (Ed.) *Technology and women's voices* (pp.41-61). New York: Routledge.
- Wajcman, J. (1991) *Feminism confronts technology*. Cambridge: Polity.
- Wakeford, N. (1997) Networking women and grrrls with information/ communication technology: Surfing tales of the world wide web, in Terry, J. and Calvert, M. (Eds.) *Processed lives: Gender and technology in everyday life* (pp.51-66). London and New York: Routledge.
- Warnick, B. (1999) Masculinizing the feminine: Inviting women on line Ca 1997. *Critical Studies in Mass Communication*, 16(1): 1-19.
- Wiley, M. (1995 January) No place for women, *Digital Media* 4(8).
- Wise, P. (1997) Always already virtual: Feminist politics in cyberspace, in David Porter (Ed.) *Internet culture* (pp.180-196). London and New York.
- Zickmund, S. (1997) Approaching the radical other: The discursive culture of cyberhate," in S. G. Jones (Ed.) *Virtual culture* (pp185-205).London: Sage.



# Reading Taiwan's Women-Focused Websites

Yu-Ling Lin\*

## Abstract

In order to understand the relationship between gender and Internet, this research uses discourse analysis to examine the representations of Taiwan's women-focused websites. This study finds that 147 websites are categorized into at least twelve types, revealing that the women-focused websites produce heterogeneous and diversified female discourses, yet are unequal in power. Due to the mechanism of capitalist market, the profit-driven women-focused websites are hegemonic in power relations.

In terms of technique, influenced by gender norms, most women-focused websites transform themselves into the pink areas, and thus reproduce the dominant ideologies. However, the technology cannot totally control users, some websites, like lesbian websites, try to use Internet to empower themselves and challenge the myth of "women is a technological illiterate".

Key words: Women-focused websites, Gendered technology, Spatialising method, Discourse analysis, Internet, Cyberspace

---

\* Assistant Professor, Shin-Hsin University.