

從麥田、韓寒論戰談時間使用

近期知名博主麥田與韓寒的論戰成為互聯網上熱議的話題之一。事件起因是麥田發表了一篇題為《人造韓寒》的文章，質疑韓寒背後有團隊在塑造其「公共知識份子」形象。而麥田的這篇文章因為列舉了大量資料，被網友稱之為「技術貼」。其中一個重要的技術細節是麥田給出了一個虛無假設（Null Hypothesis）：「因為如果公民韓寒不是團隊運作的『雙簧』，那麼你不可能一邊進行著非常專業的賽車比賽，一邊還好整以暇的寫時政博客。也就是說，不太可能存在賽車時間，還有心情和精力發表時政博客的情況。」他細數從2008年到2011年之間韓寒參加賽車比賽的時間與發表博文的時間，發現有13篇文章是韓寒在參加賽車比賽的期間發表的（見下表）。言外之意，韓寒背後有團隊有寫手。

雖然，在重重質疑聲中，麥田最終向韓寒道歉。但是，他的這個技術細節卻為我們引出了一個有趣的話題：時間使用模式分析（Analysis of Time Use Pattern）。

麥田製作的韓寒賽車和博客時間比對表

賽車比賽時間	比賽	博客發表時間	博客標題	字數
5.30-6.1	2008 CRC	6.1凌晨1點	《她在錯誤的時間。。(莎朗斯通)》	2000
9.5-9.7	2008 CRC	9.5	《北京長期單雙號限行之後》	5000
12.12-12.24	2008 CRC	12.14	《鄭繼超影視基地》	轉貼
4.19-4.20	2008 CTCC	4月20日	《一場民族主義的趕集》	1800
6.12-6.14	2009 CRC	6.11	《綠壩系統提醒你》	1200
5.23-5.24	2009 CTCC	5月23日凌晨3點	《郝會龍同志和陳亞平同志被狗咬了》	1400
3.13-3.15	2010 CRC	3.14	《我去哪裡找，像你這麼好》	1800
5.14-5.16	2010 CRC	5.14	《那些洗不乾淨的蔥們》	1300
9.17-9.19	2010 CRC	9.19	《遊行的意義》	1400
9.11-12	2010 CTCC	9.13凌晨4點	《保住非法字元》	1300
7.1-3	2011 CRC	6.30日	《沒希望工程》	2300
11.4-6	2011 CRC	11.4	《序言一篇》	700
5.28-5.20	2011 CTCC	5.28	《遊戲指南》	1000

時間使用調查的作用

所謂時間使用（Time Use），簡言之，就是你在一段時間內（一天、一周等等）如何分配自己的時間。大家可能對於大規模的時間使用統計更為熟悉，常見的例子是某個國家或地區對全民的時間分配情況展開調查，即通過量化的手段（如入戶訪問、電話採訪等），追蹤你的時間使用行為。

時間使用統計的產生與勞動分工（Division of Labor）有著根本的聯繫。最早的研究可以追溯到1913年的一項關於體力勞動者業餘時間分配的研究，並且在二、三十年代的前蘇聯大行其道，近年來已經有上百個國家或地區進行了這項統計，而且許多進行此類調查的研究機構和學術網路也應運而生。

那麼，進行此類研究的意義何在？紐西蘭對本國開展的時間使用調查有如下描述（Statistics New Zealand, 2007, p.1），我們可以從中窺見一斑：

「從社會的角度來看，這些資料可以顯示出不同的情境、職責如何影響人們選擇某一時段的活動；從經濟學的角度來看，這些資料提供了經濟統計無法測量的生產活動（因為這些活動都是在市場以外發生的）；從健康的角度來看，它可以測量人們對於某項活動的曝光率以及環境對健康的影響。

時間使用調查還有助於研究以下問題：不同社會群體的生活；志願部門與家庭對社會的貢獻；有薪工作與無薪工作之間的關係；以及日後人們持續進行無薪工作的能力。」

《紐約時報》曾經將2008年美國時間使用調查（American Time Use Survey）的結果進行了形象的視覺化，從中可以得到許多資訊，例如2008年全美平均日工作時間是7.6小時，男性比女性日工作長0.9小時，女性平均每天花2.6小時做家務等。然而，這些調查經常出現一些問題，例如受訪者高估自己的工作時間、低估自己的娛樂時間等。正是因為通過入戶訪問、電話訪問等手段得到的資料是受訪者

模式分析

的自我報告。有什麼方法可避免這些問題呢？

在這裡，麥田在攻擊韓寒的過程中又為我們做了很好的展示。麥田通過網路資料採擷（Internet Data Mining）的方式，得到了兩列資料：一列是韓寒參加的賽車比賽時間，一列是韓寒發表博客的時間。麥田認為韓寒在賽車比賽期間，不應該有時間關注市政新聞，更不應該廢寢忘食的在凌晨發博客。話句話說，他認為韓寒在同一個時間點做了兩件本不可能同時進行的事情，進而質疑有人在背後替韓寒做這些事情。網路資料採擷使用的是伺服器上的日誌（Log Data），是有機器客觀記錄下來的行為資料，例如何時登錄、何時發帖等等，因而避免了自我報告可能出現的問題。

在傳媒研究領域的意義

雖然麥田的分析距離學術意義上的統計差距很大，但是從網友發出的「超強技術貼」的驚歎之中，我們已經可以看到：些許帶有科學意味的統計分析所迸發出的力量。那麼，在傳媒研究領域，這類分析有什麼意義呢？

第一，用戶的時間分配習慣對於傳媒研究是非常重要的。時間分配習慣就如同消費習慣，只是媒介使用者付出的不是金錢，而是時間。消費習慣對消費者的購買行為有直接影響，同樣的，媒介使用著的時間分配習慣也蘊含著商業價值。

例如，對於廣告商來說，什麼時間投放廣告，傳播效果會最好呢？所謂「黃金時段」（Prime Time），正是觀眾集中收看或收聽節目的時間段，自然也是廣告賣的最貴的時間段。更細緻一些，則涉及到了頻道忠誠度問題（祝建華,1997）。若有兩檔內容相似、播出時間段大致一樣、收視率也接近的節目，自然是擁有更多忠實觀眾的節目就更受廣告商青睞。

對於網站運營者來說，可根據使用者的時間分配來調整內容以黏著使用者。例如，如果用戶集中在上午9、10點鐘和下午5、6點鐘發帖子，近似於白領的時間分配習慣，那麼這個網站必須將自己的運營策略定位為服務白領。

再如，用戶如果更喜歡在工作日訪問某網站的A欄目，而在週末訪問B欄目，那麼打個比方：A欄目近似於日報，B欄目則更像週末報；因而兩個欄目的內容肯定要有所側重。

再者，即便對於普通線民來說，懂得一些關於時間使用模式的基本知識，也是很有好處的。例如，線民在Twitter或者微博發消息，什麼時候發出，才會有更多的人看到你的消息，從而吸引更多reply或者follower呢？當然，選在用戶比較集中的午餐或者晚餐時間效果會比較好。

第二，傳媒學者還關注這樣一個問題：不同的時間分配方式會對媒介使用者帶來什麼影響呢？這個問題之中蘊含的一條假設是：不同的使用模式（Use Pattern）會導致不同的媒介效果（Media Effect）。

當我們面對電視、電腦、手機等媒介，就如同一株暴露在陽光中的植物—對於喜陽的植物來說，曬太陽的時間越多，長得越好；對某些喜陰的植物來說，卻恰恰相反。然而，一個基本的假設是：曬太陽的時間長短會影響植物的生長。同樣的，在媒介面前的時間長短會影響人的生理心理等方方面面。例如，許多父母會覺得最好不要讓孩子花太多時間在電視、互聯網上面。一方面，怕孩子荒廢了學業；另一方面，擔心電視、互聯網上的有害資訊會影響孩子的身心。而早在上世紀20年代，美國佩恩基金會（Payne Fund）就開始支持一系列項目，這些項目旨在研究電影中的暴力對兒童及青少年的影響。上世紀六七十年代，當電視走進千家萬戶之時，一系列經典的研究，例如1967由美國南加州大學安尼伯格傳播學院教授喬治·格伯納（George Gerbner）所領導的團隊發現：電視中充滿了暴力。時至今日，有關電腦遊戲、社交網站等互聯網媒介對青少年影響的研究層出不窮。而這些研究往往會以這樣的文字開頭：「根據最新的互聯網使用調查，青少年平均每天花在互聯網上的時間為**小時……」。可見，在媒介效果研究中，時間始終是一個極其重要的變數。

秦潔

香港城市大學媒體與傳播系博士候選人