

# 研究社交網站互動從何入手

一碟熱噴噴色香味俱存的餸菜從廚房送上餐桌桌面，用膳前，各人輪番用手機拍下餸菜的照片，再即時用智能手機上載往社交網站，各人的朋友、網友，就算是身處於地球另一邊的異地朋友，已經能夠於短短數分鐘內在電腦或手機上，與Facebook的粉絲「分享」這碟熱噴噴色香味俱存的餸菜。

如果上載於社交網站內的並非一碟餸菜的照片，而是一宗車禍或意外的經過，那就並非一般的社交活動一般簡單，他或她向自己的好友所上載的車禍或意外經過，在社交網站上一傳十，十傳百後，可能令投件人不自覺地成為了一名民間記者。如此一般的民間記者，尤如每天在影片分享網站上，一則又一則的自拍影片般，成為社交網站粉絲熱捧的搜尋對象，同時也是傳統傳媒找尋新聞題材的好地方。曾經熱爆的新聞，如：「巴士阿叔」、「賜座男」、「雞巴男」、「大陸小童遊客商場金舖外大便」，以至「導遊阿珍罵大陸遊客事件」，也是如此被發掘，再被社會大眾所廣泛討論，甚至成為新聞熱話。一件「導遊阿珍罵大陸遊客事件」可以將整個香港旅遊業翻轉，弄得業界忙過不了。

## 社交網站的定義

無論是傳播學、新聞學、社會學或心理學等不同的學術領域上對社交網站的研究中，也有近乎一致的定義，如：學者Patrica Greenfield等人，將社交網站(Social Networking Website)泛指擁有互動功能的網站，所謂互動功能是指它的資訊往來是雙向的，無論是網站的負責人或瀏覽者皆可上載內容往網站內。從這定義看，除了香港人熟悉的Facebook，或有大陸版Facebook之稱的開心網外，可以上載短片的Youtube網站也可被界定為社交網站的一種。網民不但可以在Youtube可分享及交流上載的短片外，不少媒體也利用Youtube網站推廣自己的動新聞或片段重溫；私人公司或媒體將

Youtube用作「私人」伺服器，儲存短片；也有網民利用Youtube網站發表己見或推廣自己的知名度，因此，社交網站今時今日的功能及影響力是難以估計般大，遠遠超越往日的ICQ及QQ的年代。

由早期的BBS討論區，至昔日的ICQ或QQ，以今日的時下流行的網誌日記，MSN、Flicker、Facebook、開心網及Twitter，社交網站的演變，已經超越單純發貼分享或交流意見的功能，演變成擁有互動功能的溝通及聯繫工



具。單以Facebook為例，自朱克柏格(Mark Zuckerberg)推出Facebook後，至今全球約有五億人每天在Facebook群組內活動，每四個在互聯網內瀏覽的人，就有一人曾經在過去三十日內瀏覽Facebook網頁。《時代周刊》曾經說過，如果能給予Facebook疆土的話，它的

五億賬戶就等同這「國家」的人口，其人口總數目可以算是全球第三大的「國家」，人口數字還要比美國的多，Facebook的影響力一點也不容忽視。

除此之外，由於社交網站，如：Youtube等，擁有「新聞自發功能」，其威力不比任何一個傳媒大亨弱，《時代周刊》也以此為題，分析社交網站對傳統媒體的影響；此外，不論社會上各種大細議題，網民慣利用社交網站為號召平台，召集網民網外活動，就如去年亞協盃足球比賽中南華會一役中，就由Facebook開始，發動了四萬人入場撐南華會。不少年輕人也慣在社交網站交輩結友，令他們不太熱衷於面對面式的結友模式，結果令宅男宅女在九十後普遍起來。這種種現象，自然吸引了不同範疇學者的研究興趣，傳播學及新聞學研究社交網站在現代新聞媒體的角色扮演，及其道德責任；社會學會著眼於社交網站對社會文化的影響，及推動社會運動的角色；心理學會研究社交網站對青少年成長中的身份認同及性格的影響等。

## 研究方法與發展重點

目前有關社交網站的研究與八九十年代的，無論在研究取向及方法也截然不同。早期對互聯網的研究結論，大多說互聯網只是虛擬世界，是找尋虛擬身份認同的世界。隨着互聯網上網速度提高，及互動功能的普及，再加上了硬件的提升，如：智能手機大行其道等因素，上網速度加快及互動性提高促使今日互聯網上的社交網站的變種，令互聯網上的文化再一點也不「虛擬」，不少社會運動或活動，也是透過社交網站將其「著陸」於群眾的日常面對面互動之中，所以今時今日有關社交網站的研究，絕非可以單憑受訪者填寫二三十條題目的問卷，就能找出研究所需的資料，例如：社交網上的文字用語及圖像表示，會反映網民的動機及性格，所以在量化研究(Quantitative)仍佔了大多數的情況下，質化(Qualitative)研究亦開始受到重視，其中民族誌(Ethnography)的資料搜集方法亦逐漸趨向成型。

所謂民族誌是以長時間陪伴研究對象生活，以參與性觀察(Participant Observation)、面訪(Interview)等方法，從研究對象的日常生活中搜集資料。此類資料搜集方法往往要兩年以上才完成，而研究者亦要以中立客觀方法進行收集資料，不應干擾或改變研究對象的日常生活為原則。

但在民族誌方法下研究社交網站，仍有爭論，包括研究重點應放於網上(On-line)或網外(Off-line)的研究上呢？另外，進行民族誌方法下研究社交網站時，研究者的道德守則，也沒有統一的標準。首先在第一個爭論上，目前的

社交網站之民族誌研究多數聚焦在網外(Off-line)的研究上，但Angela Cora Garcia (2009)在「Ethnographic Approaches to the internet and computer-mediated communication」一文中提出，如果要有效地瞭解電腦上的社交文化如何影響網民的日常生活，網上(On-line)的世界也同樣重要。研究者亦應該採用一般的面對面式(Face-to-face)於面訪及觀察方法。由於研究者不能直接面對面地與研究對象接觸，所以傳統的觀察及訪問技巧未必受用。大部份On-line數據的記錄方法，如：筆錄等也不適用，改由電腦科技，如：Screensaver記錄網站上的交談及圖像。還有，網上的數據有別於傳統的口述對話，網上的文本及影像需要另一套的分析技巧，如：社交網站上的網民代表號及匿稱等，代表網絡的身份認同或自我表述。所以今日趨勢是傾向同時在網上(On-line)及網外(Off-line)的研究同步進行及必須要另一套的分析技巧，以適應網上的社交文化。



另一爭論是On-line層面上的研究守則問題，尤其是研究中的私隱及保密問題，因社交網站如：Facebook等是網民的私人空間，非公共空間，沒有得到研究對象及其

其粉絲的認可，又或者以匿稱故意隱藏研究員身份，私自進入研究對象的Facebook網頁觀察，涉及侵入個人私隱，和抵觸了研究員應有的操守。再者，如果研究人員表明自己身份，又恐研究對象刻意改變日常網上社交生活，例如：Lori Kendall於2002年的「Blue sky」的網上虛擬男同性戀酒吧研究上，起初以匿名進入網站，被網民排斥，後來女扮男形式，以憤怒男Copperhead名字登入，才被網民接納，繼續進行研究。

以上兩項轉變及問題，成為今後社交網站研究上的發展重點。

梁德民

香港珠海學院新聞及傳播學系高級講師