

社交媒體研究—回顧與展望

客座主編 林淑芳

社交媒體已成為許多民眾娛樂、社交、購物、或尋求資訊的重要工具。根據Pew Research Center (2016) 調查，直至2016年四月，有79%美國會上網民眾有使用臉書，比起2015年仍然呈現成長趨勢，臉書仍為最受歡迎的社群平台。臉書使用頻率也呈現成長趨勢，調查發現有76%臉書使用者每日會造訪網站至少一次。在台灣，臉書使用也非常普遍。根據科技部傳播調查資料庫一期四次（2015年）調查資料顯示，台灣有65%民眾使用社交媒體，平均一個禮拜使用臉書6.02天，且平均一天使用93.18分鐘¹。

近十年來，隨著社交媒體對於民眾生活影響越深，相關研究、論文、書籍也日益增多。Zhang、Liang、Huang與Liu（2016）分析SSCI期刊所收錄從1995到2014年有關亞洲傳播科技研究，發現社交媒體已列居傳播科技研究的主要研究對象之一（位居網路、手機、ICT之後）。

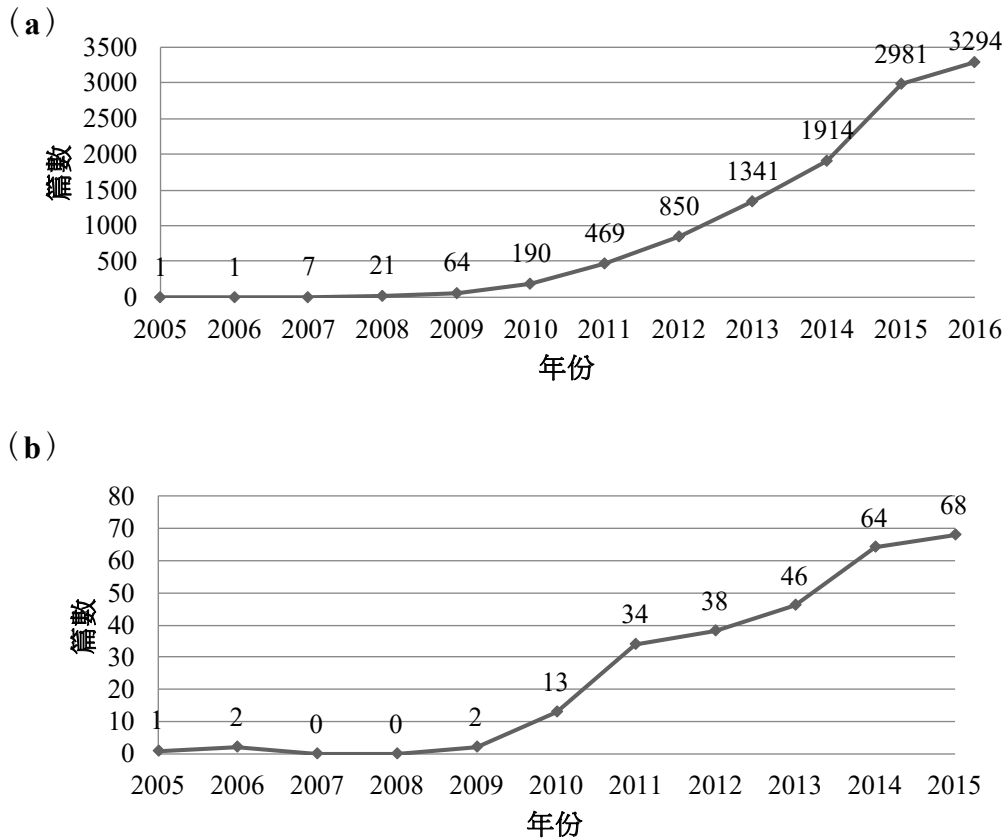
表一顯示近十年來在「台灣期刊論文索引系統」及SSCI學術期刊資料庫中，以社群媒體為關鍵字的發表論文數量²。由表中趨勢顯示，學界近十年對於社交媒體的研究數量仍持續增加。分析其中研究主題，大致包含社會、心理、文化、科技等層面，例如：社群認同（Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008）、人際關係（Tong, Van Der Heide, Langwell, & Walther 2008）、社群文化（Papacharissi, 2010）、資訊尋求（Wise, Alhabash, & Park, 2010）、霸凌行為（Kwan & Skoric, 2013）等議題。

◎ 本文作者林淑芳為國立中正大學傳播系教授。聯絡方式：E-mail：telsfl@ccu.edu.tw；電話：05-2720411分機32566；通訊處：嘉義縣民雄鄉大學路168號國立中正大學傳播系。

1 本文使用的資料係採自「2015 年第一期第四次調查計畫：「政治傳播與公民傳播」。「臺灣傳播調查資料庫」（TCS五年期計畫主持人為國立政治大學張卿卿教授。詳細資料請參閱TCS 網頁：http://www.crctaiwan.nctu.edu.tw/index_che.asp。

2 此處以輸入關鍵字方式搜尋論文以了解論文發表數量趨勢。可能有相關論文因未以社交媒體為關鍵字而未被納入。

表一：(a) SSCI資料庫、(b) 台灣期刊論文索引系統有關社交媒體論文發表篇數



Walther與Jang (2012) 曾在*Journal of Computer-Mediated Communication*專刊介紹，說明多數探討Web2.0參與式網路平台的相關研究（包含社交媒體研究）缺乏理論基礎，並且認為學界對於不同傳播系統間的共通性並無太多著墨，是為阻礙學科發展的因素。Van Osch和Coursaris (2014, 2015) 呼應前者對於社交媒體研究趨勢的觀點，以後設分析了解從2004至2012年間共610篇社交媒體論文的研究方向與研究方法。他們在結論處指出目前社交媒體研究的兩大挑戰：一、社交媒介研究缺乏多樣性，多數研究聚焦於少數議題。Van Osch和Coursaris發現，有一半比例的社交媒體研究聚焦於下列議題：教育與學習、文化與社群、衛生保健、人口基本變項特徵、政治與公共政策。且這些研究使用的方法多為橫段式調查法或是個案研究。二、有四分之三的社交媒體研究缺乏理論基礎，因此研究容易淪為基於個人意見的臆測及敘述。而在有引用

理論的研究中，大多使用來自社會心理學與社會學領域的理論，且絕大多數研究使用下列八個理論架構：合作理論（cooperation theory）、網路理論（network theory）、社會交易理論（social exchange theory）、社會資本理論（social capital theory）、社會認同理論（social identity theory）、計畫行為理論（TPB）、科技接受模型（TAM）、使用與滿足（uses and gratifications）。Van Osch和Coursaris認為上述兩項挑戰，包括研究缺乏多樣性及理論基礎，阻礙了目前社交媒體研究進展且妨礙了學界對於社交媒體現象的實質瞭解。

除了Van Osch和Coursaris的後設分析外，Khang、Ki、與Ye（2012）分析1997到2010年廣告、傳播、行銷、與公共關係領域之重要期刊中有關社交媒體的研究，共分析436篇論文。分析結果發現，學者最常探索的主題圍繞在社交媒介的使用、感知、與態度。除此之外，Khang等人發現有40%的社交媒體研究使用理論、假設、或研究問題來引導研究方向，但儘管提出了研究假設或研究問題，多數研究仍套用舊有的概念與理論架構來解釋社交媒體使用，而非針對社交媒體嶄新的科技或使用經驗面向發展新的概念與理論架構。Khang等認為此點為目前社交媒介研究不足之處。在檢視論文所使用的研究方法，Khang發現使用線上資料搜集的研究方法有逐漸增多趨勢。雖然有學者質疑線上資料搜集可能有樣本代表性不足的問題，但是此方法卻不失為有效率的搜集資料方法，可以蒐集到全國網路使用者之代表性樣本。另外，Khang等發現大概有80%的研究使用非機率抽樣法，建議未來研究如需要將結果推論到母體則須考慮採用機率抽樣方法。綜合以上的研究結果，我們可以看到學界對於目前社交媒體研究發展的關切與呼籲，鼓勵以理論架構為基礎的研究、發掘新的研究議題、並使用適當且多元的研究方法。

社交媒體提供使用者嶄新的媒體使用環境，也提供學界測試既有理論適用性機會。一個很好的例子為情緒傳染理論（emotional contagion theory）在理解社交媒體使用經驗的應用。情緒傳染理論提出人們自身情緒會受他人情緒傳染，因而感受到與他人相同的情緒（Hatfield, Cacioppo, & Rapson, 1993）。人們會因看到他人的微笑，下意識中模仿對方臉部表情，進而認知到自我臉部肌肉呈現上揚狀態而感受到正面的情緒。以往傳播學界甚少應用情緒傳染理論以了解媒體使用歷程。Lin與McDonald（2006, 2007）的研究為少數使用情緒傳染理論解釋觀眾情緒反應。他們發現，在收

看電視或電影時，觀眾的情緒反應，除了會受影片內容影響，也會受到其他共視者的情緒傳染影響。相關情緒傳染理論的應用，直至社交媒體廣受歡迎後才又被重視。學者發現人們在使用社交媒體過程中，常被朋友發文內容影響情緒，而在網路上產生集體的情緒感染現象。不少學者開始以情緒傳染理論來解釋網絡集體情緒感染的現象（Cohen & Lancaster, 2014; Kramer, Guillory & Hancock, 2014）。Krcmer等研究發現，情緒傳染理論可以應用至了解社交媒體使用，且情緒傳染過程不必如傳統理論所敘需透過面對面的接觸，單純暴露在朋友臉書的情緒性貼文便能感染到他人的情緒。

Krcmer等的研究對於情緒傳染理論的應用與補充有其貢獻，但是當時所使用的研究方法備受爭議。在搜集資料過程中，他們與臉書合作，以系統自動減少臉書使用者的動態時報（timeline）上所看到的正面情緒訊息。研究結果發現當人們看到別人所張貼的正面情緒訊息較少時，他們也會張貼較少的正面情緒訊息。近七十萬臉書使用者的臉書訊息被操弄，且他們的臉書使用行為被研究者拿來使用，但這些臉書使用者並未被告知他們的臉書動態已被拿作研究用途，且也未被告知他們臉書上的動態消息已被操弄。這個研究引起學界對於類似使用大數據研究之研究倫理與受試者隱私問題的討論（Eleinsman & Buckley, 2015; Kahn, Vayena, & Mastroianni, 2014; Schroeder, 2014）。藉由社會性計算（social computing）領域發展，社會科學或傳播學界對於研究問題、理論發展、或是方法學上都能得到重大的提升，可以使用巨量資料從有別以以往的角度了解媒體使用現象。此研究方法的進展也促使學界開始討論學術研究倫理架構如何適用於新的研究方法與新媒體使用環境中。除了使用巨量資料研究，我們也可以看到越來越多研究採用線上實驗的方式以了解網路及社交媒體（Centola, 2010; Xiang & Gretzel, 2010）。未來可以期待學界對於社交媒體研究發展提出更創新的研究方法，提供學界不同面向的實證資料與證據以應證既有理論或發展新的理論架構。

本次「社交媒體」專題徵文，經過匿名審查後刊登五篇文章，分別以不同理論架構、研究方法探討社交媒體的各類有趣面向。第一篇論文：「數位語藝批評與文本探勘工具—以反核臉書粉絲團形塑幻想主題為例」作者為國防大學助理教授曹開明、世新大學教授黃鈴媚、國防大學劉大華。本研究以反核臉書粉絲團進行文本探勘，以數位語藝理論為理論依據，使用創新的電腦文本探勘工具配合人力編碼方式進行分析。論文中對於巨量資料的處理與研究方法提供具體建議，可為未來處理巨量資料研究的

參考。

慈濟大學助理教授毛榮富的論文為「社交媒體時代社會性的未來：按Sherry Turkle的自我概念進行的考察」。自我與媒介的互動關係一直為傳播學界重要的研究課題。本研究以美國麻省理工學院社會學者Sherry Turkle橫跨三十年的研究作為開端，探討人的自我概念在與個人電腦到社交媒體間互動過程中的演變。作者最後提出呼籲及方法重建社會中人與人之間的「真摯溝通」，可提供學界理論發展及身處於社交媒體影響環境下的人們之重要省思。

接下來兩篇論文均使用執行過程嚴謹且具全國代表性樣本的調查資料。第三篇論文的作者是中正大學教授王嵩音，題目為：「社交媒體政治性使用行為與公民參與之研究」。研究以政治理論中重要的公民參與為出發點，分析中央研究院社會變遷研究的全國調查，以了解社交媒體使用與公民參與的關係。此篇研究貢獻之處，在對各類社交媒介使用行為及不同類型公民參與做更細微分類與關係探討，研究結果可呼應McLeod、Kosicki與Pan（1991）在*Mass Media and Society*書中對於媒介效果研究中應釐清微觀與巨觀分析層次的呼籲。

聚焦於人們在臉書上的關係建立與連結議題，政治大學副教授林日璇以「你怎麼加臉書「好友」？連結策略與感知社會支持及心理幸福感的關聯性」為題，以社會網絡理論出發，探討不同臉書連結策略，如維持關係、擴展社交圈等對於臉書歸屬感、自我價值、及生活滿意度關係。此篇論文發現不同臉書使用策略對於使用經驗與整體生活經驗有不同的影響，強調使用者動機與人際互動模式對於使用經驗甚至整體生活經驗的動態影響力。

此外在應用層面，社群媒體也可作為溝通與知識教育的平台。第五篇論文為世新大學副教授戚翎僊之研究：「社交網聯情境下的健康體適能學習與知識建構—臉書社群媒體介入研究」。研究中以質詢社群模組為理論架構，建置臉書健康傳播粉絲頁，提供健康體適能相關知識，並以日誌法了解參與者透過臉書與他人互動的使用經驗。研究結果得知社群媒體提供人際溝通與社會支持的場域有利提升學習經驗，可做為有效的教育與知識建構工具。

社交媒體為有趣且具研究潛力的重要研究主題。本專題五篇論文使用創新、多元的研究方法，分別討論社交媒體研究中的重要議題。尚有許多研究面向無法涵蓋在此

次專題中，但希望此次專題能達到拋磚引玉效果，激盪出許多對於理論、研究方法的反思與討論。期待未來學界能在社交媒體研究領域激盪出更熱烈與深入的討論。

參考資料

- Centola, D. (2010). The spread of behavior in an online social network experiment. *Science*, *329*(5996), 1194-1197.
- Cohen, E. L., & Lancaster, A. L. (2014). Individual differences in in-person and social media television coviewing: The role of emotional contagion, need to belong, and coviewing orientation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *17*(8), 512-518.
- Kahn, J. P., Vayena, E., & Mastroianni, A. C. (2014). Opinion: Learning as we go: Lessons from the publication of Facebook's social-computing research. *PNAS*, *111*(38), 13677-13679.
- Kleinsman, J., & Buckley, S. (2015). Facebook study: A little bit unethical but worth it? *Journal of Bioethical Inquiry*, *12*(2), 179-182.
- Hatfield, E., Cacioppo, J.T., & Rapson, R.L. (1993). Emotional contagion. *Current Directions in Psychological Sciences*, *2*, 96-99.
- Khang, H., Ki, E. J., & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997-2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *89*(2), 279-298.
- Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *PNAS*, *111*(24), 8788-8790.
- Kwan, G. C. E., Skoric, M. M. (2013). Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in Human Behavior*, *29*(1), 16-25.
- Lin, S., & McDonald, D. G. (2007). *Effect of peer coviewing and individual differences on reactions to comedy*. Paper presented to the Mass Communication Division of the International Communication Association, San Francisco.
- Lin, S., & McDonald, D. G. (2006). *Media enjoyment as a function of individual responses and emotional contagion*. Paper presented to the Information System Division of the International Communication Association, Dresden, Germany.

- McLeod, J. M., Kosicki, G. M., & Pan, Z. (1991). On understanding and misunderstanding media effects. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds), *Mass media and society* (pp. 185-211). London: Edward Arnold.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Networked self: identity, community, and culture on social network sites*. New York: Routledge.
- Pew Research Center. (2016). *Social media update 2016*. Retrieved from: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>
- Schroeder, R. (2014). Big data and the brave new world of social media research. *Big Data & Society*, 1-11.
- Tong, S. T., Van der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. B. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 531-349.
- Van Osch, W., & Coursaris, C. K. (2014). Social media research: An assessment of the domain's productivity and intellectual evolution. *Communication Monographs*, 81(3), 285-309.
- Walther, J. B., & Jang, J. W. (2012). Communication processes in participatory websites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 2-15.
- Wise, K., Alhabash, S., & Park, J. (2010). Emotional responses during social information seeking on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 555-562.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.
- Zheng, P., Liang, X., Huang, G., & Liu, S. (2016). Mapping the filed of communication technology research in Asia: Content analysis and text mining of SSCI journal articles 1995-2014. *Asian Journal of Communication*, 26(6), 511-531.