

重組 PTT、Facebook 與 Dcard 的平臺運作與公共討論：新物質主義取徑的分析^{*}

曹家榮^{**}

世新大學社會心理學系助理教授

摘要

本研究嘗試以新物質主義取徑，分析三個社群媒體平臺：PTT、Facebook、Dcard，探究臺灣年輕世代社群媒體使用，如何影響其平臺上的公共討論。本研究主張，探究社群媒體上的公共討論，需進一步考量不同社群媒體平臺間不同的組裝行動。藉由重組這三個平臺程式的運作，本研究指出其各自組裝運作實際上涉及不同應用介面的配置、演算法的介入等異質元素與使用者的共同行動。正是在不同的組裝運作中，PTT 使用者在「群聚效應」與「共演效應」中成了湊熱鬧的鄉民；Facebook 使用者則受「迴路效應」與「省力效應」影響，容易陷入同溫層；而 Dcard 作為在兩者之間的新平臺，則展現「類群聚效應」、「雜處效應」與「喧嘩效應」，為作為「自我公民」的使用者打造了阻力最小的路。

關鍵字：公共參與、社群媒體、新物質主義、應用程式介面

^{*} 本研究為國科會計畫〈重組社群媒體世代的政治與社會參與：娛樂化、演算法與異質行動者〉(MOST 109-2410-H-128-010 -) 之研究成果。

^{**} E-mail: pastor.tsau@gmail.com

投稿日期：2022 年 02 月 03 日；接受日期：2022 年 12 月 01 日

壹、前言

社群媒體 (social media) 自普及以來，如何影響人們的公共參與始終是重要議題，2011 年爆發的茉莉花革命即被稱為「社群媒體革命」。雖然經過檢討與反思後，研究者多半會退一步主張：社群媒體在這場運動中雖有其角色，但並非決定性的關鍵因素。然而，即便如此，我們也很難忽略近年來社群媒體對於公共參與造成的影響。以臺灣為例，318 運動便展現年輕世代透過社群媒體動員並參與社會運動的能量 (陳婉琪等人, 2016)。國外研究也指出，社群媒體的使用與積極的政治及公共事務之參與有關 (Ahy, 2014; Enjolras et al., 2012; Harlow, 2011; Kavada, 2015; Theocharis et al., 2015)。

然而，過去關於臺灣社會網路使用者政治參與的經驗調查，卻呈現出相反的情況。例如，王嵩音 (2017a) 以臺灣傳播調查資料庫為基礎所做的研究顯示，臺灣網路使用者多屬於其所謂的「疏離者」，也就是對政治冷漠、退縮的族群。國外也有許多研究反省，實際上社群媒體對於政治與社會參與的推動，並不具有如過去那般想像的能量。如前述已提及，Fuchs (2014) 即主張，將 2011 年茉莉花革命視為是社群媒體革命，恐怕是過於放大社群媒體在革命運動中的重要性。

這些看似矛盾的研究成果所透露的訊息是，社群媒體對於公共參與的影響顯然無法簡單論定，「如何影響」仍是一個需要深入探究的議題。因此，本研究嘗試從晚近興起的「新物質主義」取徑切入，探究臺灣年輕世代使用者，於社群媒體平臺上的使用與互動樣態，以作為理解其參與或不參與的基礎。本研究的目的是不在解釋為何臺灣年輕世代參與或不參與某一特定社會運動，而在於嘗試拆解與重組社群媒體平臺運作與使用者的使用過程，並說明這些過程如何影響使用者於平臺上的公共討論和參與 (或不參與)。

此外，採用新物質主義取徑意味著本研究主張，要更細緻地探究社群媒體上的公共討論及參與現象，便需要進一步考量不同社群媒體平臺之間不同的「組裝」過程，如何影響了使用者的平臺使用與互動。下面，我們將說明，新物質主義觀點強調，「行動」乃是各種異質元素組裝運作過程的結果。不同社群媒體平臺會在不同的異質元素組裝中，生成差異的平臺使用與互動之可能性。進而，在理解了不同平臺的使用與互動樣態後，才能更清楚地討論臺灣年輕世代社群媒體使用者的公共討論及參與 (或不參與) 的可能性。

而在平臺選擇上，本研究將聚焦於 PTT、Facebook 與 Dcard 等平臺使

用參與樣態之分析。PTT 是三者間最為「古老」的平臺，1995 年創立、存活至今的電子佈告欄系統 (Bulletin Board System, 簡稱 BBS)，近年來雖有許多介面更新與改版，但基本上仍是一個文字介面平臺。Facebook 則在 2004 年創立、2008 年進入臺灣，相較於其他兩個平臺來說有著更為個人中心的使用介面，是擁有最多功能的複合式平臺。Dcard 則是於 2011 年推出，平臺在形式上較接近 PTT 的論壇模式，但建立在網頁的技術架構基礎上，有著相對豐富的色彩與影音功能。這三個平臺之間雖有其發展歷史與技術架構上的差異，但本研究著眼的面向乃是：它們作為當代臺灣社會年輕族群在關注公共議題或參與上主要的管道。首先，Facebook 為臺灣最多人使用之社群媒體，近年也成為各種公共事務或社會運動發生及倡議的主要平臺。¹ 本研究的受訪者也提到會以 Facebook 作為新聞資訊獲取的來源。其次，PTT 更是臺灣近年幾次重大的網路社會運動動能所在，過去也有相關研究探討 PTT 使用者的公共參與 (黃厚銘、林意仁，2013)。最後，Dcard 則是目前臺灣年輕世代 (特別是大學生族群) 主要聚集的社群平臺之一，² 同時，本研究受訪者也經常提及 Dcard 作為關注社會事件的來源。因而，本研究選擇這三個平臺來探討臺灣年輕世代社群媒體使用者，如何在不同平臺的組裝過程中形成差異的使用與互動樣態，進而影響了其公共討論及參與可能性。

貳、文獻回顧

社群媒體帶來的互動可能性，大約在 2010 年前後成為研究者討論的焦點。隨著諸如 Twitter、Facebook 等社群媒體的興起，帶來新形態的人際互動與連結模式 (Comunello et al., 2016; Van Dijk & Poell, 2013)，以及幾次被認為是由社群媒體影響成敗的重要社會運動，我們開始看到許多關於社群媒體是否有促進公共參與甚至社會運動可能的討論。

1 舉凡 2013 年洪仲丘事件、2014 年 318 運動、或是 2018 年及 2021 年的兩次公投，這些事件都以臉書為重要的資訊傳散與動員的基地。

2 以 2020 年的 Alexa 網站流量排名來看，這個以大學生為目標群體的社群平臺使用人數也已超過了 PTT (曹家榮，2022)。換言之，某種意義上來說，對於大學生這一年輕族群而言，Dcard 取代了 PTT 成為主要的社群媒體平臺。

一、參與或不參與？

Boulianne (2015) 以及 Skoric et al. (2016)，曾分別進行了關於社群媒體與公共參與研究的後設分析。Boulianne 分析了 36 篇有關社群媒體與公共參與之相關性研究的論文，指出雖然可以看到大體上兩者有著正向關係，但透過進一步探究也可以發現，兩者之間因果關係的顯著性並不如想像中的大；Skoric et al. 則透過 22 篇研究進行後設分析，結論與 Boulianne 相同，但更確定社群媒體的「資訊性使用」與參與間的關係。也就是說，社群媒體的使用者接觸更多資訊後，更有可能參與政治與社會事務的討論。

因此，一方面有別於一般媒體競相渲染社群媒體的影響力，過去研究大致上認為，社群媒體雖然在促進人們的社會及公共參與上有其重要性，但稱不上具有「革命性」的影響。另一方面，關鍵在於如何適切地釐清社群媒體使用與參與社會及公共事務之間的關聯與過程。所以，我們開始看到一些研究更精細地去討論：究竟社群媒體的使用如何促成參與，又促成了何種參與？例如，在王嵩音 (2017b) 的研究中，便將社群媒體的使用區分為「瀏覽資訊行為」、「社群參與和動員行為」、「意見表達行為」，而「參與」部分則分為「社區參與」以及包含了個體參與、集體參與及意見表達三種形式的「政治參與」。其研究結果指出，雖然社群媒體的使用與「社區參與」的行動關連不大，但卻可以看出其普遍對於使用者政治參與行為的影響。Yamamoto et al. (2019) 也提出了類似的觀點，主張社群媒體上積極的資訊搜尋行動以及異質的政治事務討論，乃是影響使用者政治參與的關鍵因素。

此外，也有一些研究則是關注社群媒體帶來的資訊接觸效果。例如，Heiss & Matthes (2019) 透過追蹤資料分析 (panel data analysis) 發現，社群媒體上偶然的資訊接觸，能夠增加使用者的政治參與，但這參與通常是低成本 (low-cost) 的參與。而陶振超 (2017) 的研究則是關注於，社群媒體如何形成一種「虛擬接近性」：

使人們在不互相干擾的狀況下，透過社交媒體有機會不斷看到認識的人、甚至不認識的人號召參與或實際參與社會運動，提高了參與社會運動的機率 (陶振超，2017，頁 53)。

陶振超將此一模式稱為「網絡機會模式」，亦即，這是透過社群媒體特有的網絡特性，讓人們有機會重複暴露在社會運動相關的資訊中，進而促成

行動。

另一些研究則是開始更複雜看待影響「參與」的因果關係。例如，Velasquez & LaRose (2014) 的研究主張，年輕世代參與網路集體行動的可能性，乃是受到個人與集體政治效能感 (self- and collective political efficacy) 之影響。同時，這一影響效果又受到個人對於參與之行動是否需要成員彼此協力合作調節。Yamamoto et al. (2015) 等人的研究則是聚焦於另一個中介因素：線上政治表述。他們主張，線上政治表述中介了社群媒體資訊性使用與線下政治參與間的關係。換言之，相較於過去研究主張線上的政治意見表述對於政治參與有著直接影響效果 (如 Jung et al., 2011)，這個研究強調線上的政治意見表述作為一種中介、調節的角色。

然而，在仔細探究社群媒體上的「參與」現象後，有些研究卻也質疑或甚至否定了兩者之間的關聯。例如，Yang & DeHart (2016) 的研究即是如此。他們以 2012 年美國總統大選後針對年輕世代的調查資料為基礎，一方面雖然驗證了人們如果在社群媒體上更多地討論政治事務，便更有可能參與線上的政治行動，但另一方面也看到，調查資料中，不僅受訪者在 Facebook 上討論政治事務的情形是偏低的，而且社群媒體一般性使用本身也與線上政治行動參與呈現負相關。這意味著，雖然我們可以看到社群媒體上有一群熱衷於討論政治與公共事務的人，但相較起來，社群媒體上有更多人其實不願涉入政治議題的討論。此外，Vitak et al. (2011) 的研究中也指出，雖然年輕世代的使用者確實看起來在網路上參與了某些政治行動，但這樣的關係其實很表面。他們主張，多數的使用者更像是 Morozov (2009) 所謂的「懶人行動主義者」(slacktivists)，從事著某些僅僅是令其自身感受良好的線上政治行動。

除了上述這些主張社群媒體的使用不見得能有效促進參與的研究外，Thorson (2014) 的研究提出了一個有趣且重要的論點，他主張，社群媒體使用者的「不參與」，其實與這些平臺本身乃是一種不確定的行動脈絡有關。以 Facebook 為例，這些社群媒體平臺其實有一些不利於成員投入政治參與行動的情境特徵。例如，有時候我們的貼文可能會被他人有心地複製、轉傳，並加註上從未想像過的評論與註解。因此，社群媒體上各種貼文、留言、分享行動的「自我審查」並不是新鮮事。

Thorson (2014) 的研究還有一個重要的啟發，亦即，當我們在探究社群媒體使用者的參與或不參與時，社群媒體本身的脈絡特性必須被納入視野

之中。而在本研究看來，這裡的「脈絡特性」指的應是，不同的社群媒體在介面設計、資料傳散、關係連結等設定上促使行動如何生成的各類樣態。Thorson（同上引）的研究雖指出了 Facebook 平臺上，使用者面對的受眾不確定性，但卻未進一步系統地探究此一脈絡特性。相較於此，過去社群媒體與公共參與之關係的研究中，採「機緣」（affordance）取徑的研究者則是特別突出了這一面向。

二、社群媒體平臺機緣

前述的回顧中，我們可以看到過去已有相當多研究從不同角度探究社群媒體如何影響使用者的公共參與。然而，這些研究多半皆未考量社群媒體平臺本身的物質或脈絡特性。這個缺塊可以說即是由「機緣」（affordance）取徑的社群媒體平臺研究補上。「機緣」這一概念源自於 Gibson（1979）的生態心理學，其主張人的行動可能性乃是一種與環境間主客觀共構的產物。而 Bucher & Helmond（2018）針對社群媒體研究的機緣取徑進行回顧指出，過去的研究大致又可區分為兩種類型：抽象機緣（abstract high-level affordances）與具體機緣（feature-oriented low-level affordances）。

抽象機緣指的是由科技裝置、平臺與媒介所促生的動力與狀態。相對地，具體機緣則是與媒介的物質性有關，亦即，與特定的媒介特徵、按鈕、螢幕、平臺有關。前者像是 boyd（2011）的研究，她主張社群媒體平臺形成了網絡化的公眾／公共空間（networked publics），而這之所以可能乃是由於社群媒體作為一種網絡化的科技（networked technologies），提供了四種主要的「機緣」：持久性（persistence）、可複製性（replicability）、可擴散性（scalability）、可搜尋性（searchability）。如同 Bucher & Helmond（2018）指出的，在採取抽象機緣概念的這類研究中，研究者通常不會關注媒介的特定物質性（如按鈕、介面設置等等），而是聚焦於媒介所促成（或限制）的行動與互動。相對地，採取具體機緣概念的研究，如 Bucher & Helmond（同上引）指出，經常都還是會結合抽象機緣概念層次的分析。也就是說，例如在 Postigo（2016）的研究中，即是透過分析 YouTube 平臺的技術結構特徵以說明其機緣，進而探討平臺如何促成使用者可能的行動。

然而，在探究社群媒體與公共參與之關係上，相較於採取抽象機緣概念的研究（boyd, 2011; Comunello et al., 2016; Kim & Ellison, 2022），關注社群

媒體平臺具體機緣如何影響參與行動的研究，則相對少見。這使得當我們主張社群媒體平臺有著各種機緣時——如 boyd (2011) 的四種機緣，或是 Kim & Ellison (2022) 強調的「可見性」(visibility)——實際上並不清楚社群媒體平臺的物質性或技術特徵是如何促成這些機緣，進而讓使用者之參與行動得以可能。因而本研究嘗試採取新物質主義取徑，更清楚地闡明社群媒體平臺組裝運作過程中，非人的物如何實際影響了使用者的行動。也就是說，本研究主張，機緣取徑確實已將平臺的「物質性」納入分析視野中，進而將焦點從過去純粹是「人的行動」，轉移至那個使行動茁生的人與物共構的脈絡。舉例來說，Postigo (2016) 的研究便指出，YouTube 平臺的影片上傳、分享、訂閱與廣告等各種行動乃是有其技術機緣結構才得以可能。但新物質主義取徑則是一種進一步「去人類中心」的轉向，跳脫人類中心的視野侷限，並看見「非人」行動者的力量。亦即，不同於「機緣」仍強調以人為中心的行動過程，新物質主義主張從「異質組裝」的角度，看待人與非人行動者的互動。而這在經驗上也就更能夠納入那些不見得能在人的感知中被看見的「物」(例如，演算法)的行動。

參、社群媒體平臺運作之組裝

本研究採取晚近興起的新物質主義取徑。如同 Fox & Alldred (2016) 所指出的，所謂的新物質主義實際上包含多種不盡相同的理論，但其核心的共通性皆是對於「物質」³ 與「關係」的強調。換言之，在新物質主義看來，某一社會現象或社會事實的形成，實際上涉及了一連串由被組裝 (assembled) 在一起的異質元素，共同行動與中介促成。在進入經驗現象分析前，首先需進一步說明的是新物質主義取徑的核心特徵，也就是對於異質元素之關係與組裝的強調。

一、關係與組裝

新物質主義對於「關係」的強調，與傳統以主客二元對立為基礎的社會學觀點有著極大的不同。這種取消傳統主客二元對立的關係性視野，使得同

3 不過要特別注意的是，新物質主義對於「物質」的強調所指並非僅考量具物理實體意義的物質，而是關注於「物質性」(materiality) 所具有的影響力 (affects) (Fox & Alldred, 2016)。

時關注人與非人的「行動」成為可能。如同 Bennett (2010) 所說的，在新物質主義的視野中，「能動性」如今分散在存有論上異質的場域中，不再是人身體內部的一種能力。

因此，本研究採取新物質主義取徑也就意味著下列幾點特殊性：第一，也是最為核心的，新物質主義是以關係存有論為基礎，強調透過關係來理解事物的生成與運作 (Braidotti, 2019)。透過此一觀點，我們得以聚焦於各類異質行動者「所為」及其相互作用。這意味著，本研究並不是將使用者與社群媒體平臺的關係，看作是獨立自主的主體與「他的工具」。也就是說，使用者並非那個唯一的行動主體，平臺也不只是被解讀與操作的客體，毋寧地，我們將「使用者—社群媒體」看作是一個被組裝起來的行動過程。如同 Bennett (2010) 所說的，這一行動關係乃是由人與非人的物結集生成的。

第二，這也就意味著本研究同時關注「物」的面向，也就是使用者所使用的行動裝置、社群媒體應用程式 (social media app，以下簡稱 APP) 等等。新物質主義對於「物」的強調，或是用 Latour (1993, 2005) 的話來說，對於能動性的重新分配，讓我們得以將數位工具、數位物件的影響與作用納入分析的視野中。雖然社群媒體 APP 不全然算是具有物理實體的物件，但卻具有數位物質性 (digital materiality)，⁴ 亦即，每一個 APP 透過編碼、介面與演算法「影響」使用者的行動 (Introna, 2011, 2016)，便突顯出這些 APP 本身在組裝過程中的行動與中介。過去的研究中，例如，Lupton (2019, 2020) 即曾從新物質主義的角度，探究了人們在使用數位自我追蹤穿戴式裝置時，裝置介面、演算法、資料等數位物件如何影響使用者的行動。

二、平臺作為組裝體

將社群媒體平臺上的公共討論與參與看作是組裝運作過程，經驗分析上即是探究異質元素之間相互影響的關係，及其如何進一步促成行動的展開。但由於所有行動總是在時間與空間上蔓延的，因此，從過程的視角來看，一個分析經常無法完整地窮盡某一行動涉及的所有時空面向。也就是說，新物質主義將特定現象視為組裝過程時，並無意在分析上「完整地」窮盡所有關

4 關於數位物質性 (digital materiality) 的討論可參考 Pink et al. (2016) 編撰的 (*Digital materialities: Design and anthropology*)，或是 *Digital Culture & Society* 於 2015 年推出的「Digital Material/ism」專刊。簡單來說，數位物質性的概念即嘗試跳脫「軟體為非物質」的觀點，探究數位物件的物質性影響。

係。新物質主義的分析並不宣稱絕對的理性與客觀，這一點反映了其跳脫人類中心主義的立場。因此，本研究在此也無意主張我們可以完整地闡明社群媒體上各種行動如何組裝生成，我們試圖做的是，透過研究者自身跟隨著日常例行的使用經驗以及受訪者的闡述，去分析在這些經驗的過程中，異質的元素實際上如何在不同的平臺間促成了行動的差異。

然而，為了在分析上能較有結構性的呈現，本研究參考 Aral (2020) 在 (*The hype machine*) 中對於社群媒體平臺的解析，他主張平臺的運作至少是由三個部分（過程）構成的：行動裝置介面、應用程式與演算法、數位社交網路。循此，本研究後續對於社群媒體平臺「重組」的經驗分析，也將聚焦於三個層疊又交織的過程：介面、演算法與數位社交網路。而這也意味著，本研究在分析上的第一個不完整或侷限。亦即，為了分析上有相對結構性的呈現，本研究僅循著使用者透過行動裝置介面（主要即是手機）參與社群媒體平臺活動的組裝過程進行討論。

循著 Aral 的建議，首先，在不同社群媒體的使用經驗中，使用者是與不同的介面元素互動且相互影響著。例如，在本研究關注的 PTT、Facebook 與 Dcard 三個平臺間，Dcard 與 PTT 的 APP⁵ 有著較相近的介面，因為這兩者都屬於論壇型的平臺，亦即，平臺介面呈現的是各類貼文內容。相較之下，Facebook 的介面則典型地體現了個體主義或 Wellman (2001) 所謂的網絡個人主義 (networked individualism)，平臺介面以「個人的頁面」展開。後續的分析中，我們將進一步說明，一方面，不同的平臺各自透過哪些異質的介面元素組裝，促動了怎樣差異的使用行為；另一方面，我們也將討論，在 PTT、Facebook 與 Dcard 間又展現了何種差異的使用與參與樣態。

其次，我們將關注演算法產生的影響。演算法不是中性的科技或工具，過去許多相關研究已指出這一點 (Bucher, 2018; Kitchin, 2017)。從新物質主義視角看來，社群媒體組裝運作中的演算法，既是能施加影響力也會被影響的行動者。而在本研究關注的三個平臺中，除了 Facebook 已廣為人知地依賴演算法運作之外，Dcard 與 PTT 也各自在不同程度上透過演算法影響使用者所見。在後續的分析中，我們將進一步考察三個平臺上演算法影響之異

5 相較於其他兩個平臺，PTT 比較特殊的地方是，它沒有官方的應用程式。同時，由於 PTT 早在 1995 年即已成立，並於 2003 年成為臺灣最大的 BBS 站 (Li et al., 2017)。因此，PTT 早期主要的使用者多半是透過電腦的 Telnet 軟體 (如 KKMAn、PCMAN 等) 登入。因此，過去臺灣對於 PTT 的相關研究，主要也都是以電腦 Telnet 介面為討論對象 (如黃厚銘、林意仁, 2013)。直到 2012 年後，才有非官方的 PTT 手機應用程式推出 (如 Mo PTT、JPTT)。本研究為了比較上的一致性，將以研究者自身使用 Mo PTT 的經驗為 PTT 平臺分析與討論的基礎。

同。同時也要特別說明的是，本研究並無意去拆解演算法「本身」的行動，而是要看平臺運作過程中，演算法作為組裝的一部分生成了何種影響。一方面，這是由於在新物質主義的概念中，「組裝」從來都不是邊界清楚的整體 (DeLanda, 2006)。換言之，隨著不同過程、視角層次的轉換，不同的異質行動者會被看見。本研究主要探究的過程與視野，乃是三個平臺在使用者使用經驗中的運作過程，而非跟著演算法「本身」潛入平臺系統內部資料處理的過程。另一方面，當然，本研究也有技術上的侷限，平臺演算法多半是受到保護的資產。在無法由平臺直接提供資訊的情況下，只能透過如 Bucher (2018) 所說的逆向工程 (reverse engineering) 來拆解演算法，而這是本研究目前力所未及的。

最後，影響社群媒體平臺上使用者行動的，也包含 Aral (2020) 所謂的數位社交網絡。也就是說，在社群媒體平臺組裝運作過程中，「其他使用者」當然也是影響參與行動的關鍵力量。然而，與過去研究⁶ 已指出的諸多人際關係因素 (例如社會資本、關係網絡等等) 不同的是，本研究在此關注的並不單純是「人際關係」。更精確地說，數位社交網絡乃是透過平臺其他異質元素 (如介面或演算法) 的行動促生的關係。因此，本研究探究的重點是，在 PTT、Facebook 與 Dcard 不同的平臺上，不同的介面異質元素、演算法，如何促成不同的社交網絡樣態，進而在組裝過程中交互影響著使用者所見與行動？

在進入下一節的經驗分析前，也必須強調的是，雖然前述我們區分了三個探究的組裝過程，但這三個部分僅是在分析上可區分的，在實際的運作過程中，其如 Aral (2020) 所指出的，在介面、演算法與數位社交網絡之間是既層疊又交織的關係。因此，在討論中便可能出現不同過程之間重疊、交錯或相互影響的狀態。

肆、重組平臺運作：Dcard、PTT 與 Facebook

對於臺灣的年輕世代而言，社群媒體平臺幾乎已成了上網的代名詞。而就公共討論及參與面向來說，PTT 一直以來即是臺灣青壯世代重要的資訊集散地與議論場域 (黃厚銘主編, 2016)，2010 年前後開始，也陸續為野草莓、白衫軍、318 等重大社會運動提供動能。而 Facebook 也早已不是純粹的

6 請參考前述文獻回顧中的討論，如陶振超 (2017) 與 Heiss & Matthes (2019)。

社交平臺，Bucher (2018) 即曾指出，Facebook 使用者如今經常是在與專業內容生產者以及新聞媒體互動。這也與我們的訪談資料相呼應，對於年輕世代而言，Facebook 更常是作為新聞與各種資訊的瀏覽工具。至於 Dcard，雖亦是以交友平臺出發，但近年來也逐漸成為年輕世代參與或關注公共事務的重要管道（例如，受訪者 A04 便是將 Dcard 當作新聞在看），甚至過去已有媒體將其與 PTT 並列比較（張家豪、麥郁杰，2019 年 4 月 11 日）。⁷ 而本研究將 Dcard 納入討論的原因也在於，其為現今年輕世代主要使用的社群媒體平臺之一。因此，在了解現今臺灣年輕世代社群媒體使用與公共參與之關係上，Dcard 應是必須關注的案例。⁸

循此，本節將重組並分析 PTT、Facebook 與 Dcard 三個平臺之運作，藉以考察這些平臺的組裝運作過程如何影響使用者的使用與互動，進而導致不同的公共討論及參與樣態。本節分析的資料主要有兩個來源。其一為研究者自身的使用經驗，透過採用 Light et al. (2018) 提出的「演練方法」(walkthrough method)，研究者就自身使用經驗紀錄了相關的過程資料。⁹ Light et al. (同上引) 指出，演練方法過去主要是應用在軟體工程學領域，用以改善使用者經驗。而他們則是將此一方法結合行動者網絡理論 (Actor-Network Theory, 簡稱 ANT)，主張研究者可透過直接關注應用程式介面，逐步觀察與紀錄使用過程，在依循 ANT 的分析原則下，對應用程式使用經驗進行批判性分析。Light et al. (同上引) 強調，演練方法的重點正是要去闡明應用程式使用經驗留下的物質痕跡，進而將應用程式看作是社會技術人造物 (sociotechnical artefact) 加以檢視。¹⁰ 而在本研究中，研究者自身為 PTT 與 Facebook 的長期使用者，2019 年開始使用 Dcard。大約自 2021

7 另一個角度的證據則是，近年來在討論社群媒體認知作戰、假新聞議題時，除 Facebook、PTT 之外，Dcard 也是其中關注的對象，如天下雜誌林倬妃等人 (2019 年 4 月 23 日) 的報導。

8 至於其他臺灣年輕世代常用之社群媒體，則各有其不適合於本研究分析之原因。例如，Instagram 可以說是臺灣年輕世代最常用的社群媒體。但 Instagram 目前在臺灣仍是私人交友、消費導向使用為主。而 LINE，在我們的訪談中，同樣也較被歸類為即時通訊 (群組) 軟體。至於 Twitter 與 Plurk，則是使用人數較少，也暫不列入分析討論。

9 選擇以紀錄研究者自身使用經驗作為分析資料，主要的原因在於，演練方法需要透過科學與技術研究 (Science, Technology and Society; STS) 的原則反身地闡明應用程式運作的痕跡，這涉及的是一種帶有分析觀點的紀錄，較難由一般使用者進行操作。當然，這也意味著這樣的選擇必然涉及研究者自身的觀點與侷限。因此，本研究也將透過社群媒體使用者的訪談以及過去既有相關現象之研究，來補充說明研究者於演練方法中觀察到的組裝過程。希望藉由此一補充能夠更好地呈現使用者經驗上的共鳴。

10 演練方法過去已有許多實際的分析成果，例如，Duguay (2016) 便以演練方法比較了 Instagram 與 Vine 這兩個不同的平臺如何使用戶的「自拍」(selfies) 有著不同的意義。Liu & Keane (2021) 的研究則是以演練方法收集了中國網路特有的「裸貸」(naked loan) 現象資料，研究者藉此方法檢視了與裸貸相關的線上空間之結構特性。

年年初開始，透過演練方法進行三個平臺的田野資料收集。

另一資料來源則是與年輕世代使用者的個別深度訪談。訪談主要目的在於了解年輕世代使用者社群媒體平臺使用狀況，以及於平臺上的公共參與行為。這部份資料主要用以補充呈現社群媒體使用樣態，希望帶來更好的經驗共鳴。訪談於 2021 年年初進行，透過人際關係網絡的介紹，滾雪球地尋找適合的受訪者，最終共有 13 位年齡分布在 18 至 27 歲間的受訪者。在受訪者的選擇上，主要是 PTT、Facebook 與 Dcard 這三個社群媒體平臺的日常使用者，亦即在「平常會使用哪些社群媒體」這一問題下，自覺地回應此三個平臺的使用者。此外，為了增加訪談的機會，不要求受訪者需有完整三個平臺的使用經驗，只要日常使用兩個以上平臺即為我們的訪談對象。¹¹而「公共討論及參與」行為則以較為廣義方式界定，從關注公共與社會議題資訊、參與公共與社會議題討論，到採取線上政治行動都包含在訪談的範圍內。但參考過去研究（Boulianne, 2015; Skoric et al., 2016），本研究主要討論的也將是與資訊接觸及使用相關面向，訪談問題面向包含：社群媒體日常使用情形、社群媒體上關注公共與社會議題活動狀態、不同平臺間參與行動差異、對於自身及年輕世代公共及社會參與樣態反思。社群媒體使用經驗的訪談資料，可與研究者透過演練方法紀錄之資料進行比較與參照，進而更清楚地分析社群媒體平臺運作的組裝過程。

此外，在分析的架構上，延續前一節中提到的三個組裝過程，本研究將以下列兩個面向為主軸，進行三個平臺運作的比較與分析：（1）首先，探究平臺介面與演算法如何導引使用者社交網絡的建立，（2）其次，闡明使用者互動如何在介面與演算法的組裝運作中生成。本研究主張，結由這兩個軸線的比較分析，我們可以看到三個平臺的組裝運作如何促動不同的使用與互動樣態，進而我們才能理解使用者的參與或不參與公共討論之可能性。

一、PTT：湊熱鬧的大市集

（一）平臺介面組裝與社交群聚

PTT 是湊熱鬧的大市集。作為一名使用者，登入 PTT 平臺後，首先遭

11 在受訪者中僅有 A04 為一例外，他／她日常主要使用的社群媒體平臺為 Dcard 與 Instagram。考慮到 Dcard 是較為新興的平臺，我們希望能有更多的使用經驗資料，因此才仍將其納入為受訪者。

遇到的是 APP 的「主選單」頁面。如下圖 1 所示，此頁面為顯示為一個個可點選之物件的功能選項，如「熱門文章」、「最近瀏覽」、「熱門看板」等。此外，在頁面上方，「主選單」左右分別為亮度顯示較低、字形較小的「我的最愛」與「分類看板」，這一配置暗示使用者另有其他頁面可以點選（或滑動）瀏覽。至此，在使用者「進入」PTT 此一平臺的這一刻，裝置的觸控螢幕、介面的選單配置（方塊物件、文字選單）被組裝在一起促成、影響著使用者的行動可能性。

圖 1：PTT 的 APP 主選單

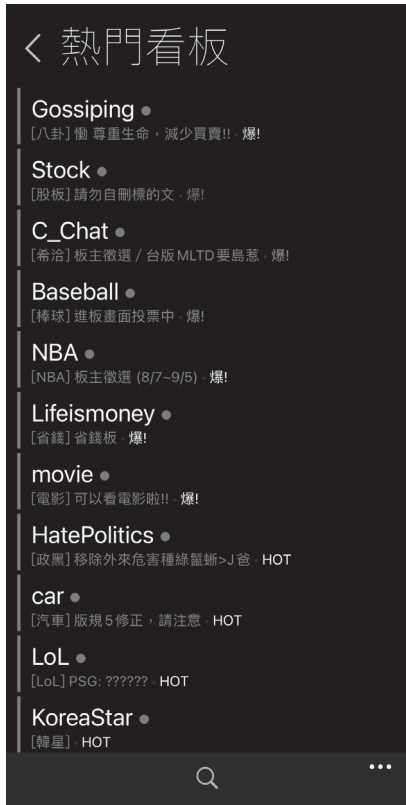


資料來源：本研究提供。

在這一組裝場景中，首先可以注意到的是，使用者並無明顯地被「推」往某一特定行動，APP 的各個功能或是 PTT 平臺上的不同看板大致平等地處於相同的位置上。雖然 APP 透過演算法聚集了「熱門文章」，亦即，透過計算文章的「按讚數」進行分類及排序，但 APP 既無將其預設為使用者登入後主頁面，也無在主選單上加以凸顯。這一配置削弱了 APP「演算法」在 PTT 平臺上的行動與影響力。使用者在此的行動很可能是延續其過去的經驗，例如，直接進入某一特定看板瀏覽。受訪者 A09 即表示，「PTT 就是什麼板什麼板……，然後我只會看動漫板」，A08 則「通常是看八卦板跟男女板還有媽佛板」，而研究者自身作為長期 PTT 使用者，亦同樣通常只瀏覽八卦板與 NBA 板。

回到研究者自身的使用經驗。登入 APP 主頁面後，作為一名使用者，下一步便是要前往其所欲瀏覽的看板。例如，研究者習慣地前往「八卦板」（Gossiping）。點選「熱門看板」這一物件選項，如下圖 2 所示，畫面上依序從上而下排列了 Gossiping、Stock、C-Chat、Baseball、NBA 等看板，且可以注意到每一個看板名稱之後都有著「爆！」或「HOT」字樣顯示其熱門程度，這一熱門程度註記反應的是該看板同時聚集人數多寡。這意味著，PTT 平臺在此展示的「人氣」可能影響使用者的行動。同時，這也說明了何以 PTT 使用者有著過去研究所稱「流動群聚」之行為。因為，一方面，在 PTT 平臺的組

圖 2：PTT 的熱門看板頁面



資料來源：本研究提供。

應」。正如同過去的 PTT 研究經常強調，所謂「鄉民」——也就是 PTT 使用者——之所以屢次展現強大的社會影響力，即是群集起鬨的結果（黃厚銘主編，2016）。

（二）介面與演算法促生的「共演」互動

再回到我們的使用經驗，使用者進入「八卦板」後，所見則是一篇一篇標題被較大字體文字凸顯之貼文（如下圖 3 所示）依時序排列，每一則貼文在標題下也註記了發文者的「代號」（id）與發文日期，左側則有該貼文類型（如「問卦」、「新聞」、「爆卦等」）以及該文的「推文數」。使用者點選一篇貼文便會轉進內文，內文除了發文者的正文外，底下還有其他使用者的

裝場景中，使用者登入後很快遭遇到的，是並列的「看板」，而非其他使用者或文章，這使得「去哪個看板」被促動為首要行為模式；另一方面，「熱門看板」列表展示人氣的註記物件，也影響著使用者的行動，直觀的文字符號暗示著使用者「此處有人群聚集」。

換言之，雖然使「人氣展示」得以可能的演算法相對單純，但在此處卻與使用者間形成了一種相互影響的關係（Bucher, 2018）。當看板聚集的使用者人數超過 100 人時，「HOT」便會被促生，而超過 1000 人時，則是「爆！」將在運作中顯示。使用者受「爆！」吸引進入看板，人數增加進而又促動演算法提高該看板的熱門程度（2000 人以上呈現紅色字體的「爆！」、5000 人以上藍色字體「爆！」），而後又再吸引更多使用者進入。而在此一階段，我們也就可以看到 PTT 平臺影響、促動參與的第一個重要的機制，可稱之為「群聚效應」。

「推／噓文」。在這一組裝場景中，介面配置與演算法各自影響著使用者行動：

1. 單純依時序排列的貼文，一方面讓使用者得以持續關注當下；另一方面則讓使用者得以回溯地掌握過去發生的所有事情。¹² 此外，演算法會將使用者「未讀」之貼文以較高亮度文字顯示標題，使用者便能每日以此確認是否所有新貼文都已看過。
2. 在每一則貼文左側同樣有著類似人氣指標的「推／噓文」數量註記物件。與看板本身的熱門程度註記類似，在此，演算法會計算使用者們的「推」與「噓」之數量。「推」被視為「+1」值，「噓」被視為「-1」值。演算法會即時地計算加總每則貼文的數值，並顯示於貼文左側。同時，當加總數值超過 99 時便會顯示紅色字體「爆」，當加總數值小於 -10 以上則會顯示「X1」、-20 顯示「X2」，超過 -100 則會顯示為「XX」。藉此，由演算法展演出的「推／噓文」數影響了使用者的行動。
3. 內文中，正文下方其他使用者的推／噓文行動，開啟了使用者之間互動的可能。這些推／噓文亦是依時序排列，也同樣讓使用者得以關注當下最新討論狀態，並回溯完整討論脈絡。此外，除了發文者外，推／噓文的場景中，作為「他人」的其他使用者以其代號現身，並促動了 PTT 平臺上最重要的使用者互動形式。

循此，在這裡可以看到 PTT 平臺影響、促動參與的第二個重要的機制，

圖 3：PTT 八卦板文章



資料來源：本研究提供。

12 值得一提的是，關於社群媒體上的貼文如何讓使用者得以既關注當下又回溯過往，這一現象也可以從重要的媒介理論學者 Friedrich Kittler 的理論觀點加以討論。簡言之，在 Kittler 的分析中，媒介使得人的時間體驗成為可操縱的對象，例如，透過印刷書籍將原先轉瞬即逝的話語時刻留存下來。國內關於 Kittler 理論有不少清楚的引介與討論，可參考唐士哲（2017）、黃順星（2017）、林思平（2017）、蔡博方（2017）在《傳播研究與實踐》上的專題論文。

我們將其稱為「共演效應」。也就是說，在這一組裝場景中，除了同樣有著藉由人氣指標引發的「群聚效應」外，在推／噓文中所有使用者都如共同參與演出般行動著。也就是說，對於 PTT 使用者而言，位於正文下方的推／噓文，一方面既受字數限制因而簡短，且容易因大量、快速累積的參與而使每一個別使用者的行動都被淹沒。這讓所有使用者都可以快速地「見縫插針」、「參上一腳」地行動，而不必過於擔心受到注目（曹家榮、黃厚銘，2014 年 6 月）。

但另一方面，也正因為前述推／噓文的特徵，使用者也可能因此絞盡腦汁、想方設法地「找梗」來吸引目光，進而促生了幽默與嘲諷的 PTT 鄉民文化（黃上銓，2016）。換言之，「共演效應」看似矛盾地生成了兩種使用者行動：不想被注意到的「見縫插針」，以及渴望目光的華麗演出。但此一看似的矛盾，實際上皆是在「推／噓文」的組裝過程中促動生成的。如同 Bennett（2010）指出的，異質元素的組裝不是恆定不變的整體，相反地，其總是充斥著混雜的能量與變異的可能。

二、Facebook：生活的策展

Facebook 是生活的策展。相較於 PTT，Facebook 自 2004 年推出至今，已成為 Aral（2020）所謂的「基礎設施」數位平臺（infrastructural digital platform），其影響力與組裝上的複雜度都遠遠高過 PTT。然而，就影響使用者於平臺上的公共討論而言，我們可以聚焦在 Facebook「動態消息」相關的組裝場景。

（一）平臺組裝運作與社交迴路

使用者登入 Facebook 後，手機螢幕上方為可供使用者發佈貼文的區塊，接著往下並列了好友的限時動態，最後則是動態消息內容。此外，介面最下方並列著幾個功能物件，包含「首頁」（房子形狀物件）、「Watch」（螢幕形狀物件）、「社團」（人群形狀物件）、「新冠病毒資訊中心」（愛心形狀物件）、「通知」（鈴鐺形狀物件）等等。隨著使用者向下滑動畫面，整個 APP 介面即主要是動態消息內容的展現。

因此，當使用者登入 Facebook 後，相較於 PTT，使用者受到 APP 物件

頗為清楚的推力影響：瀏覽動態消息。而動態消息則是由使用者追蹤的好友或其他內容提供者（如新聞媒體與各類「粉絲專頁」）發佈的貼文物件組成。一個貼文物件由上而下依序顯示了發佈者、發佈時間與隱私屬性、貼文內容、超連結網頁截圖、各類互動數值（包含按讚、留言與分享次數）、行動選項（按讚、留言或分享）。作為一名使用者，當我反身地看待當下的使用經驗，我發現這一連串的組裝過程不只在展示事件與消息，而是某種意義上「推著」我去進行關係的「再」連結。也就是說，不同於 PTT 的介面組裝運作沒有特定推力，Facebook 平臺介面的組裝促動著使用者繼續與「好友（或追蹤的社團、粉專）」互動。

換言之，這是一個循環迴路。要清楚說明此一循環迴路，我們需要更進一步挖掘另一個相關的組裝場景：交友（或社團、粉專）建議。¹³ 如同 Bucher (2018) 指出的，在 Facebook 上的社交關係，是高度受到演算法的中介與調控。例如，除了使用者自行加入的「好友」外，根據 Facebook 平臺的使用說明，平臺演算法會根據下列幾個條件來建議「你可能認識的朋友」：（1）彼此擁有共同的朋友，（2）加入相同的社團，或被標註在同一張相片中，（3）使用者的人際網絡（如學校或工作經歷）。¹⁴ 也就是說，這一循環迴路即是在「演算法」與「數位社交網絡」之間的交織與組裝，同時進一步促動了「介面」的物件展演。如同前一節中我們已提及的，不同的組裝過程乃是交織纏繞且相互促動的。

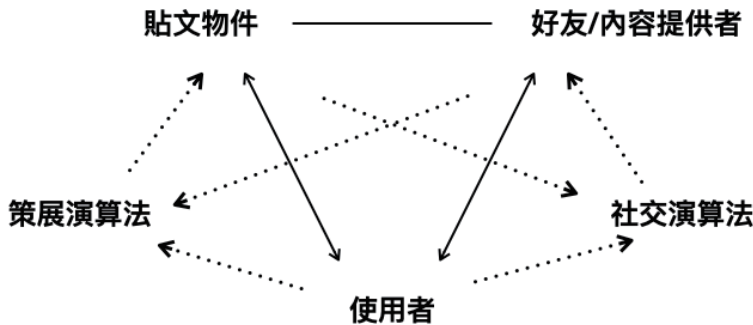
更細緻地拆解這一組裝起的循環迴路，如下圖 4 所示，由實線所連結、組裝起來的網絡，代表使用者在瀏覽 Facebook 介面時遭遇的，包含「使用者」、「貼文物件」、「好友（或其他內容提供者）」等。而虛線連結則是不可見的中介行動 (Latour, 2005)，此處主要為「演算法」的影響。在這一循環迴路中，又可細分出兩種演算法影響，也就是 Aral (2020) 所謂建議社交關係的「社交演算法」(friend-suggestion algorithms)，以及影響動態消息更新排序的「策展演算法」(content-curation algorithms)。社交演算法解讀使用者的特徵（如畢業學校、加入的社團、選擇「加」的朋友等等），據以建

13 如同 Bucher (2018) 指出的，相較於「朋友」這個概念意味著兩個個體間的關係，在 Facebook 上的朋友指的則是「多樣的行動者」之間的關係。Facebook 在一個專利檔案中指出：朋友一詞所指的不必然是在現實世界中真的是朋友的成員關係（當其中一方為一個店家或其他實體時就經常是這樣的情況），它僅僅指稱社會網絡中的一個連結。因此，此處討論的「交友」與「好友」並不限於「人與人」的關係，而是同時也包含了使用者與其他內容提供者的連結。

14 請參考下列網頁：<https://www.facebook.com/help/163810437015615/>，存取日期：2021 年 8 月 11 日。

議「可能認識的朋友」。策展演算法則是當社交關係建立後，偵測使用者與這些關係的互動，再選擇展演的動態消息物件以創造「再」連結。¹⁵

圖 4：Facebook 組裝的循環迴路



資料來源：本研究提供。

循此，本研究主張，在此一組裝運作過程中，我們可以看到 Facebook 影響使用者於平臺上使用與互動的第一個機制：「迴路效應」。同時也可以進一步推論，倘若如過去相關研究指出的，社群媒體之所以能促進公共討論與參與，與「資訊的接觸」有關（陶振超，2017；Heiss & Matthes, 2019）。那麼，更清楚地說，Facebook 的組裝在「迴路效應」這一重要機制的運作中，影響了使用者的互動樣態，進而決定了「資訊接觸」以及後續公共討論與參與（或不參與）的可能性。也就是說，使用者的資訊接觸受到前述的循環迴路所影響，被圈陷在自身的社交關係之中。就如同我們的受訪者 A13 指出的：

我覺得 Facebook 其實滿像每個人的一個……小小的什麼圈……。他會根據你使用者的頻率，然後去排好他今天要給你看什麼東西（A13）。

因此，相較於 PTT（與之後將分析的 Dcard），Facebook 也才讓人更有

15 例如，Facebook 於 2010 年在 F8 開發者大會中，讓人們窺見了其所謂 EdgeRank 演算法，當時這個演算法的作用便在於決定動態消息的更新如何排序，而其依據即是使用者與各個「物件」之互動所生成的數值，例如，使用者針對貼文按讚或留言都會得到不同權重的數值，除了互動類型外，時間也是重要的計算分數等等（Bucher, 2018）。雖然今天 EdgeRank 演算法已被更新的動態消息演算法取代，但它讓我們看到演算法確實在組裝中影響著人們的行動與互動。

「同溫層」的感覺。

(二) 介面與演算法促生的互動退縮

再回到我們的使用經驗。使用者在動態消息中選擇一則貼文進行閱讀，除了發文者的正文與超連結物件之外，接著下方會有針對這則貼文的互動數值（按讚、留言與分享數）、可選擇的「行動」（按讚、留言與分享），以及可進一步查看的「留言」。首先，在介面配置上，雖然「按讚」、「留言」與「分享」三種行動是平等地並列，但三種行動要求使用者需投注的心力全然不同。「按讚」僅需從（目前的）七種情緒中擇一即可；「分享」則可接續多種行動可能，例如，單純分享這一貼文於自身動態消息中，或是選擇增加文字內容評論；而「留言」則要求使用者需於貼文下方輸入文字內容。如此一來，「按讚」就成了使用者可選擇用以維繫關係的「阻力最小的路」。

「按讚」作為互動阻力最小的路，在本研究看來，即是 Facebook 平臺組裝影響使用者行動與互動的第二個機制，我稱其為「省力效應」。省力效應所產生的互動，與過去研究中指出的「懶人行動主義」（Morozov, 2009）有關，因而可以說是一種互動的退縮。也就是說，因為 Facebook 平臺在 APP 介面上配置了「輕鬆」行動的可能，導引著使用者採取投入最少的方式維繫關係，進而在公共議題上展演「參與」。因此，本研究也主張，這意味著「懶人行動主義」並非單純使用者的意圖，而是受「省力效應」所影響。而「省力效應」乃是 APP 介面配置組裝運作的產物。更進一步來看，Facebook 之所以將 APP 介面如此配置，又與策展演算法運作需求有關。如同 Bucher (2018) 指出的，演算法需要可以運算的資料，因此社群媒體平臺便需要盡可能地將使用者的身分與行動轉化成可計算的。「按讚」便是一種行動的計量化。因此，「懶人行動主義」作為省力效應的產物，實際上是一連串由 APP 介面配置、使用者行動數量轉化、策展演算法運作組裝生成的。同時，這也顯示「省力效應」與「迴路效應」在組裝運作上的關聯性。

接著，當使用者選擇點閱留言查看時，又將再一次可能遭遇到演算法的影響。一般使用者貼文的「留言」基本上是按照時序排列，這與 PTT 的「推／噓文」有類似的特徵。然而，Facebook 平臺針對「粉絲專頁」（pages）以及有大量追蹤者（followers）的公開貼文留言內容則會藉由演算法進行排序（Shen, 2019）。除了預設的「最相關」排序，使用者可選擇顯示「最新留言」

或「所有留言」。但即便顯示「所有留言」，也會優先顯示最相關留言。這意味著演算法在此處試圖影響使用者關注「最相關」留言，也就是使用者「朋友的留言或是獲得最多互動的留言」。換言之，這其中一部分也是「迴路效應」的運作，使用者所接觸的乃是其社交圈的資訊。同時，也由於「粉絲專頁」（例如新聞媒體粉專）及有大量追蹤者的「網路名人」最有可能在平臺上傳播公共事務資訊，演算法在此介入也就必然影響了使用者於 Facebook 平臺上的公共參與。如同我們的受訪者 A01 指出的，Facebook 這種排序留言的介面設計，不同於按照時序完整列出所有留言（如 PTT 的推／噓文），這樣「我就不會知道這件事情的起始末，或大家的輿論風向是長怎樣。」如此一來，「我會看文章可是我不會看下面的回覆或留言。」而這又是另一種退縮的互動選擇。

三、Dcard：在兩者之間的新平臺，目光商城

Dcard 則是「在兩者之間」的一種新平臺，本研究稱其為「目光商城」。如前所述，PTT 平臺的組裝運作影響使用者使用行動與互動的方式，是透過「群聚效應」與「共演效應」，因此我們在 PTT 上可以看到「鄉民」這種湊熱鬧式的公共參與（黃厚銘主編，2016）。相對地，Facebook 的平臺組裝，至少在動態消息的事件展演上，主要透過「迴路效應」與「省力效應」影響使用者，因此展現更多的是同溫層與互動退縮的現象。接下來，本研究將繼續重組我們稱為「在兩者之間」的 Dcard，其組裝運作形式可以說是前兩者的混雜，而於混雜中生成的則是一種「目光商城」。

（一）平臺組裝運作與社交群聚及雜處

以研究者收集資料時的 APP 版本¹⁶而言，當使用者登入 Dcard 時會直接被導向「推薦」頁面。如下圖 5 所示，APP 介面的上方並置了四個頁面物件：「推薦」、「全部（熱門）」¹⁷、「追蹤」、「主題」。使用者向下滑動即

16 Dcard 自 2013 年推出 APP 後歷經了幾次介面上的大改版，目前這一版本是自 2020 年開始測試，加入了「推薦」這一頁面（蘇文彬，2020 年 4 月 16 日）。本研究訪談資料收集時，大部分受訪者的介面已是最新版本。

17 「全部」頁面的文章排序預設為熱門文章排序，使用者需手動更改設定才會變成是「最新」文章排序。因此，在此處我將其標示為「全部（熱門）」。

圖 5：Dcard 登入後的「推薦」頁面



資料來源：本研究提供。

算排序。換言之，在這一組裝場景中，Dcard 與 Facebook 類似，演算法的影響介入了使用者於介面上會遭遇到的貼文物件。我們的受訪者也察覺了這一過程，如 A10 所說：

就是我打開，它就是顯示推薦。但我在想它會不會是根據我看的东西、給我的東西、推給我東西，感覺應該是這樣（A10）。

然而，另一個也跟 Facebook 不同的地方是，Dcard 的介面上組裝了其他的行動者。雖然使用者一登入便被導引至「推薦」，但介面上方仍並列著「全部（熱門）」、「追蹤」與「主題」這三個將使用者推往其他行動的物件。因此，就如我們受訪者指出的，雖然一開始會看「推薦」的文章，但看完後就會去看「全部（熱門）」或「追蹤」，如 A09 所言，「就推薦然後推薦看完，然後右滑看熱門，然後看看看看完……。」甚至有些受訪者則會直接看「全部（熱門）」，如 A05 說的，「我只看熱門文章，其他都不看。」，A06 更進一步解釋：

會遭遇到一則一則的文章物件，文章物件上包含了「所屬看板」、「標題」、「圖片預覽（若有）」以及「互動數值」。介面最下方則並置了六個僅以圖形展示的功能物件。因此，即便 Dcard 是屬於與 PTT 相近的論壇式平臺，就登入 APP 最初的組裝場景來說，它更像是 Facebook，有著清楚的推力影響使用者行動：瀏覽系統推薦文章。

不過不同於 Facebook 的是，Dcard 平臺「推薦」文章的來源並不限於使用者的社交網絡。根據報導指出，「推薦」乃是 Dcard 自 2019 至 2020 間測試並推出的新功能。有別於先前「熱門」文章的推薦是以過去 36 小時的「愛心數」排序，「推薦」乃是以深度學習演算法向使用者提供其感興趣的文章（蘇文彬，2020 年 4 月 16 日）。報導中受訪的 Dcard 創辦人指出，這一演算法的運作會根據使用者興趣、所在地、熱門文章、相似人群等指標來計

因為熱門的它之所以是熱門，它一定就是很多點閱率，所以就這篇文章就是夠狗血、或是夠好笑、或是夠荒謬才會被推上去，所以我就會先從那一些先去看（A06）。

因此，就使用者接觸資訊的組裝場景而言，Dcard 的運作既有演算法的介入，也可見使用者主動選擇瀏覽行動。但一方面，Dcard 的演算法影響不像 Facebook 那般與使用者社交網絡緊密扣連，並未形成將使用者圈限於社交網絡的「迴路效應」。另一方面，其介面上反而類似 PTT 平臺組裝中，藉由人氣指標產生影響的「群聚效應」。因此，本研究將此一影響 Dcard 使用者參與行動之過程稱為「擬群聚效應」。這意味著其「群聚」背後有著相對更複雜的，或甚至可以說更「系統操作」（即演算法介入）的推力。在經驗上，這也反映在許多使用者於 Dcard 的「建議回饋」板上質問官方，究竟是以什麼樣的標準計算「熱門」或「推薦」。例如在 2021 年 6 月 5 日即有一篇貼文標題為「Dcard 算法問題」，內容如下圖 6，作者「一直很疑惑 Dcard 的算法。」受訪者 A07 也有類似的表述：

我對熱門板的認知就是他的按讚數比較多的。但是最近 Dcard 好像有改版了有些新出的文章討論度高他也會放到你的熱門板上面去，讓你看。所以……我不太知道他怎麼算的……（A07）。

在「擬群聚效應」的作用下，這意味著 Dcard 使用者的行動相較 PTT 而言更易受平臺系統的推力導引。因此不同於黃厚銘、林意仁（2013）過去以「流動群聚」之概念，捕捉 PTT 使用者自主地尋求共感共應的參與過程，本研究主張，Dcard 使用者總是被影響著（be affected），其行動更清楚地受演算法促動。而進一步來看，本研究於 2020 年年底進行的觀察紀錄顯示，熱門文章排序

圖 6：Dcard 使用者貼文



資料來源：本研究提供。

經常都是由人際相關或消費相關的看板（如「心情」、「感情」、「有趣」、「美食」、「追星」等等）佔據。就像受訪者 A04 所說的：

因為像 Dcard 這個環境來說，會有一個熱門文章嘛，那大部分會在熱門文章前排的，感覺更多是感情生活，反而跟時事沒什麼關係……（A04）。

換言之，我們可以主張，Dcard 平臺演算法的影響，乃是將使用者往個人消費主義的方向推。於是，順應著平臺運作而總是瀏覽著熱門文章的 Dcard 使用者，如同進入了阻力最小的結構，放大了 Sunstein（2001）所描繪的當代個人消費主義文化。

在使用者登入 Dcard 時所遭遇的組裝場景部份，還有另一個值得討論的效應。因為使用者登入時便被導引至「推薦」，且受訪者表示接著多半會去的是「全部（熱門）」，這兩者都是以演算法排序來自不同看板的文章。換言之，在這樣的組裝運作過程中，「看板」分類雖然存在，但其意義與作用便相較於一開始就要求使用者選擇「去哪個看板」的 PTT 來得小。此外，使用者也無需進入特定看板，就可以發表文章，發文時也可以選擇（更改）文章所屬看板。這也同樣削弱了 Dcard 平臺上「看板」分類的影響力。¹⁸ 因此，雖然也屬於論壇型平臺，Dcard 在介面上促動的使用者經驗便與 PTT 有著差異。而這一差異使得 Dcard 使用者所處的資訊環境是相對混雜的。例如，研究者在 2020 年 10 月 11 日至 25 日間，統計了每晚 10 點 30 分以後前 10 大熱門文章類屬，曾經超過 10 次名列前 10 大熱門文章的看板，便有「有趣」、「感情」、「心情」、「女孩」、「美食」等，且共有 28 個看板在這 15 天內至少有一篇文章進過前十大熱門文章。我們將此一效應稱為「雜處效應」。這意味著相較於 PTT 使用者經常群聚於議題同質性較高的單一看板（如八卦板或 NBA 板），Dcard 使用者則因介面與演算法運作的結果，其群聚之所在乃是更混雜的資訊環境，可能前一刻在與人爭論時事議題，但下一刻卻圍觀看著趣聞軼事。我們的受訪者 A11 也提到，不同於 PTT 可以用「看板」進行篩選，Dcard 則是會看到各種類型的文章。

「雜處效應」同樣也將使用者往個人消費主義這一方向推了一把。由於

18 相對地，在 PTT 上，「看板」分類對於使用者來說是相當重要的，甚至成為某種類身分認同的屬性。「黑特」、「八卦」等看板甚至被認為是 PTT 鄉民重要的根源與根據地（黃厚銘主編，2016）。

「雜處效應」削弱了「看板」的影響力，讓 Dcard 使用者面對更複雜的資訊環境。因此，雖然同為「論壇型」平臺，Dcard 卻不若 PTT 那樣，能夠生成具某種程度看板認同與文化的參與模式。此外，這雖然意味著使用者相較而言可以看到更多類型的文章，但從另一個角度來看，也就是不同類型的文章必須一同競逐使用者的注意力。且也由於 Dcard 不具「迴路效應」，不同於 Facebook，其注意力導向並不建基於社交網絡之上。換言之，Dcard 的「雜處效應」將更純粹地導致有趣、吸睛的標題或事件獲得關注。因此，本研究主張，Dcard 就像是一個「目光商城」，既透過雜處的看板吸引使用者目光，也透過演算法來讓使用者看到「他們想看的」。

(二) 介面與演算法促生的互動喧嘩

回到我們的使用經驗上。當瀏覽文章的 Dcard 使用者點選進入一則貼文後，如下圖 7 所示，最上方會顯示發文者身分。由於 Dcard 在某些看板上允許「全匿名」或僅顯示「學校」，使用者身分展演也就既不同於 Facebook 的實名制，也不同於 PTT 可識別代號 (id) 的化名制。接著在使用者發表的正文最下方會有發文者選擇的「話題」標籤。「話題」類似於 Facebook 平臺上的「主題標籤」(hashtag)，作用都在於增加其他使用者觸及這篇文章的可能性。再往下滑動頁面則是「留言」區。Dcard 在此的介面配置會先顯示三則「熱門留言」，接著即是按時序排列的全部留言。而每一則留言又是由幾個元素構成：留言者身分（同樣可匿名）、留言順序（以 B1、B2……排序）、「愛心」數（類似於按讚數）、留言內容。其中，因留言者可匿名的關係，留言順序的編號就成了留言者相互

圖 7：Dcard 看板文章



資料來源：本研究提供。

指認對方的基礎，這與 PTT 在「推／噓文」中會以「某樓」相互指認對方相同。此外，Dcard 的留言內容無限制字數，因而可見留言者長篇大論的情況。換言之，我們可以看到，在留言區的配置上，Dcard 亦混合了 PTT 與 Facebook 的組裝特徵。

在這一組裝場景中，我們可以注意到 Dcard 平臺影響使用者使用與互動樣態的另一效應。亦即，有別於 PTT 平臺運作藉由「共演效應」促動了湊熱鬧的鄉民式參與，本研究主張 Dcard 在此的組裝運作形成的乃是一種「喧嘩效應」。首先，可「匿名」的身分選擇應被理解為一種代理行動的轉譯。也就是說「匿名」的真正效果來自於，在其他使用者看來，發文或留言者乃是藉由無法識別身分的代理行動者在行動。這一匿名行動者轉譯了原有的行動。這可以從 Dcard 的「全匿名」與「僅顯示學校」的身分展演差異中看到。簡言之，「全匿名」的匿名行動者在轉譯發文者的話語時，將話語之外的脈絡都剝除了。相較來說，當 Dcard 使用者「顯示學校」身分發言時，就意味著將這一身分帶進了其話語脈絡中。這也因而導致如我們受訪者 A01 所說的，「到最後，最後還會變成在戰學校。」或者像 A08 感受到的，「我覺得有一部分也就只是，是因為 Dcard 只會顯示學校，所以才造成這種風氣、這種生態吧。」當然，剝除了話語之外的脈絡，也開啟了各種言說的可能。它可能導致如受訪者 A13 所說的，「好像大家躲在鍵盤後面就會……就是想說啥就說什麼。」但同時，如果我們再考量到這一場景中其他組裝配置，亦即，按時序排列可完整呈現的留言脈絡，以及沒有字數限制的留言空間，就可以發現其中也有了各種意見呈現的可能。例如，受訪者 A04 即認為，「Dcard 是一個發表評論很方便的地方，所以會比較五花八門……。」A07 也覺得，「在 Dcard 比較會有正反的討論，比較沒有這麼誇張的……一味的反對政府的言論出現。」

這種既可能躲在鍵盤後面謾罵或戰學校，也可能利用空間長篇論證呈現觀點的情境，本研究主張，正是 Dcard 留言區的介面組裝運作出的「喧嘩效應」。在此一組裝場景中，我們看到的既不如 Facebook 平臺那般，使用者受限於「迴路效應」的同溫層，也不像 PTT 平臺的「共演效應」，使用者總湊熱鬧，Dcard 的使用者在留言區的互動中經歷到的是更為複雜的「喧嘩」，有著謾罵也有著論據，同時也像 A09 所說的：

可能就會更多跟你不同意見的人，因為大家都是不知道從哪裡

冒出來的，然後都在下面留言這樣（A09）。

不過，也正是加上了這種「喧嘩」，本研究主張，我們似乎可以在 Dcard 的使用與互動中看到一種新的公共討論樣態，也就是一種「自我公民」的參與姿態。

本研究主張，「自我公民」指的是，以個人的旨趣、興趣為核心關懷，但卻又時而會以此出發關注公共議題或利益的矛盾樣態。換言之，「自我公民」並非純粹自私的個人主義，因此仍會關注公共與社會議題，甚至有時會採取行動。¹⁹ 而 Dcard 平臺的組裝運作之所以會促動「自我公民」這樣的參與姿態，即是擬群聚效應、雜處效應與喧嘩效應共同作用的結果。也就是說，一方面如前述分析指出，擬群聚與雜處效應都將 Dcard 使用者推向了個人消費主義，但另一方面，Dcard 平臺在留言互動機制上的「喧嘩效應」則對於參與有較正面的影響。這也就是「自我公民」的矛盾之處，看似僅關注個人興趣，卻時而又會將關懷延伸至公共議題討論。而「喧嘩效應」之所以能如此促動使用者，可從三個平臺的留言介面配置看出緣由。不同於 PTT 的「推／噓文」受限於字數長度、不得連續推／噓文，因而難以提供使用者充分議論的空間，也不同於 Facebook 的回覆留言會受的演算法影響展演，Dcard 使用者在留言時，可完全匿名、有充分議論空間、且不會受演算法干擾排序（時間），這些組裝配置的樣態讓書寫與閱讀都有好的展開與脈絡。因此，雖然眾人「喧嘩」中必然有著謾罵叫囂，但卻也更能提供公民議論的可能性。就如受訪者 A01 甚至認為，「Dcard 就真的像個論壇一樣。就是各式各樣的人，各式各樣的價值觀都會被 Po 上去」、「真的就是完完整整的就這件事情去討論這樣子」。

循此，總結而言，「自我公民」這一矛盾的行動展演正是來自於 Dcard 內在有著衝突的組裝。作為一個消費與市場導向的社交平臺，Dcard 並不若 PTT 誕生於某種程度上的自由、自主與公共性理念之中（李紹良，2016）。因而其「擬群聚效應」與「雜處效應」其實都與個人消費主義扣連。然而，從新物質主義視野看來，各種組裝本來就不是內在同質、一致的整體，而是總接合著混雜甚至衝突元素與力的作用（Bennett, 2010）。Dcard 平臺中，「留

19 同時，也需區辨的是，「自我公民」不同於 Giddens (1991) 所說的「個體化的政治」。Giddens 以此概念要闡明的是，在高度現代性時期，個體生活面向的各種選擇都成了政治問題。本研究所稱「自我公民」並無如此強的政治連結，即便從個人自我旨趣出發，仍有政治與社會性的潛能，但卻更為模糊不清。

言」的組裝配置正展現了這種「不和諧」性，讓使用者在關注自我之外也有了展演公共討論的可能。

伍、結論：臺灣年輕世代的平臺使用與公共討論參與

表 1：平臺組裝運作效應比較表

平臺	組裝運作	社交與互動樣態	公共參與
PTT	群聚效應 共演效應	湊熱鬧 吸引目光	鄉民的流動群聚
Facebook	迴路效應 省力效應	同類相聚 對話退縮	同溫層與群體極化
Dcard	擬群聚效應 雜處效應 喧嘩效應	湊熱鬧（消費） 湊熱鬧（消費） 謾罵論理	自我公民

資料來源：作者自行整理。

本研究目的在於從新物質主義取徑探究：PTT、Facebook 與 Dcard 三個社群媒體平臺如何在異質元素的交互影響中，組裝使用者的使用與互動樣態，進而影響其公共討論參與的可能性。新物質主義強調關係性的視野，主張必須關注異質元素組裝的過程。因此，本研究主張，雖然 PTT、Facebook 與 Dcard 都屬社群媒體平臺，但不同的組裝運作過程將導致使用者以不同方式被促動與影響。循此，以演練方法（walkthrough method）紀錄以及訪談資料為基礎，本研究重組（re-assembled）了 PTT、Facebook 與 Dcard 三個平臺的組裝運作。藉由此一重組，我們指出了三個平臺各自組裝運作實際上涉及了不同介面的配置、演算法的介入等異質元素與使用者的共同行動。同時，如上表 1 的整理，透過細緻區辨不同平臺的組裝運作過程，我們也說明了三個平臺各自造成的可能效應：PTT 使用者在「群聚效應」與「共演效應」中成了湊熱鬧的鄉民；Facebook 使用者則受「迴路效應」與「省力效應」影響，容易陷入同溫層中；而 Dcard 作為「在兩者之間」的新平臺，則展現了「類群聚效應」、「雜處效應」與「喧嘩效應」，為作為「自我公民」的使用者打造了阻力最小的路。

同時，對於不同平臺的組裝運作之拆解與分析，也回應了本文最初在回顧既有文獻後主張的：社群媒體對於公共討論與參與的影響無法簡單論定，

我們不僅需要考量不同平臺的作用與影響，更需要就每一次事件中實際組裝起的「使用者——裝置介面——社群媒體平臺」進行分析，才能弄清楚平臺的組裝運作如何影響使用者的使用與互動，進而影響其討論及參與樣態。事實上，從「組裝」的角度來看，本研究分析也是時空與脈絡限定的。因此，本研究並無意圖要聲稱發現了 PTT、Facebook 與 Dcard 這三個平臺客觀或普遍的運作邏輯。本研究嘗試做的，乃是藉由拆解三個平臺日常最例行使用的操作過程，分析其可能促生的組裝效應。進而，在這樣的基礎上，未來我們將可以更進一步以某個事件為軸線，比較性地探究該事件中不同社群媒體平臺的組裝運作如何產生交互影響，而前述提及的各種效應又會以什麼樣的混雜形式交織在一起。

換言之，本研究主張，理解年輕世代參與矛盾的一個方式，便是要回到不同社群媒體平臺的組裝脈絡中，探究這些平臺如何影響了年輕世代的連結與互動。乃至於，對於這些現象的深究，才可能更進一步讓我們去思考，如果社群媒體不可避免地會成為年輕世代的主要連結互動與資訊接觸來源，那麼我們現今所使用的這些社群媒體平臺是否能促動合宜的公民參與行動？以及，反過來看同樣也是重要的問題：政治、公共與社會議題如今是否還適合透過社群媒體進行傳播？

當然，從另一個角度來看，這其實也凸顯了本研究的另一個侷限或未盡之處。亦即，為了分析上的結構安排，以及篇幅限制，我們僅個別地針對 PTT、Facebook 與 Dcard 進行重組與討論。但現實狀況中，使用者多半同時會使用多個社群媒體平臺。本研究的受訪者雖然並非全部都有使用這三個平臺，但多數情況是經常使用 Facebook 與 PTT 或 Facebook 與 Dcard。且平臺之間的使用行動有著相互連結。因此，對於臺灣年輕世代而言，不同社群媒體平臺交織使用的狀態，又如何增加其於平臺上公共討論與參與的複雜樣貌，這部份的問題也尚待未來研究進一步探討。

參考文獻

- 王嵩音 (2017a)。〈是「異議」？還是「疏離」？網路使用者的政治態度與政治參與〉，《傳播與文化》，16：104-131。
- _____ (2017b)。〈社交媒體政治性使用行為與公民參與之研究〉，《資訊社會研究》，32：83-112。http://doi.org/10.29843/JCCIS.201701_(32).0004
- 李紹良 (2016)。〈技術活化石的春天：一段 BBS 站獨大的歷史〉，黃厚銘 (編)，《婉君妳好嗎？給覺醒鄉民的 PTT 進化史》，頁 75-113。群學。
- 林思平 (2017)。〈電腦科技媒介與人機關係：基德勒媒介理論中的電腦〉，《傳播研究與實踐》，7 (2)：33-62。
- 林倖妃、伍芬捷、邱學慈 (2019 年 4 月 23 日)。〈一個帳號幾多錢，網軍價格全揭露〉，《天下雜誌》。上網日期：2021 年 8 月 20 日，取自 <https://www.cw.com.tw/article/5094849>
- 唐士哲 (2017)。〈作為文化技術的媒介：基德勒的媒介理論初探〉，《傳播研究與實踐》，7 (2)：5-32。
- 張家豪、麥郁杰 (2019 年 4 月 11 日)。〈長輩盤據臉書、PTT，年輕人奔向低卡〉，《風傳媒》。上網日期：2021 年 8 月 21 日，取自 <https://www.storm.mg/article/1159917>
- 曹家榮 (2022)。〈PTT：臺灣網路論壇的歷史、結構與生態〉，王維菁、林玉鵬、王俐容 (編)，《AI 時代的數位傳播素養教育》，頁 58-72。五南。
- 曹家榮、黃厚銘 (2014 年 6 月)。〈PTT 推文與歧異文化：Mob-ility 作為游擊戰〉，論文發表於「2014 年中華傳播學會年會」，臺北。
- 黃上銓 (2016)。〈有沒有鄉民總是有新梗的八卦〉，黃厚銘 (編)，《婉君妳好嗎？給覺醒鄉民的 PTT 進化史》，頁 117-170。群學。
- 黃厚銘主編 (2016)。《婉君妳好嗎？給覺醒鄉民的 PTT 進化史》。群學。
- 黃厚銘、林意仁 (2013)。〈流動的群聚 (mob-ility)：網路起鬨的社會心理基礎〉，《新聞學研究》，115：1-50。http://doi.org/10.30386/MCR.201304_(115).0001
- 黃順星 (2017)。〈媒介史的末世預言：基德勒與麥克魯漢論媒介技術〉，《傳播研究與實踐》，7 (2)：63-92。
- 陳婉琪、張恒豪、黃樹仁 (2016)。〈網絡社會運動時代的來臨？太陽花運動參與者的人際連帶與社群媒體因素初探〉，《人文及社會科學集

- 刊》，28 (4)：467-501。
- 陶振超 (2017)。〈社交媒體的動員力量：網絡機會模式之觀點〉，《新聞學研究》，131：49-86。http://doi.org/10.30386/MCR.201704_(131).0002
- 蔡博方 (2017)。〈基德勒與魯曼的相互參照：從社會理論出發的一次交流〉，《傳播研究與實踐》，7 (2)：93-122。
- 蘇文彬 (2020 年 4 月 16 日)。〈個人化推薦如何每月吸睛 15 億次，先得撐過 3 千次午夜爆量挑戰〉，《iThome》。上網日期：2021 年 8 月 24 日，取自 <https://www.ithome.com.tw/people/136905>
- Ahy, M. H. (2014). Networked communication and the Arab Spring: Linking broadcast and social media. *New Media & Society*, 18(1), 99-116. http://doi.org/10.1177/1461444814538634
- Aral, S. (2020). *The hype machine: How social media disrupts our elections, our economy, and our health—and how we must adapt*. Currency.
- Bennett, J. (2010). *Vibrant matter: A political ecology of things*. Duke University Press. http://doi.org/10.1215/9780822391623-007
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. http://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542
- boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39-58). Routledge.
- Braidotti, R. (2019). *Posthuman knowledge*. Polity Press.
- Bucher, T. (2018). *If...then: Algorithmic power and politic*. Oxford University Press.
- Bucher, T., & Helmond, A. (2018). The affordances of social media platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 233-253). Sage. http://doi.org/10.4135/9781473984066.n14
- Comunello, F., Mulargia, S., & Parisi, L. (2016). The 'proper' way to spread ideas through social media: Exploring the affordances and constraints of different social media platforms as perceived by Italian activists. *The Sociological Review*, 64(3), 515-532. http://doi.org/10.1111/1467-954X.12378

- DeLanda, M. (2006). *A new philosophy of society*. Continuum.
- Duguay, S. (2016). Lesbian, gay, bisexual, trans, and queer visibility through selfies: Comparing platform mediators across Ruby Rose's Instagram and Vine presence. *Social Media + Society*, 2(2), 1-12. <http://doi.org/10.1177/2056305116641975>
- Enjolras, B., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2012). Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? *New Media & Society*, 15(6), 890-908. <http://doi.org/10.1177/1461444812462844>
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446270066>
- Fox, N. J., & Alldred, P. (2016). *Sociology and the new materialism*. Sage. <https://dx.doi.org/10.4135/9781526401915>
- Gibson, J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Harlow, S. (2011). Social media and social movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline. *New Media & Society*, 14(2), 225-243. <http://doi.org/10.1177/1461444811410408>
- Heiss, R., & Matthes, J. (2019). Does incidental exposure on social media equalize or reinforce participatory gaps ? Evidence from a panel study. *New Media & Society*, 21(11-12), 2463-2482. <https://doi.org/10.1177/1461444819850755>
- Introna, L. D. (2011). The enframing of code: Agency, originality and the plagiarist. *Theory, Culture & Society*, 28(6), 113-141. <http://doi.org/10.1177/0263276411418131>
- _____. (2016). Algorithms, governance, and governmentality: On governing academic writing. *Science, Technology, & Human Values*, 41(1), 17-49. <https://doi.org/10.1177/0162243915587360>
- Jung, N., Kim, Y., & Gil de Zúñiga, H. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation.

- Mass Communication & Society*, 14(4), 407-430. <http://doi.org/10.1080/15205436.2010.496135>
- Kavada, A. (2015). Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*, 18(8), 872-886. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Kim, D. H., & Ellison, N. B. (2022). From observation on social media to offline political participation: The social media affordances approach. *New Media & Society*, 24(12), 2614-2634. <https://doi.org/10.1177/1461444821998346>
- Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 14-29. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087>
- Latour, B. (1993). *We have never been modern*. Harvard University Press.
- _____. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Li, S. L., Lin, Y. R., & Huang, A. H. M. (2017). A brief history of the Taiwanese internet: The BBS culture. In G. Goggin & M. McLelland (Eds.), *The Routledge companion to global internet histories* (pp. 182-196). Routledge. <http://doi.org/10.4324/9781315748962-13>
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881-900. <http://doi.org/10.1177/1461444816675438>
- Liu, J., & Keane, H. (2021). Naked loan selfies: Becoming collateral, becoming pornography. *New Media & Society*, 23(12), 3616-3633. <https://doi.org/10.1177/1461444820957257>
- Lupton, D. (2019). The thing-power of the human-app health assemblage: Thinking with vital materialism. *Social Theory & Health*, 17, 125-139. <https://doi.org/10.1057/s41285-019-00096-y>
- _____. (2020). *Data selves: More-than-human perspectives*. Polity.
- Morozov, E. (2009). Iran: Downside to the "Twitter Revolution". *Dissent*, 56(4), 10-14. <http://doi.org/10.1353/dss.0.0092>
- Postigo, H. (2016). The socio-technical architecture of digital labor: Converting

- play into YouTube money. *New Media & Society*, 18(2), 332-349. <http://doi.org/10.1177/1461444814541527>
- Pink, S., Ardevol, E., & Lanzeni, D. (Eds.). (2016). *Digital materialities: Design and anthropology*. Bloomsbury.
- Shen, J. (2019, June 14). Making public comments more meaningful. *Meta*. Retrieved August 23, 2021, from <https://about.fb.com/news/2019/06/making-public-comments-more-meaningful/>
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society*, 18(9), 1817-1839. <http://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202-220. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>
- Thorson, K. (2014). Facing an uncertain reception: Young citizens and political interaction on Facebook. *Information, Communication & Society*, 17(2), 203-216. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862563>
- Van Dijk, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <http://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Velasquez, A., & LaRose, R. (2014). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. *New Media & Society*, 17(6), 899-918. <http://doi.org/10.1177/1461444813518391>
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107-114. <http://doi.org/10.1089/cyber.2009.0226>
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252. <http://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>
- Yamamoto, M., Kushin, M. J., & Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as

- political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 7(6), 880-898. <http://doi.org/10.1177/1461444813518390>
- Yamamoto, M., Nah, S., & Bae, S. Y. (2019). Social media prosumption and online political participation: An examination of online communication processes. *New Media & Society*, 22(10), 1885-1902. <http://doi.org/10.1177/1461444819886295>
- Yang, H. C., & DeHart, J. L. (2016). Social media use and online political participation among college students during the US election 2012. *Social Media + Society*, 2(1), 1-18. <http://doi.org/10.1177/2056305115623802>

本文引用格式

- 曹家榮 (2023)。〈重組 PTT、Facebook 與 Dcard 的平臺運作與公共討論：新物質主義取徑的分析〉，《傳播研究與實踐》，13 (1)：1-35。
<https://dx.doi.org/10.53106/222114112023011301001>
- Tsao, C. R. (2023). Reassembling platform operation and public discussion on PTT, Facebook, and Dcard: A new materialism approach. *Journal of Communication Research and Practice*, 13(1), 1-35. <https://dx.doi.org/10.53106/222114112023011301001> [Text in Chinese]

Reassembling Platform Operation and Public Discussion on PTT, Facebook, and Dcard: A New Materialism Approach

TSAO, Chia-Rong*

Assistant Professor, Department of Social Psychology, Shih Hsin University

Abstract

Based on the new materialism theories, this study analyzed how the differences among PTT, Facebook, and Dcard influence younger social media users in Taiwan in their public discussion and participation on platforms. The study argues that to investigate the public discussion and participation on social media in more detail, it is necessary to consider the assembled activities on different platforms. By exploring the assemblages of these three platform apps (PTT, Facebook, and Dcard), the study showed that their operations are assembled respectively by different heterogeneous elements such as the app interface arrangements, the intervention of algorithms, and by the coordination of platform users. The study indicates that, through these different assembling operations, PTT users become mobbing netizens under the effects of “mobbing” and “performing-together.” Facebook users tend to become trapped in echo chambers under the effects of “loop” and “effortlessness.” Being a new platform between the other two, Dcard exhibits the effects of “mobbing-like behaviors”, “complexity” and “noises.” It creates a path of least resistance for users as “self-citizens.”

Keywords: public participation, social media, new materialism, app interfaces

* E-mail: pastor.tsau@gmail.com

Received: 2022.02.03; Accepted: 2022.12.01

