

# 以性別定位的通訊習慣：香港大學生使用流動電話短訊情況

練美兒

香港城市大學英文與傳播學系

**摘要** 流動電話短訊——普遍稱為SMS (Short Message Service)，手機短訊、文字訊息、手機郵件——現時在世界各個地區，已成為相當普遍的聯絡工具，並特別受年輕人歡迎。透過有關流動電話及短訊使用的文獻回顧，本文先從社會、文化及傳播角度，略述這種科技在不同社會文化環境產生的意義。歸納現存的理論立場後，本文將陳述一項香港大學生使用手機短訊“先導調查”(pilot study)的結果，繼而探討手機短訊所揭示的雙語及跨文化身分，以及年輕人以性別定位的社交習慣。

## 一 理論基礎

流動通訊科技對社會的影響：對人類聯繫是樂觀還是悲觀？

有別於流動電話公司於宣傳及廣告採用的樂觀論調，例如手機短訊可帶來“更親近的人類關係”、“更親近的家庭關係”、“恆常的接觸”、“即時及永久的人類聯繫”，文化研究學者對流動通訊科技帶來的社會及文化意義，大多抱有較謹慎，甚至悲觀的態度。

Raymond Williams 就在一篇文章中提出“流動私殼”(mobile privatization)的概念：<sup>1</sup>“這是一個現代獨有的處境，我在早前的著作 (Television: technology and cultural form 1974) 中稱之為‘流動



私殼’ (mobile privatization)。<sup>2</sup> 這是一個用於史無前例處境的難聽字眼。它的意思是在大部分社會層面，人們愈來愈傾向私人、小家庭單位的生活方式，或是更甚者，以隱密的個體形式生活。與此同時，這種局促的私隱存在前所未見的流動性。”<sup>3</sup>

對 Williams 來說，新科技只會加劇現代人類社會的“流動私殼式的社會關係” (mobile-privatized social relations)。<sup>4</sup> 他透過汽車在街道行走的畫面，來解釋這個論點：人們以車身作為“外殼” (shells)，把自己隔離於流動的空間中，只與他們社會圈子中認識的人溝通（身處他們私家車中的人），對其他“外殼”中的人類視而不見。有一句中國諺言能充分描繪這個情況：“各家自掃門前雪，不管他人瓦上霜。”

流動通訊科技的新發展，看來進一步減弱了現代人的社會意識，並加劇了人們躲藏在自己的小型流動“外殼”裏面（其他隔離的單位包括房屋、住宅、私家車等，當然少不得現時的個人流動電話網絡）。人們講求“人在心不在” (detached presence) —— 把自己變成絕緣體，踏進屬於個人的空間，好像只沉醉於隨身聽的世界，或是使用流動電話的各種服務，漸漸脫離身邊的人群。

Geoff Cooper 最近提出有關“無線世界” (wireless world) 的社會理論，正好反映出這種悲觀的論調。<sup>5</sup> 他引述 Heidegger 的觀點，指出現代科技把世界設計或轉化成可利用的資源，繼而點出“隨時候命、隨傳隨到” (perpetual availability) 既有利處，亦有弊端——“你可以逃跑，但不可以躲藏” (You can run but you can't hide)。新式的流動通訊科技把人類轉化成資源——隨時隨地接受傳呼，與他人保持工具性的聯絡，例如僱員必須接聽上司的來電，並回復上司的手機短訊。

這種悲觀的看法，也在針對年輕人的流動通訊研究中得到證實，只是體現的方式略有不同：年輕一輩經常使用流動通訊設

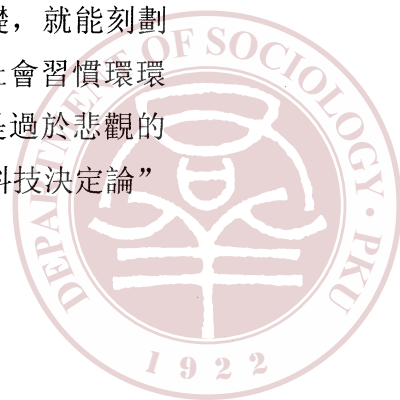


備，如手提電話及短訊服務，可被視為人們在現代社會，特別是高度都市化的城市，失去緊密聯繫所產生的症狀。

Claire Lobet-Maris 這樣寫道：“人們使用流動電話的背後，最原始及最重要的意義，其實是渴望在社會中尋找自我存在，令年輕人在愈來愈難以溝通的環境當中，得到一種社會聯繫。基於這個原因，就如研究顯示，約有一半的年輕人表示願意接收無線的廣告短訊……。反映現今部分年輕人對溝通的需求。流動電話和傳呼機的重要性日益提高，或許就是‘分離社會’ (disconnected society) 最強而有力的標記。”<sup>6</sup>

與此同時，部分芬蘭人則關注到這種新式、“膚淺” (shallow) 的流動通訊文化，會逐步取代了他們原有的傳統語言習慣。Fukka-Pekka Puro 就表示，擔心傳統芬蘭語言文化所重視的“安靜” (silence)、“直接” (direct)、“消息性” (informative)、“實事求是” (matter-of-talk) 的價值，現正被流動電話所主張“膚淺” (shallow)、“閒話家常” (small talk) 的語言文化取替。<sup>7</sup> Puro 慨歎這是“諾基亞化” (nokialization) 的現象，並向大家提出警告，指芬蘭的傳統生活方式正逐漸流失。<sup>8</sup> Puro 傾向一種結構性、二元對立的文化理論：舊文化與新文化；新的流動通訊科技帶來新文化，以致新生活方式，代替了舊有的文化和生活方式。不過，對於這種結構主義、二元對立、簡化主義的立場，後結構主義者可能會有所保留。

當我們放棄對現代性及後現代性的“一概而論” (general)，以及“宏大的陳述” (grand narrative) (不論是樂觀或是悲觀的論調)，改以“處境方式” (situated approach) 作基礎，就能刻劃出在每一個具體環境當中，新式傳播科技及現有社會習慣環環相扣的關係。相信大家都不欲墮入過分樂觀，或是過於悲觀的“兩極陷阱” (dichotomous trap)，否則只會傾向“科技決定論”



(technological determinism)，很容易忽略了流動通訊科技在不同的社會文化環境裏，所帶來的多元、本土，並經常互相矛盾的影響及意義。以近期有關亞洲年輕人使用手機短訊的研究為例，很多都著重於點出這種新通訊習慣帶來的正面影響；可是我們仍期待更多亞洲的研究能有效地將現象脈絡化，發掘背後更深層的意義。

### 探討亞洲年輕人使用短訊的研究

針對亞洲年輕人使用手機短訊的文獻少之又少，本文將歸納兩個近期的相關研究，引申至這個题目的討論核心。第一個研究在日本進行，旨在探討年輕人使用流動電話，特別是短訊功能，所顯示的獨特形態與社會結構的關係。<sup>9</sup> 調查發現基於許多不同原因，令日本年輕人對短訊產生強烈興趣，當中包括它獨一無二的表達風格和作用。不過，最重要的因素，還是希望脫離成年人的監視及操控。日本的年輕人，特別是大專學生，經常遊走於備受成年人監控的家庭、學校及城市空間，即使他們身處公眾場所，仍是受到社會禮教的法則、各種管理力量的約束，嚴重限制他們的溝通方式。年輕一輩欠缺空間的擁有權和控制權，令他們難以進行私密的對話。

手機短訊的功能，正好填補了現存的空缺，為年輕人提供了分享私人空間、脫離成年人監察的途徑。也就是說，短訊傳播的科技提供了一個平臺 / 工具，協助年輕人擺脫傳統的秩序和成年人的監控，開拓一個安全的私人溝通網路。香港與日本在社會文化方面甚為相似，兩地的年輕人同樣面對充滿壓迫感的生活環境，很難尋找獨立於成年人監察、純粹屬於自己的私人空間。因此，若在香港進行類近的研究，將可與日本的情況作一對照，構成一個值得探討的課題。



另一個較近期的研究於台灣誕生，內容包括十一個年輕人的深入訪談（七男四女，年齡界乎二十至二十五歲），以及他們的手機短訊文本分析。<sup>10</sup> 研究發現他們利用短訊協商兩性關係，這個情況在情侶間最為顯著。例如兩人爭吵過後，不想聽到對方的聲音；在表白愛意及拒絕別人的剖白時，避免直接對話所造成的尷尬。有受訪者亦指出，部分訊息非常私人，有的則極具意義，所以會把它們保存起來。

由此觀之，上述兩個關於亞洲年輕人短訊使用的研究，也是以樂觀、正面的腔調作結，認為年輕人可從中得到擺脫成年人約束，或是進行性別關係協商的機會。這個論調與 Gerard Goggin 的觀察不謀而合，他指年輕人透過傳送手機短訊，能鞏固他們的文化，凸顯當中與一般成年文化的不同。<sup>11</sup>

相對亞洲其他地區曾進行少量相關研究，本港作為流動電話使用量極高的城市，卻從未作出這方面的學術探討。有見及此，本文將會以先導研究的形式，初步分析本港年輕人使用短訊的習慣。本研究於二零零四年九月份進行，對象為香港的大學生，目的是瞭解手機短訊在部分年輕、接受高等教育學生的日常生活中扮演的角色。有關研究的細節及分析，將於本文稍後部分詳加探討。

### 香港流動電話短訊：大學生的先導研究

在過去數年以來，香港一直位列全世界流動電話滲透率最高的城市之一。從一九九八年至二零零三年，本地的流動電話客戶的數位上昇了一點五倍；截至二零零三年年底，全港共有719萬名流動電話用戶，滲透率高達106%。然而，撇除這個極高的滲透率，流動電話提供的短訊功能（SMS）使用率，卻遠不及亞洲其他國家，如新加坡、菲律賓和南韓。根據“TNS 亞洲電訊指數”



(TNS Asia Telecoms Index) 顯示，只有43%的本地手提電話用戶使用短訊功能，而他們每月平均僅傳送二十三則訊息。<sup>12</sup> 歸根究底，各大電訊公司較後期才發展跨網路短訊服務，以及較少對這項服務進行大規模的宣傳，也可能是短訊未能在本地普及的原因。另一個較合理的解釋，就是與亞洲其他城市比較，香港的流動電話收費相對便宜，令市民毋須改用短訊來節省電話費開支。

至於從社會文化的層面來分析，另一個原因可能是香港有別於其他亞洲城市，如日本、韓國，在公眾場所高聲談電話早已成為港人的習慣，他們並不擔心自己的聲浪會騷擾他人。<sup>13</sup> 因此，本港並沒有強大的社會文化壓力，促使流動電話用戶在公眾場合改以短訊溝通，而這項服務在本地可說仍未得到充分發展。

這項先導研究於二零零四年九月進行，以問卷調查的形式訪問了四百五十五名就讀香港城市大學，分別來自英文與傳播系、商學院、電腦工程及資訊科技系的大學生。其中男性佔43.4%，女性佔56.6%；年齡在18–22之間的佔88%，其他的則在23歲或以上的年紀；學科上以商學居多，佔55.1%，其次是英文與傳播學科，佔23.3%，以及電腦工程與資訊科技學科，佔21.5%。調查主要針對幾個範疇：使用手機短訊的學生種類、使用的頻率、發送的對象和目的，以及溝通的語言等。本調查所得的結果，可作為設計相關的大型研究，包括問卷調查及民俗誌研究的初步基礎。

## 二 主要發現

以下將分成兩部分，描述調查結果的要點：

(甲) 主要變數的“描述性統計”(Descriptive statistics)。

(乙) 以“卡方檢驗”(Chi-square test) 展現部分變數(包括性



別、年齡、學科、使用頻率)對其他變數影響的“推斷性統計”(Inferential statistics)。

### (甲) 描述性統計

#### 1. 沒有使用短訊服務的原因：

在四百五十五名受訪者中，有一百一十名(24.2%)表示沒有使用短訊服務，原因包括(可選多於一項)：“太貴”(24.3%)、“打電話更方便”(48.6%)，以及“沒有用SMS的習慣”(55%)。由此可見，很多沒有使用手機短訊的受訪學生，均傾向以通話多於短訊的形式通訊。

#### 2. 高用量 / 低用量用者：

短訊服務的使用頻率方面，48.2%的受訪者可歸類為低用量用者，其餘的51.8%則屬於高用量用者。(根據本文的定義，每月使用5-10次短訊服務，至每星期使用5-10次短訊服務者，視為低用量用者；每天使用5-10次短訊服務或以上者，則視為高用量用者)。

#### 3. 最常傳送短訊的對象：

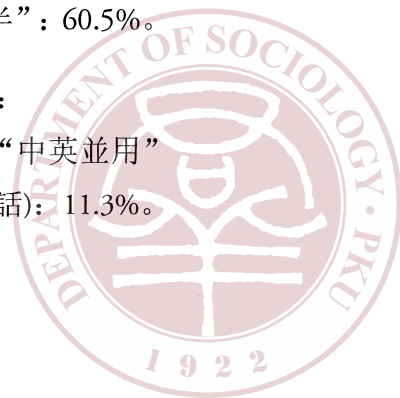
受訪者最常傳送短訊的對象包括(可選多個答案)：“好朋友”(86.1%)、“同學”(56.8%)、“男朋友 / 女朋友”(43.2%)、“家人”(23.8%)，以及“普通朋友”(13%)。

#### 4. 最常傳送短訊對象的性別：

“同性”：17.4%；“異性”：22.1%；“一半一半”：60.5%。

#### 5. 撰寫短訊較常使用的語言(可選多個答案)：

“純中文”：17.7%；“純英文”：40.6%；“中英並用”(雙語)：60.6%；“英文字母拼寫的中文”(包括廣東話)：11.3%。



6. 自覺使用短訊對個人中文程度的影響：

大部分受訪者認為“沒有影響”（80.5%）；小部分表示有“高度正面影響”（2.2%），或是“正面影響”（5.7%）；部分則形容使用短訊服務帶來“負面影響”（11.3%），極少表示有“高度負面影響”（0.3%）。

7. 自覺使用短訊對個人英文程度的影響：

大部分受訪者認為“沒有影響”（77.7%）；極少表示有“高度正面影響”（0.9%），同樣極少表示有“高度負面影響”（1.2%）；部分則形容有“正面影響”（8.9%），或是“負面影響”（11.3%）。

8. 使用內置或下載圖案：

“沒有”：52.9%；“很少”：26.7%；“有時”：17.2%；“經常”：3.2%。由此看來，很少用戶會經常使用內置或下載的手機圖案。

9. 使用表情符號：

“沒有”：26.2%；“很少”：27.6%；“有時”：33.4%；“經常”：12.8%。由此看來，不是太多用戶會經常使用手機的表情符號。

10. 使用哪種輸入語言較為方便：

大部分的受訪學生認為英文（74.3%）較容易輸入，其餘的認為中文（25.7%）較容易輸入。

11. 會否即時閱讀短訊：

“會”：52.9%；“多數會”：40.1%；“多數不會”：2.6%；“不會”：0.3%；“視乎情況”：4.1%。由此觀之，逾九成受訪者在收到短訊後，會或多數會即時閱讀內容。





12. 會否即時回復短訊：

“會”：14.2%；“多數會”：45.5%；“多數不會”：8.4%；  
“不會”：3.8%；“視乎情況”：28.1%。由此可見，約六成受訪者在收到短訊後，會或多數會即時作出回復。

13. 有否傳送“多於一個接收人的短訊”(multiple recipient messages)：

“有”：38.7%；“沒有”：61.3%。

14. 若曾傳送“多於一個接收人的短訊”，訊息的內容性質是(可選多於一項)：

“日常問候”：18.2%；“節日或生日祝賀”：46.2%；“玩笑”：22.7%；“資訊性用途(包括公事和娛樂)”：39.4%。

15. 會否保留短訊：

“會”：88.1%；“不會”：11.9%。

16. 若會保留短訊，訊息的內容性質是(可選多於一項)：

“日常問候”：26.1%；“節日或生日祝賀”：52.5%；“情話”：43.6%；“玩笑”：20.1%；“資訊性用途(包括公事和娛樂)”：3%。

17. 短訊的用途(可選多於一項)：

“日常問候”62.7%；“節日或生日祝賀”：70.3%；“致謝”：43.9%；“祝福鼓勵”：56.4%；“拍拖約會”：28.5%；  
“信息性用途”：29.4%；“結交新朋友”：7.8%；“表達愛意”：27.3%；“開玩笑”：24.4%；“參加遊戲”：3.5%；“介紹對方看某電視節目/電影或聽某首歌”：3.8%；“買賣或投資”：0.3%；“賭博”：0.9%；“鼓勵對方投票”：1.7%；“遊說對方投票給某候選人”：0.9%；“遊說對方不要投票給某候選人”：0.6%。



18. 選用短訊而非其他通訊方式的原因（可選多於一項）：

“比較間接，可避免尷尬”：33.6%；“沒有打電話那麼騷擾人”72.5%；“事情瑣碎”：43.5%；“好玩”：22.9%；“浪漫溫馨”：21.4%；“有記錄供日後回味”：26.1%；“相比電郵和ICQ，更能確定對方收到訊息”：29.9%；“可記錄對方所傳送的實用資料”（例如當時手上沒有筆，無法把資料筆錄）：18%；“二十四小時也有機會即時聯絡對方”：30.4%。

19. 自覺使用短訊對雙方關係的影響：

“更密切”：34.3%；“密切一點”：54.8%；“沒有影響”：10.9%。

## （乙）推斷性統計

根據卡方檢驗（0.05的顯著性水平， $p < 0.05$ ），可反映下列各項由“性別”、“年齡”、“學科”和“使用頻率”對其他變數造成的顯著影響：

性別的影響

1. 使用短訊服務：性別對是否使用短訊有重要的影響，研究發現使用短訊服務的女性（85.4%），顯著地較男性（62.9%）為多。
2. 傳送短訊的對象：男性（65.6%）顯著地較女性（52.3%）喜歡傳送短訊給同學；另一方面，女性（89.4%）顯著地較男性（80.3%）喜歡傳送短訊給好朋友。
3. 最常傳送短訊對象的性別：男性（33.6%）顯著地較女性（15.3%）喜歡傳送訊息給異性。女性（23.7%）則顯著地較男性（7.4%）喜歡傳送訊息給同性。大致相約的男性（59%）和女性（60.9%）表示，傳送訊息給同性和異性的頻繁度相同。



表一 推論性統計：性別的影響

	性別		總數
	男性(%)	女性(%)	
使用短訊服務**			
有	122 (62.9%)	216 (85.4%)	338
沒有	72 (37.1%)	37 (14.6%)	109
傳送短訊的對象*			
同學	80 (65.6%)	113 (52.3%)	193
好朋友	98 (80.3%)	193 (89.4%)	291
最常傳送短訊對象性別*			
同性	9 (7.4%)	51 (23.7%)	60
異性	41 (33.6%)	33 (15.3%)	74
沒有特定性別	72 (59%)	131 (60.9%)	203
保留短訊內容**			
有	98 (80.3%)	201 (93.5%)	299
沒有	24 (19.7%)	14 (6.5%)	38
撰寫節日或生日祝賀的短訊*			
有	78 (63.9%)	162 (75.3%)	240
沒有	44 (36.1%)	52 (24.7%)	97
結識新朋友**			
有	18 (14.8%)	7 (3.3%)	25
沒有	104 (85.2%)	208 (96.7%)	312
保留部分短訊供日後回味*			
有	23 (18.9%)	66 (30.6%)	89
沒有	99 (81.1%)	150 (69.4%)	249

\* 在0.05的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.05$ )。

\*\*在0.01的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.01$ )。

4. 保留短訊：女性 (93.5%) 顯著地較男性 (80.3%) 傾向保留短訊內容。
5. 傳送節日或生日祝賀：表示會傳送這類短訊的女性 (75.3%)，顯著地較男性 (63.9%) 為多。



6. 結識新朋友：相對於女性 (3.3%)，顯著地較多男性 (14.8%) 表示會利用短訊作這方面的用途。
7. 保留短訊留待日後回味：相對於男性 (18.9%)，顯著地有較多女性 (30.6%) 表示有此習慣。

#### 年齡的影響

1. 使用短訊服務：調查發現較年長（本文定義為23歲或以上）的受訪學生 (90.6%)，顯著地較年輕（定義為18至22歲）的學生 (73.4%) 傾向使用短訊服務。
2. 傳送短訊的對象：相對年輕學生 (41.7%)，顯著地有較高比率的年長學生表示會傳送短訊給男朋友 / 女朋友。另一方面，年長學生 (35.4%) 也較年輕學生 (20.8%) 喜歡傳送短訊給家人。
3. 撰寫短訊的語言：年長學生 (64.6%) 顯著地較年輕學生 (37%) 喜歡以英語撰寫訊息。相反，年輕學生 (64.1%) 則較年長學生 (41.7%) 喜歡使用雙語撰寫短訊。
4. 較方便的輸入語言：認為英文較容易輸入的年長學生比率 (87.5%)，顯著地較年輕學生 (72.7%) 為高。相反，認為中文較容易輸入的年輕學生比率 (27.3%)，也顯著地較年長學生 (12.6%) 為高。
5. 傳送短訊的性質：相對年長學生 (10.6%)，顯著地有較高比率的年輕學生 (27.5%) 喜歡傳送“笑話”給別人。另一方面，喜歡傳送“情話”短訊的年長學生比率 (33.3%)，就顯著地較年輕學生 (20.4%) 為高。

#### 學科的影響

1. 使用短訊服務：據資料顯示，身為短訊用戶的英文與傳播系學生的比率 (86.8%)，顯著地較商學院 (73.5%) 為高，至於電腦工程及資訊科技系 (60.7%) 則最低。



表二 推論性統計：年齡的影響

	年齡群		總數
	18-22歲(%)	23歲 或以上(%)	
使用短訊服務**			
有	284 (73.4%)	48 (90.6%)	332
沒有	103 (26.6%)	5 (9.4%)	108
傳送短訊的對象*			
男朋友 / 女朋友	116 (40.8%)	28 (58.3%)	144
家人	59 (20.8%)	17 (35.4%)	76
撰寫短訊語言**			
英語	105 (37%)	31 (64.6%)	136
雙語	182 (64.1%)	20 (41.7%)	202
較容易輸入的語言*			
中文	77 (27.3%)	6 (12.5%)	83
英文	205 (72.7%)	42 (87.5%)	247
傳送短訊的性質*			
笑話	78 (27.5%)	5 (10.6%)	83
情話	58 (20.4%)	16 (33.3%)	74

\* 在0.05的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.05$ )。

\*\*在0.01的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.01$ )。

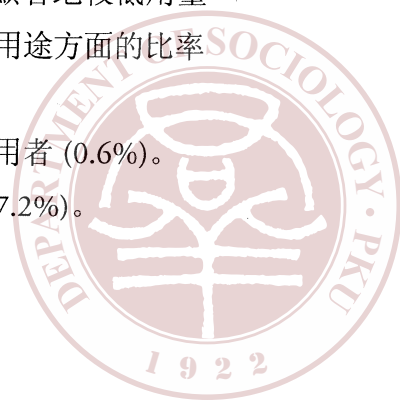
2. 傳送短訊的對象：英文與傳播系的學生 (35.4%)，顯著地較商學院學生 (19.6%)，以及電腦工程及資訊科技系學生 (15.7%) 喜歡傳送訊息給家人。
3. 撰寫短訊的語言：喜歡以英文撰寫短訊的英文與傳播系的學生比率 (63.3%)，顯著地較電腦工程及資訊科技的學生 (33.3%) 及商學院的學生 (28.5%) 為高。相反，電腦工程及資訊科技學生 (70.6%) 最喜歡以中文撰寫短訊，其次為商學院學生 (69%)，最後才是英文與傳播系學生 (38%)。



4. 使用手機內置 / 下載圖案：英文與傳播系的學生 (63.3%)，顯著地較商學院學生 (52.5%)，以及電腦工程及資訊科技系學生 (34%) 喜歡使用內置 / 下載圖案。
5. 傳送短訊的性質：電腦工程及資訊科技的學生 (39.2%)，顯著地較商學院 (21.5%)，以及英文與傳播系的學生 (20.5%) 喜歡傳送“笑話”給別人。
6. 使用短訊服務的原因：提及傳送短訊的原因時，認為短訊“較為間接，可避免尷尬”的英文與傳播系學生比率 (46.8%)，顯著地較商學院學生 (29.1%)，以及電腦工程及資訊科技系學生 (21.6%) 為高。

#### 使用頻率的影響

1. 傳送短訊的對象：調查結果發現，相對高用量用者 (17.8%)，顯著地有較高比率的低用量用者會傳送短訊給普通朋友。相反，高用量用者 (52.1%) 就較低用量用者 (34.4%) 喜歡傳送短訊給男朋友 / 女朋友。
2. 撰寫短訊的語言：低用量用者 (45.2%) 顯著地較高用量用者 (34.3%) 傾向以英語撰寫訊息內容。相反，高用量用者 (66.8%) 顯著地較低用量用者 (56%) 傾向以雙語撰寫短訊。
3. 回復短訊的速度：顯著地有較高比率的高用量用者表示，收到短訊後會即時回復 (17.1%)，又或是多數會即時回復 (52.7%)；至於低用量用者的相關比率，分別只有 11.5% 及 40.8%。
4. 使用短訊服務的原因：高用量用者 (41.4%) 顯著地較低用量 (17.9%) 喜歡以短訊作約會用途。兩者在其他用途方面的比率如下：
  - 結識新朋友：高用量用者 (15.4%)；低用量用者 (0.6%)。
  - 開玩笑：高用量用者 (32%)；低用量用者 (17.2%)。



表三 推論性統計：學科的影響

	學科			總數
	英文與傳播(%)	商業(%)	電腦工程及 資訊科技(%)	
使用短訊服務**				
有	79(86.8%)	158(73.5%)	51(60.7%)	310
沒有	12(13.2%)	57(26.5%)	33(39.3%)	102
傳送短訊的對象*				
家人	28(35.4%)	31(19.6%)	8(15.7%)	75
撰寫短訊的語言**				
英語	50(63.3%)	45(28.5%)	17(33.3%)	122
雙語	30(38%)	109(69%)	36(70.6%)	192
使用手機內置 / 下載圖案*				
沒有	50(63.3%)	83(52.5%)	17(34%)	160
很少	16(20.3%)	43(27.2%)	18(36%)	82
有時	9(11.4%)	29(18.4%)	11(22%)	56
經常	4(5.1%)	3(1.9%)	4(8%)	11
傳送短訊的性質*				
笑話	16(20.5%)	34(21.5%)	20(39.2%)	74
使用短訊服務的原因*				
較為間接 (避免尷尬)	37(46.8%)	46(29.1%)	11(21.6%)	102

\* 在0.05的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.05$ )。

\*\*在0.01的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.01$ )。

- 鼓勵對方投票：高用量用者(3.6%)；低用量用者(0%)。
  - 好玩：高用量用者(27.8%)；低用量用者(17.8%)。
  - 可確定對方能接收到訊息：高用量用者(36.1%)；低用量用者(24.2%)。
5. 對雙方關係的影響：相信傳送短訊能拉近雙方關係的高用量用者比率 (42.4%)，顯著地較低用量用者 (27.4%) 為高。



表四 推論性統計：使用頻率的影響

	使用頻率		總數
	低用量用者(%)	高用量用者(%)	
傳送短訊對象**			
普通朋友	12(76.4%)	30(17.8%)	42
男朋友 / 女朋友	54(34.4%)	88(52.1%)	142
撰寫短訊的語言*			
英語	71(45.2%)	58(34.3%)	129
雙語	88(56%)	113(66.8%)	201
回復短訊的速度*			
即時回復	18(11.5%)	29(17.1%)	47
多數會即時回復	64(40.8%)	89(52.7%)	15
多數不會即時回復	18(11.5%)	8(4.7%)	26
不會即時回復	4(2.5%)	6(3.5%)	10
視乎情況而定	53(33.7%)	37(22%)	90
使用短訊的原因**			
拍拖約會	28(17.9%)	70(41.4%)	98
結識新朋友	1(0.6%)	26(15.4%)	27
開玩笑	27(17.2%)	54(32%)	81
鼓勵對方投票	0(0%)	6(3.6%)	6
好玩	28(17.8%)	47(27.8%)	75
確保對方收到訊息	38(24.2%)	61(36.1%)	99
對雙方關係的影響**			
更密切	43(27.4%)	70(42.4%)	113
密切一點	90(57.3%)	88(53.3%)	178
沒有影響	24(15.3%)	7(4.3%)	31

\* 在0.05的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.05$ )。

\*\*在0.01的顯著性水平下，具有統計顯著性 (Statistical significance:  $p < 0.01$ )。





### 三 研究結果討論

#### 性別的影響

從上述的統計結果分析，性別對使用短訊的習慣有極大影響，這個推論至少在本港大學生的樣本調查中得到證實。舉例來說，有較多女性會使用短訊服務，她們較喜歡傳送以節日或生日問候為主題的短訊，並傾向傳送短訊給好朋友及同性朋友。由此看來，短訊服務作為一種新式的流動通訊科技，已跟社會上現存的性別習慣互相配合，讓大家更有效地參與這種以性別定位的社交行為。一向以來，在許多文化當中，女性也較常向他人送上節日問候、生日祝福（例如致送聖誕卡、生日卡）；而按傳統來說，也有較多女性願意付出時間和心思，跟別人互相溝通，透過不同形式的分享（包括對話、交換禮物等），維繫彼此良好的關係。短訊服務這種新科技的出現，並沒有改變原有以性別定位的社交習慣，而是替人們（特別是女性）提供了一個更有效的途徑，繼續實踐他們在其他媒體（也許不及新科技有效）的溝通模式。

不過，本研究其中一個有趣的發現，是有較大部分的男性表示會透過短訊結識異性，以及結交新朋友。從這個結果來看，儘管使用短訊的整體男性比例較女性為低，但他們卻樂於利用這種新的通訊模式，開拓個人的社交（特別是異性朋友）圈子。由於有很大部分的短訊使用者是女性，男性要以短訊接觸異性變得相對容易。由此推論下去，當愈來愈多男性為了跟異性溝通，而加入短訊用者的行列，他們有可能會逐步改變原有的溝通習慣，趨向一種較“外顯”（expressive）、“感性”（sentimental）的溝通方式。



這種著重表達感情的溝通方式，一向被視為女性專有的表達方式，跟男性絕不配合。這個觀念在傳統中國社會最為顯著，好像基於保守的中國文化，男性不容易（他們可能感到尷尬）向女性直接地、明確地吐露愛意。短訊服務提供的新式流動通訊方式，或許有助中國男性改變傳統的文化習慣，傾向重視表達感情的溝通方式，從而為兩性關係及兩性溝通模式帶來新的變化。

### 年齡的影響

調查結果發現，有較多年長的學生使用短訊服務，他們認為以英語輸入內容較容易，也傾向以英語撰寫訊息。反之，較年輕的學生喜歡中英並用，以雙語撰寫短訊內容。這個分別可能與他們的語文水平有關，年長的學生有較好的英語根基，所以傾向使用英語作溝通語言。從另一個角度分析，這個現象也反映了在較年輕的學生群體，雙語、混合的語言身分（例如寫作及說話時，進行中英語碼混合及語碼轉換）現時愈來愈普遍。

另外，較年長學生傾向傳送短訊給家人、男朋友／女朋友，以及撰寫“情話”。至於較年輕的學生，則喜歡傳送“笑話”給別人。這種分別也許與他們關心不同的範圍有關：較年長學生相對成熟、以家庭為重（重視跟家人溝通），也較著重戀愛關係（傳送“情話”短訊給男朋友／女朋友）；較年輕學生則偏重輕鬆玩樂，所以喜歡傳送“笑話”。

### 學科的影響

研究的資料指出，相對商學院、電腦工程及資訊科技系的學生，有較大部分的英文與傳播系學生使用短訊服務，這也許與他



們較好的語文能力有關。這科目的學生也較常使用手機內置 / 下載圖案，以及較喜歡傳送短訊給家人。而就讀電腦工程及資訊科技系的學生，則較喜歡傳送“笑話”。另一方面，較多英文與傳播系學生表示，其中一個使用短訊的原因是“較為間接，可避免尷尬”，反映學生接受語言及傳播方面的訓練後，可能對溝通的細節較為敏感。

### 使用頻率的影響

從調查的結果顯示，高用量用者較喜歡以雙語撰寫短訊，而低用量用者則愛以英語作輸入語言。由此可見，雙語的語言身分在高用量用者之間愈趨普遍，儘管同時使用兩種輸入法會較為繁複（好像用戶要先關掉一種輸入法，才可以使用另一種輸入法），但他們仍然習慣以中英混合的語言來編寫短訊。其中一個解釋，是高用量用者已充分掌握各種輸入技巧，因此能夠靈活地轉換不同的輸入語言；相反，低用量用者可能認為以純英語編寫短訊較簡單，毋須學習較繁複的中文輸入法。

高用量用者傾向傳送訊息給男朋友 / 女朋友，並以此為約會的工具；低用量用者則較常傳送短訊給普通朋友。從這個現象來看，高用量用者可能為了與男朋友 / 女朋友保持緊密聯繫，所以才經常使用短訊服務。他們也喜歡利用短訊作較廣泛的用途，包括“鼓勵對方投票”（雖然只有3.6%的高用量用者表示有此習慣，但與低用量用者的0%卻有極大差異）。這顯示高用量用者可以進一步擴闊短訊的用途，包括用作鼓勵政治參與——這用途對本港短訊用戶來說並不普遍，但絕對擁有發展潛力。高用量用者也傾向認為短訊能拉近雙方關係，可見對他們而言，這是加強社會關係的重要渠道。



## 四 結論

由於本研究僅屬先導性質，有關結果應列作初步發現，而非概括的定論。不過，上述討論的研究重點，確實點出了部分香港大學生使用短訊的形態及趨勢。在眾多不同面向的趨勢當中，性別的分野最為顯著，而雙語的語言身分，則在經常使用短訊（即高用量）受訪者之間逐漸成形。儘管約會異性看來是使用短訊的核心目的，調查同時發現短訊的用途可進一步擴闊，包括用來動員年輕人參與政治。

從初步的研究結果來分析，新式流動通訊科技在介入現存的社會及溝通模式的同時，看來未有為年輕人的生活方式帶來徹底、激烈的變化。好像在手機短訊出現以前，年輕人同樣會以其他的溝通工具（或許不及短訊有效），與好朋友、情人或同學保持聯絡。當然，隨著愈來愈多年輕人（特別是男性）利用短訊作不同用途，這種轉化（例如表達及溝通模式、以性別定位的通訊習慣）可能會在不知不覺間漸漸產生。因此，未來的研究應該包括民俗誌、傳播日誌、焦點小組，並就短訊形成的雙語習慣作出深入分析，有助探討香港年青人現時日漸顯著的雙語身分。

這種雙語身分引申的另一個意義，就是跨文化身分的建立，令傳統中國文化的不同法則加以發展、混合，帶來更多的可能性，從而影響兩性關係、社會關係及社會互動。總括來說，新式流動通訊科技有機會與社會文化、兩性溝通模式互相影響，令我們現存的習慣，包括兩性的通訊習慣及思想感情的表達方式逐步產生變化。這些题目的具體分析，將留待日後的研究作進一步探討。



## 注釋

- 1 Raymond Williams, "Mobile privatization" (1983), Reprinted in *Doing Cultural Studies: The story of the Sony walkman*, ed. Paul du Gay, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay and Keith Negus (London: Sage, 1997), 128–129.
- 2 Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form* (London: Fontana, 1974).
- 3 Raymond Williams, "Mobile privatization" (1983), Reprinted in *Doing Cultural Studies: The story of the Sony walkman*, ed. Paul du Gay, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay and Keith Negus (London: Sage, 1997), 129.
- 4 同上注。
- 5 Geoff Cooper. "The mutable mobile: Social theory in the wireless world", in *Wireless world: Social aspects and interactional aspects of the mobile age*, ed. Barry Brown, Nicola Green and Richard Harper (London: Springer, 2001), 19–31.
- 6 Claire Lobet-Maris, "Mobile phone tribes: Youth and social identity", in *Mediating the Human Body: Technology, Communication, and Fashion*, ed. Leopoldina Fortunati, James E. Katz, and Raimonda Riccini (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2003), 91.
- 7 Fukka-Pekka Puro, "Finland: A mobile culture", in *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*, ed. James E. Katz, and Mark A. Aakhus (eds.) (Cambridge: Cambridge University Press, 2003), 19–29.
- 8 同上注。
- 9 Mizuko Ito and Okabe Daisuke. "Front Stage-Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere". Paper presented at the conference (Grimstad, Norway: 2003).
- 10 葉玫君, 〈年輕族群行動文字簡訊使用研究初探〉, 《資訊社會研究》第六期(2004), 235–282。
- 11 Gerard Goggin, "Mobile text", *A Journal of Media and Culture* 7 (2004). (Available <http://www.media-culture.org.au/0401/03-goggin.html>).
- 12 資料來源: [www.info.gov.hk](http://www.info.gov.hk)。
- 13 Mizuko Ito and Okabe Daisuke. "Front Stage-Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere". Paper presented at the conference (Grimstad, Norway: 2003); Kim, Shin Dong. "Korea: Personal meanings", in *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*, ed. James E. Katz and Mark A. Aakhus (Cambridge: Cambridge University Press, 2002), 63–79.

