

從「敲窗」到臉書 頂大學者聯手暢談苗族文化與社群媒體設計

駐波士頓辦事處教育組

隨著臉書及推特等蔚為流行，「社群媒體(Social Media)」已非陌生名詞。如果定義「社群媒體」為促進及增加人與人之間的互動往來，那麼從遠古的動物壁畫、詩人口中浪漫的「千里共嬋娟」，甚至中國西南貴州苗族特有的「游方文化」，都可納入「社群媒介」的範疇。

駐波士頓辦事處教育組與紐英崙中華專業人員協會合辦「頂尖大學聯盟訪問學者學術論壇系列專題演講」5月份講座，邀請同樣來自國立交通大學，專研苗族文化的簡美玲教授及擅長傳播與設計的許峻誠教授，聯手暢談從傳統人與人見面、夜晚敲窗傳情的苗族文化，到現今新科技形成社群媒體如臉書等之設計特色及影響力。

簡教授1990年代深入中國西南地區，在素稱「苗疆腹地」、全世界90%苗族居住的貴州省台江縣居住長達一年，與當地苗族共同生活，深切認識苗族當地特有風俗民情。簡教授說明人類學家如何在田野調查中「聽」，並進而感同身受(sympathize)另一文化。以母系社會為主的苗族，村寨間實施嫁娶父親姐妹的女兒或母親兄弟的兒女的「交表聯姻」，形成村寨內不是你的兄弟群，即是你的姑表舅群的二元社會結構，透過「交表聯姻」將村寨中每一份子緊密聯結；而苗族特有的「游方文化」維繫著如此緊密關係的「交表聯姻」，「游方」意指在特定地方遊玩，游方包含節慶游方及夜晚游方，最熱鬧也最具特色當屬「夜晚游方」。夜幕低垂，一村寨男子結群到另一村寨各女孩家「敲窗」，女方可開窗與男方聊天，或結伴聊天。苗族女孩可依敲窗聲音及節奏的不同，分辨是否為熟識的人及決定是否開窗。簡教授對於苗族特殊的夜晚「敲窗」文化，從一開始的驚嚇到適應，進而瞭解「敲窗」的用意，感同身受體會苗族特有文化。夜晚的敲窗聲，傳達不同訊息，在漆黑的貴州山區，失去「看」的視覺，只能靠「聽」感受瞭解苗族男子與女孩「敲窗」內容，再藉由每天書寫記錄下昨晚的「敲窗」經驗及感受，形成由「聽」轉化為文字紀錄。日復一日固定的書寫記錄與苗族生活點滴的習慣，不知不覺中也成為人類學者自身的身性修鍊。簡教授說道，雖然照片可輔助記錄當下情景或遺漏的細節，但文字卻可留下情感。

緊接登場的許峻誠教授則介紹：「社群媒體與設計」，分享他研究如何透過新科技改善人類社會生活等問題。許教授首先闡述「設計」乃指透過創意解決人們生活問題或者誘使人們付諸行動，如在生活中隨手關燈等節能減

碳行為、指引誘使人們多走樓梯而非搭乘電梯、或解決人們亂丟垃圾製造髒亂等問題，小小改變也將帶來大大影響。許教授另舉例說明他指導學生製作的校園公車定位系統應用程式(APP)，讓學生可掌握公車到站時間，增加外出的意願，意圖減少交大的宅男宅女數量；結合桌遊遊戲增加人與人的互動；設計可愛互動的認識學校 APP，讓更多學生認識自己的校園，這些都是小改變帶來大影響的最佳佐證。

許教授在 MIT 訪問期間從受訪者使用經驗中分析社群媒體的特徵，依設計明顯程度及強迫使用者力度強弱，進而分析社群媒體的設計策略。如臉書「按讚」設計概念，即利用人們直覺反應，使用者不需花費太多時間即直接反應而大為流行；社群媒體的字數上限迫使人們發表簡潔扼要留言；可愛花俏的情緒表情符號取代文字敘述等設計，成功吸引使用者，使社群媒體廣受歡迎。如今臉書使用人數高居世界人口排行榜第三名，如此大量使用者的社群媒體也在社會議題中發揮強大聚眾效果，如埃及的茉莉花革命及臺灣今年三月的太陽花學運，即利用社群媒體的串連發揮社會聚眾力量。除社會運動外，紅十字會也曾利用社群媒體力量進行海地震災募資救援活動。因此，許教授坦言其研究目的即希望探討如何使用正確設計策略聚眾吸睛，以善用這股新興社群媒體龐大網絡迅速連結優勢，改善目前生活中各式問題。

與會聽眾熱烈與兩位學者討論苗族「敲窗」文化、設計應用於商業的型態及新興科技下個人隱私及倫理等延伸議題。會後，紐英崙中華專業人員協會游會長子揚代表致贈感謝狀予兩位頂大訪問學者。

參考時間: 103/5/18



會後合影（一）

（左至右）紐英崙中華專業人員協會游子揚會長、頂大訪問學者許峻誠教授、簡美玲教授及駐波士頓教育組黃蘊玉組長。



會後合影（二）

（左至右）蘇信豪教授、連弘宜教授、王世輝醫師、游子揚會長、許峻誠教授、簡美玲教授、黃蘊玉組長以及留學生李慧真、魏瑀嫻、李務熙。