



ELSEVIER

Contents lists available at ScienceDirect

Engineering

journal homepage: www.elsevier.com/locate/eng



Research
Cybersecurity—Article

社交媒体的理论——哲学视角

齐佳音^{a,b,e}, Emmanuel Monod^{a,b,*}, 方滨兴^{c,d,e}, 邓士昌^{a,b}

^a School of Management, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China

^b Institute of Artificial Intelligence and Change Management, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 200336, China

^c Institute of Cyberspace Advanced Technology, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China

^d China Electronics Corporation, Beijing 100082, China

^e Key Laboratory of Trustworthy Distributed Computing and Service of Ministry of Education, Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing 100876, China

ARTICLE INFO

Article history:

Received 8 December 2017

Revised 13 December 2017

Accepted 15 February 2018

Available online 17 February 2018

关键词

社交媒体
生活世界
对他人的考虑
理性
历史性
工具主义
“此在”
自我呈现

摘要

虽然已经有不少理论应用于信息系统 (information system, IS) 领域的社交媒体研究, 但是从哲学角度系统探讨社交媒体理论基础的研究还是比较少的。本文以人与世界的关系以及人与他人的关系两个维度构建了分析社交网络用户行为的哲学理论框架。人与世界的关系维度是以笛卡尔的理性理论和海德格尔的历史性理论为基础的; 人与他人的关系维度是以工具主义和“此在”思想为基础的。这个哲学框架可以帮助我们比较社交媒体研究中的几个本原理论: 戈夫曼的自我呈现理论、布迪厄的社会资本理论、萨特的存在投射理论和海德格尔的“此在”理论。本文通过“人与世界的关系-人与他人的关系”这个哲学框架, 来解析这四种理论在理解社交媒体用户行为方面的效能。与此同时, 研究将这四种理论的效能与 IS 研究中的已有的实证研究相比较, 发现虽然有些解读与实证研究的结果相匹配, 但是还有一些解读尚未被实证研究, 这应该是未来研究的方向。

© 2018 THE AUTHORS. Published by Elsevier LTD on behalf of Chinese Academy of Engineering and Higher Education Press Limited Company This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

1. 引言

关于社交媒体的研究是近年来非常流行的话题, 其研究方向大致可以分为两种。方向一是来自技术方面的, 大多数计算机科学领域的研究者使用这种研究方法, 用以分析用户在社交媒体中的行为, 并为其开发自动化的智能服务。方向二是来自管理领域或其他社会科学领域的研究。在这些研究中, 信息系统 (information system, IS) 是社交媒体研究成果大量涌现的主要领域之

一。不同于倚重技术方面的研究方向一, 在研究方向二中, 多种学科都被用于分析社交媒体的使用, 如数据科学、社会科学、行为科学、设计科学等。在这些多学科中, 有些学科比其他学科更受研究者偏爱。以 IS 中社交媒体的研究为本文的研究背景, 我们可以看到社会学在社交媒体研究中多于哲学。但是, 为了构建理解用户社交媒体使用行为的理论工具, 我们认为哲学比社会学更加根本。如果我们能够结合社会学和哲学, 我们就能得到更强大的理论工具以探索人们对社交媒体使用的深层

* Corresponding author.

E-mail address: monod@suibe.edu.cn (E. Monod).

次需求，同时也将为从技术方面出发的社交媒体研究提供有力的支持。

目前IS中社交媒体使用的研究以还原论和整体论为特征。缺乏可供选择的理论导致还原论研究模式的出现，但整体论的研究结果存在缺乏语境化的不足。与还原论和整体论不同，本文尝试从多元化和语境化的方法论来开展研究工作。多元化是建立在多理论观点的基础上的，而语境化则要求有一种权变模型的框架。

本研究旨在回答如下问题：

(1) 哪些哲学基础可以允许我们比较不同的社交媒体理论？

(2) 不同理论对社交媒体的使用有何贡献？

(3) 哪些理论演绎结果与IS中社交媒体的实证研究相匹配？

虽然有许多理论观点可以满足上述研究需求，但本研究只考虑四个理论观点：戈夫曼的自我呈现理论、布迪厄的社会资本理论、萨特的存在投射理论和海德格尔的“此在”理论。虽然前两个理论已经被广泛用于研究IS中社交媒体的使用行为分析，但后面两个理论很少得到关注。

接下来，将介绍我们提出的用于分析社交网络用户行为的哲学框架，然后在该哲学框架下阐述四种理论用于讨论了社交媒体使用，第四部分将理论演绎结果与IS领域的社交媒体研究的实证结果进行了比较，最后讨论这些理论的权变应用思路，并指出未来的研究方向。

2. 框架

为了描述社交媒体的使用行为，我们从哲学角度提出图1所示框架。横轴表示人与世界的关系，用“生活世界”这一术语来说明。人与世界的关系或者是理性的或者是历史性的。纵轴表示人与他人的关系，用“对他人的考虑”来指代。“他人”可视为手段或目的。工具主义将“他人”视作手段，而“此在”思想将“他人”视作目的（图1）。

人与世界的关系不是由人与对象对立的基础上构成的，而是在人与对象的历史关系基础上构成的。海德格尔1992年阐述了基于历史性的人与世界关系理念，并指出理性与历史性相对立的观点[1]。笛卡儿阐述了关于理性的哲学，也即“笛卡儿哲学”（Cartesianism），它建立的基础是思维和世界上其他客观物体之间是分离的。正如胡塞尔所论述，世界在我的生活世界中的意义

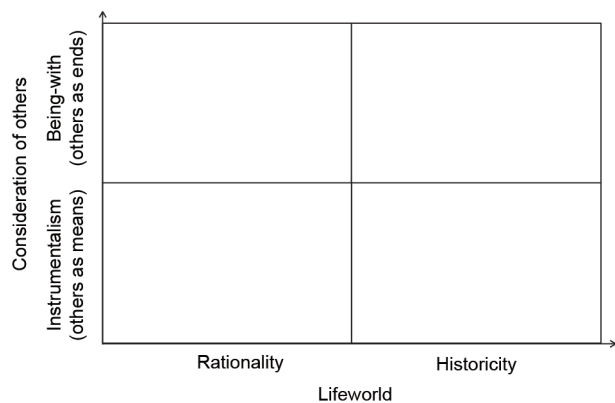


图1. 解释社交媒体使用的哲学框架。

是历史。海德格尔定义了这些过往世界在我们的存在中仍然存在，以及作为世界历史性的我们的存在。

我们通过哈贝马斯的交往行动理论将“对他人的考虑”这一概念引入IS的研究中[2,3]。哈贝马斯所问的问题正是我们如何考虑他人的问题：他人是作为实现我们目标的工具？还是被认为是目的？如果我们认为他人是手段，我们就以一种工具的方式行事；如果我们把别人看作是目的，我们就会按照海德格尔所称的“与他人共在”的方式行事。

3. 原型理论选择

许多理论建议将IS运用于组织场景。主流理论认为IS会提高效率，尤其是企业级的社交媒体运用[4]，但是来自组织科学的实证研究却很少支持这一推论。相对于信息共享，组织研究中的一个重要假定是假设信息即是力量，这种力量来源于信息截留。这种假定的代表理论有企业行为理论[5]、组织选择的垃圾桶理论[6]、代理理论[7]、互动社会学[8]和配置理论[9]。自我的呈现（即象征性互动[10]）和博弈论（[11]）也属于这一范畴。由于“他人”的距离化界定，这种合理性可以描述为冲突，也被哈贝马斯称为“工具性行动”[2]。然而在IS，所有这些理论中，戈夫曼的自我呈现理论[10]是唯一一个已经在社交媒体研究中广泛使用的理论。由于这些理论依赖于人类通过理性行事的假定，这些理论是与笛卡尔的理性理论相对应的，即世界中的理性观察者脱离了世界。然而，因为这种理性是基于冲突的，这些理论也属于工具主义的范畴。上述这些不同理论都是涵盖在理性的工具主义范畴内的。然而，许多替代理论对理性选择理论的假设提出了批判。其中一种在IS中采用的

替代理论是社会物质性或行动者网络理论。这一理论建议不仅关注人类的机能，而且关注物质的机能。这意味着作为“行动元”（actants）的物质对象（如一间会议室、一栋建筑、一个Excel电子表格或一个软件等）可以和人类的机能拥有相同的影响力[12]。另一种在IS中采用的替代理论是结构理论，强调结构对个体行为的影响[13]。然而，布迪厄的实践理论[14]不仅是迄今为止唯一能够同时分析权力在组织和个体层面影响的理论，而且提供了一种个体通过习性行为而复制结构的分析思路。由于外部世界对我们的行动存在影响，习性可以被视为一个近似的内部世界化过程。“他人”出现在我们行为的各个方面，包括对品味的判断。虽然对实践理论的世界观包括通过习性达到的近似内部世界化过程，但由于该理论体系中的战略行动概念（在本文的后面将谈到），它对“他人”的态度仍然是工具主义立场的。

相比较而言，哈贝马斯[2]的沟通行动概念中包含近似的“此在”概念。工具主义行动的目标是获取成就，因此在非社会世界中，我们使用“他人”时的一个原则就是距离化。而沟通行动的目标不是为了获取成就，而是为了达到理解，在这一理论框架中，世界被认为是社会性的。因此，“他人”的地位从手段走向目的，这与海德格尔的“此在”概念是一致的。然而，由于其语言假设，哈贝马斯仍然处于理性主义的视角，其观点也是通过理性主义的方式描述的[2]。此外，虽然沟通行动理论在组织层面或社会层面上是相关的，但其在个人层面上的关联性令人质疑。另外，萨特的存在投射概念认为我们赋予了自己的生命，在他的理论中可以发现包括个人层面在内的所有层面上都表现出“此在”。实际上，通过对与他人的具体关系的描述，萨特认为他人被纳入了我们的存在投射，因此其与海德格尔的“此在”是一致的。萨特的存在投射认为我们每个人最终都会做出判断，由于笛卡尔的二元论，因此该判断过程是独立的，因而是理性的。唯一将内部世界化与存在结合起来的理论是海德格尔的“共有世界”理论（图2）。

因此，尽管有多种可能的理论来理解日常生活中的社交媒体使用，本文只采用其中的四个原型理论：戈夫曼的象征性互动理论、布迪厄的实践理论、萨特的存在性理论和海德格尔的现象学。本文在这四种原型理论中各取一个和社交媒体的潜在相关性最符合的概念，即戈夫曼的自我呈现、布迪厄的社会资本、萨特的存在投射和海德格尔的“共享世界”（图3）。

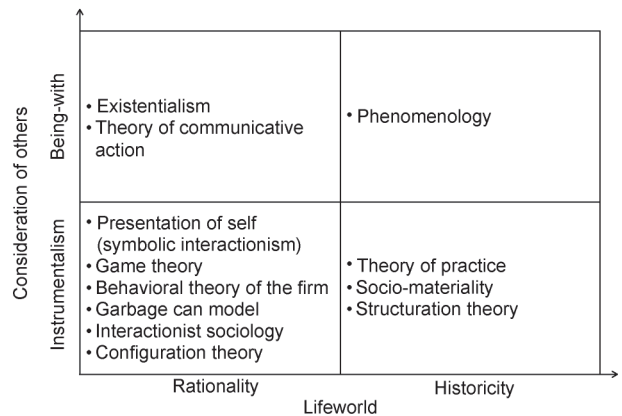


图2. 与框架相关的理论。

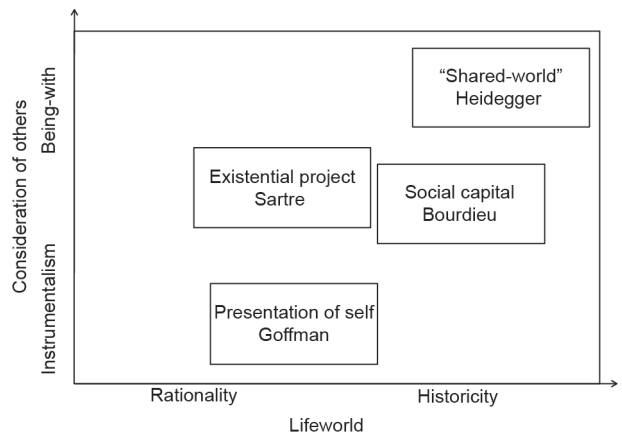


图3. 框架中的四种典型理论。

4. 利用原型理论来理解社交媒体

生活世界的概念是基于笛卡尔的理性与海德格尔的历史性，对他人的考虑则基于工具主义和海德格尔的此在概念。本节将比较四种典型理论在应用于社交媒体使用行为分析时的差异：戈夫曼的自我呈现、布迪厄的社会资本、萨特的存在投射以及海德格尔的“共享世界”。

4.1. 戈夫曼的自我呈现理论与社交媒体

4.1.1. 戈夫曼的自我呈现理论

在《日常生活中的自我呈现》一书中，戈夫曼[10]描述了“呈现的方式”：“不论个人在心中的具体目标是什么”（p.3）……“当一个人在他人面前呈现时，他通常会有某种理由协调他的行为以便向其他人传达他希望给他们留下的印象。”（p.4）

4.1.1.1. 生活世界

这种呈现是客观的。它根据自己的利益向他人传达

一种印象。因此，这本书传递的是关于外在的个体[1]。这种外在行动首先表现在动因上。自我呈现是我们客观地表现给他人的方式，其他人将通过感知的理性来形成对我们的看法。在这里，他人是通过外部客观品质以及表象被主体感知的，他人与“我们”是不一样的。

此外，戈夫曼还在该书中介绍了“在普通工作环境中，个人向他人展示自己的方式和他对他人的活动方式，他引导和控制他们对他的印象的方式，以及他在维持他的表演之前可能做或可能不做的事情”（序言）。从类比的角度，该观点与笛卡尔二元论的观点是完全相通的。

自我呈现理论得到了以下事实的验证：“这种控制主要通过影响他人形成对于情形的界定来实现。”（p.4）世界并不是一个我们居住的地方，也不是一个我们熟悉的地方，世界是一个舞台，并且是一个临时性的舞台。在这个舞台中没有过去，它唯一的目标是实现客观，将世界中对“他人”的描述减少到执行该动作所必需的严格的最小值。实际上，整本书的目的是“作为一种生活手册”（序言）。因此，由戈夫曼的自我表现所设想的生活世界更接近理性，而不是“在世界中的存在”。

4.1.1.2. 他人

戈夫曼是依据“个体应该给他人一种印象，使他人能够按照自己的计划自愿行事”（p.4）的原则来描述他人的状态的。他人被认为是“按照个体的计划行事”。他人的这种状态具有工具主义的意味，但却不是被工具化[1]。控制的概念证实了他人的这种工具状态：控制他人的行为符合个体的利益（p.3）。

戈夫曼在理论中描述的个体概念倾向于工具主义，这点在他的著作《战略互动》[11]中体现得尤为明显。战略互动基于博弈论。这是一个“类似于游戏”的场景，描述了当一个人“知道其他‘玩家’很可能试图提前预料出他的决定时改变他的决定”。因此，个人根据这种向自己和他人的方向进行的行动可以称为战略互动”[11]。首先，玩家可以评估对方的举动，试图猜测对方的潜在动机和可能的举动。接下来，玩家应该观察，即对方玩游戏的方式，或者“行动代码”。然后，玩家必须对“对手的决心”进行评估，即对对方的动机进行评估，并有能力不顾个人代价继续比赛。此外，行动者需要将“对方的信息状态”考虑进去，因为必须围绕对方的知识建立任何可能的行动。最后，互动各方必须考

虑到“对手的资源”，包括对方在做出下一步行动时掌握的可能援助[15]。在被描述为一个舞台后，世界变成了一个象棋游戏，一个有待征服的领域。在这种情况下，工具主义的所有方面都是得到体现：个体与他人是完全无关的、个体与他人之间是陌生人关系、个体不在意其他人、个体利用他人等，可以说在这种关系中是不存在不信任的。正如卡尔·奥托·阿佩尔在他的著作《哲学的变革》中所指出的：冲突的最终阶段再现了客观情况。实际上，他人的存在会使个体的纯粹客观存在消失，这里个体也可以称为代理。因此，在戈夫曼的陈述中，他人的地位融入了工具主义的立场。

4.1.2. 社交媒体和戈夫曼的自我呈现理论

社交媒体领域的实证研究发现人们普遍对社会性网络服务（SNS）的使用是一种美化自我的行为[16]，它可以实现“可能性更受控和更富有想象力的在线身份”[17]。青年人和青少年利用社交媒体的重要目标是实现他们社会生活的“多元程度”[18-21]。这些结果揭示社交媒体是一个“高度形象管理”的过程，它与戈夫曼[11]对自我的理解有着明显的相似之处。个人在社交媒体中的呈现似乎是为特定的受众而定制的[22]。

在公开的、可访问的“品牌”描述中，微博类网站允许信息在平台上发表，并允许用户通过喜欢和重新共享的方式传播，比如推特的“转发”是这种个人品牌建设的理想选择。其采用相对有限和短的报文传送方式，并通过标签(#)简单地分类主题，允许以一致和可见的方式展示文化、社会和政治利益。尽管其他社交媒体的特征在于基于共享地理、环境或个人经历的连接，但是微博类站点允许与网络上的任何其他其他人进行连接，无论所涉及的人员彼此是否认识，在此过程中以呈现的态度来展示自我。戈夫曼的自我呈现和已有的实证研究所分析的社交媒体使用特点的比较见表1。

4.2. 社交媒体和布迪厄的社会资本理论

4.2.1. 布迪厄的社会资本理论

社会资本被定义为资源的集合，这些资源与拥有相互熟悉和认可关系的持久社会网络有关，换言之，个人属于某一群体的成员。这一资本为其成员提供了集体资本的支持，这是赋予他们信用的“凭证”[14]。通过成员关系所累积的利益是团结的基础，但这并不意味着个体一开始就是有意识地追求这种利益的。首先，布迪厄的生活世界显然与理性观点对立。“习性”的概念在“理

表1 戈夫曼的自我呈现理论与实证文献比较

Social media and Goffman's presentation of self	Findings in IS literature
<ul style="list-style-type: none"> • Social media is like a theatre play where I conduct a performance; I play a role • On social media, I only show the “front stage” of me to others, and hide the “backstage” • On social media, I present myself in order to influence my audience • I try to influence others according to my interests on social media • On social media, I want to control the impressions that others form of me • On social media, I tend to lead others • On social media, I tend to make others act in accordance with my plan • Social media is a game-like situation where I am a player • On social media, it is about knowing what the others are likely to do • I should try to guess others' motives on social media • On social media, I should try to guess other people's possible moves 	<ul style="list-style-type: none"> • Social media is about self-presentation • Social media is about impression management—how I impress others • On social media, I present myself as better than I am • I perform imaginative performances on social media • On social media, I control my performance • On social media, I present an idealized self to others • On social media, I construct my identity for an audience • On social media, I manage my identity as a brand • On social media, I display imagined affordances • On social media, I choose the features of myself I want to share with others • Micro-blogging is convenient for the presentation of cultural, social, and political interest • On micro-blogs, I show my interests in a consistent and visible manner

性选择方面具有推延解释的作用”[23]。然而，在布迪厄的体系中，他人的地位仍然是工具主义的。

4.2.1.1. 生活世界

通过习性的概念，布迪厄社会资本概念下的生活世界与内在世界一致。事实上，布迪厄声称，我们的所有行动（甚至品味判断）都受到诸如我们的教育水平或社会出身等环境因素的影响[14]。“人的头脑是社会性的、有限判断的、有社会结构的。”[23] 社会结构的影响与理性的世界观有着根本的对立。心灵是主体的特权，其成为世界的对象。主体本身的主体性消失：“个体，甚至是人性和主体，都是社会的、集体的。”[23] 个体融入到群体中，成为群体以及群体外在结构的一部分。布迪厄指出我们认为是最具个人主观判断的品味也会变得集体化和社会化。在他的著作《品味判断的社会批判》[24]中，布迪厄指出我们发现艺术品之所以美丽并不是因为它们美丽，而是因为我们的社会出身。这种品味差异的解释，与“不同阶级的气质特征体系，……，品味阶层化，阶层化成为分类依据”结合起来[24]。美丽与丑陋、高贵与庸俗之间的区别，与这种判断产生的经济和社会条件有关。即使在食品中，在质量和数量、形式和物质之间，工人阶级需要的是方便和易用性，而上层阶级需要的是奢侈和自由，两者的品味是相对应的。

在组织中，个体的意愿通过习性而受组织的结构影响。习性被定义为“社会性构成的理性和激励结构体系”[14]。从习性的定义来看，理性本身成为社会性构成的一部分，因而习性中包含更多的社会性，相对少一些的理性，也就是说习性考虑世界中的关联性。从这一定义出发，实践理论批判了理性理论，尤其是经济学所

依赖的方式：经济学概念中的“理性”是狭隘的，它忽视了个体和集体的历史[23]。通过集体的维度，戈夫曼的自我呈现理论所遗忘的维度终于出现，即历史。从社会维度来看，这种历史可能与海德格尔的历史性不同。然而，在这种观点中，过去影响了现在，现在由过去构成。过去往往由“表演者”再现，即使他们并没有意识到这种再现。尽管这里并没有海德格尔的那种历史性概念的精髓之所在，但已经包含了历史通过存在而对表演者产生影响的意味。

社会资本与习性之间的联系是，网络连接的存在并不是的最初行为一次性形成的。它是在机制层面不断推进的产物，目的是产生和复制一种可以保证物质或象征利益的持久关系。社会资本的不断产生意味着无止境的社交参与，这是一系列连续的相互承认和肯定的交流过程。可见，戈夫曼的生活世界是从理性的角度出发，布迪厄的社会资本通过习性概念中的历史视角而与内部世界化有所关联。

4.2.1.2. 他人

他人在社会资本中的地位是什么？它们是通过工具主义或通过“此在”联系起来的吗？通过“策略”的概念，布迪厄与戈夫曼在工具主义的立场上相似，而不是走向“此在”的概念。“策略”被定义为“对某一特定情况下某项行动成功的可能性的实际评价”[14]。然而，这一概念仍然是反对理性视角的，“合情”的特征比“理性选择”似乎更有必要[23]。因此，如果脱离理性视角的限制，那么他人只能通过“距离”的视角来思考：“主观希望和客观机遇在整个社会世界中是辩证的，其可以产生各种各样的结果，从而达到完美的相互适应

(当人们希望达到客观目标时)或激烈的脱节”[23]。在此过程中,欲望将落回到个人层面上。这种欲望的“客观命运”再次表现出不信任他人和不关心他人的一面。此外,策略是一种“对游戏的感受”：“它不是一个显性的和有意识的策划,策略是一种习性,是‘对游戏的感受’。”[23]在戈夫曼提到博弈论之后,世界再次成为一个重要的概念。即使玩家的可能行动不是主观地而是客观地受到历史和社会环境影响,这其中的生活世界也是在利用他人,其初衷并不是关心他人。这种观点被“客观机会”所强化,“社会策略就是主观希望和心理模式以及方案和条件关系的目标机会内部化。”(p.130,脚注)布迪厄的主要策略是不仅要增加经济资本,也要增加社会资本。长期看来,社会资本可以转化为经济资本。

因此,社会资本和策略之间的联系是,关系网络是旨在建立或再现长期可直接使用的社会关系的投资策略的产物。由于这些策略,布迪厄的社会资本不可能与海德格尔的“此在”相一致,并且其仍处于将“他人”置于工具主义的思考框架之中。

4.2.2. 社交媒体和布迪厄的社会资本理论

实证研究确实证实了策略在微博类平台上的重要性:从策略上决定如何发布、分享什么以及和谁在一个开放的平台上分享信息,在这个平台上,信息可以通过网络传播。这些策略在管理自我形象或自我表现方面起着至关重要的作用。在微博类平台的策略使用中,社交媒体上发布内容成为一种从网络中的他人以及从包括网络本身的指标和数据中获得社会资本的方法[25]。在线社会资本或社会技术资本可以区别于离线社会资本,因为独特的在线工具提供了即时与广泛的人交流的工

具[26]。在线社会资本可以看作是社会资本的一个子集[26]。在社交媒体的这种使用中,使用的特征有助于将一组目标嵌入到使用模式中,这对应于使用策略。例如,学术界经常在策略上利用社交媒体来树立自己的形象,将自己定义为社交媒体上的专家[27]。这种微博的使用方式实际上属于展示计算领域,因为使用目的和特征都有助于追求社会资本。

布迪厄的社会资本理论和关于社交媒体使用的实证结果的比较见表2。

4.3. 社交媒体和萨特的存在投射理论

4.3.1. 萨特的存在投射理论

Burrell和Morgan[28]将萨特的存在性作为一种社会学的范式。Yoo[29]通过经验介绍了自己的存在层面:“体验是我们存在努力的一个重要方面。正是我们的体验塑造了我们的身份、理想和世界观。”社交媒体上的存在主义无意可以通过萨特的存在投射作为原型理论。使用这个理论,如何解读生活世界和对他人的考虑?

4.3.1.1. 生活世界

存在投射假设的生活世界是怎样的?首先,我们需要清楚地描述存在投射需要什么。根据萨特的描述,在每个人的背后,我们可以发现他生活的统一。这种统一应当是责任的统一,这种统一可能是令人愉快的,或者是可恨的、可憎的和可赞扬的,但它应该是个人的。这种统一考虑的是人类的存在,它应该是自由的统一。萨特的《存在与虚无》[30]描述了我们正经历着一种存在的意义。他把它称为原始目标,也即“存在投射”。这个目标在我们每个可观察到的趋势中得到体现。在每一

表2 布迪厄的社会资本理论与文献比较

Social media and Bourdieu's social capital theory	Findings in current IS literature
<ul style="list-style-type: none"> • The main purpose of social media is to build social capital, which may lead to economic capital in the long run • For each possible post, I should evaluate my hopes and the objective chances of success • On social media, I should have a “feel for the game” • My strategies on social media are the internalization of external chances in the subjective hopes and mental schemata • My strategies on social media come partially from dispositions and are influenced with external conditions • Anything I write on social media is socially influenced • What I write on social media is not individual, but social and collective • Each photo I post on social media is not about my taste. It has a social determination • Each photo I post has a social function. It reflects a collective norm of morality • My posts are influenced by social thinking and social motivation • My posts on social media are influenced by my individual history, but also by my collective history • The preferences I claim on social media are constituted over time by social structures • Any of my posts on social media are the product of social structures that I reproduce • Before posting anything on social media, I evaluate the likelihood of success 	<ul style="list-style-type: none"> • I post content on social media to accrue social capital • Online social capital is more powerful than offline social capital • SNS allows me to communicate instantly with a wider range of people • My online social capital influences people to act in a joint way • My online social media is instrumental for implementing my objectives

种倾向中，人们都从不同的角度完全地表达了自己，这与斯宾诺莎的物质在每个属性中完全表达自己的概念有相似性。为了达到这一点，必须采用一个特殊的方法解开存在所承认的基本含义，而这只能是这个主题在世界中的个体秘密。因此，在我们达到存在的目的时遇到了不言而喻的不可约性。虽然我们不能再进一步分析下去，但是，对于作家古斯塔夫·福楼拜而言，对于“传记”的每一个主题，都意味着在世界上的团结一致。我们所应该找到的不可约性的统一是一个原始存在的统一，这正是福楼拜等作家在传记中向我们展示的。这个统一向我们展示自己作为一个非实质性的绝对。布迪厄批评这样一个非实质性的绝对原则，从而回到了笛卡尔的主体性[14]。在任何情况下，由于对个人决定和自由选择的重视，对笛卡尔二元论的明确回应是个体的自由选择。它唤起了与世界分离的理性主体的幽灵，并将决策作为孤立物质世界的“思考物”。由于这个原因，萨特的存在投射比海德格尔的内在世界更接近笛卡尔的理性。

4.3.1.2. 他人

虽然萨特的存在性已经被布迪厄[14]和海德格尔批评为接近笛卡尔的思想与世界的二元性，但它却打开了一个在戈夫曼或布迪厄的体系中都不能联系起来的维度，也即“此在”。与戈夫曼和布迪厄不同，萨特的《存在和虚无》[30]探究了与他人的具体关系并且系统地质疑了在这种关系中对方的地位。与他人的具体关系取决于我对对方的态度。他人在观察我，拥有我的秘密，他知道我是谁。我对他人负责，但我不是他人的基础。对我来说，问题是要求自己接受对方的观点。为了在我面前保持他人对我的自由，我完全认同自己的身份。例如，如果爱情实际上是纯粹的肉体占有的欲望，那么它在许多情况下都很容易满足。对心爱的人的彻底奴役杀死了爱人的爱。因此，爱人不愿意拥有所爱的人，因为他需要一种特殊类型的反馈。他想拥有自由作为自由。在恋爱中，它并不是我们所渴望的激情，也不是一种超越的自由；它是一种扮演了激情的自由，并被自己的角色所吸引。对自己来说，爱人并不要求他是对自由进行彻底改造的原因。爱人的要求是一个独特而特殊的场合，在爱中，爱人想成为心爱的人的“整个世界”。这就意味着他将自己置于世界的一边，他是世界的象征。世界必须从“我”的角度来揭示，因此，萨特的存在投射与海德格尔的“此在”是一致的。虽然这个理论是规范的，

但据我们所知，IS的研究领域中并没有明确地提到该理论。然而，这一理论的一些假定是否与当前的社交媒体研究中的实际经验相吻合，将在下面论述。

4.3.2. 社交媒体和萨特的存在投射

虽然个人表达的一些特征清楚的出现在了微博类站点和其他社交网络服务平台（SNS）上，但是作为即时信息发布的微博与根植于日常生活分享的SNS的关键区别在于，人们在SNS上通过与日常生活的融合构建在该平台上的一致性的个人历史记载。在这个意义上，SNS以从过去到未来投射的方式成为个人日常与他人共在的一部分，塑造着个体现在的行动，而不是像微博那样做出反应性和形象提升性的策略。在这里，我们提出日常生活中的SNS应用，如Facebook，可以理解为借用SNS更加便利地投射一个人的历史，这种SNS带来的外部化记忆可以看作是通过字母、日记和其他基于媒介的个人记录在自媒体中实现持续的个人记忆过程。SNS在发展年轻人之间的亲密人际关系中的作用可以被理解为通过电子媒介渠道延伸自身在生活中的统一性投射。例如，由于SNS在本质上是一种灵活的、可以个人定制的一种社交方式[31]使用SNS体验他们的族裔、文化或性身份的合法性[32-34]，还可以加强部分身份特征（如族裔或文化背景），以此通过SNS应用便利地实现个人生活统一目标一致性投射[35]。

萨特关于存在投射的理论和社交媒体使用的实证研究结果的比较见表3。

4.4. 社交媒体与海德格尔的“共享世界”理论

4.4.1. 海德格尔的“共享世界”理论

海德格尔的理论是Yoo[29]在解释体验计算时的主要参考理论之一。如前所述，由于海德格尔反对笛卡尔的理性理论，因此海德格尔将生活世界定义为一个“存在的世界”。在这种意义下，他对工具主义的批判将他的理论定位于“此在”这一边。然而，海德格尔的“共享世界”理论的具体内涵是什么？它又如何被用于解释社交媒体？由于在“共享世界”理论中，他人的地位更重要，因此本节将首先介绍他人，然后再介绍生活世界。

4.4.1.1. 他人

根据海德格尔的说法，我们对于世界的存在，可以通过对他人的关心来定义。我所做的一切，甚至是我所考虑的一切，都是对我的父母、我的朋友们、对我生命

表3 萨特的存在投射理论与文献结果的比较

Social media and existential project theory	Findings in current IS literature
<ul style="list-style-type: none"> • My contacts on my Facebook or WeChat hold a secret—the secret of who I am • My relationships with my contacts on SNS are governed by the way they see me • I bear the responsibility of my behavior with others, but I am not the foundation of it • I wish to understand the point of view that my SNS contacts have of me • On SNS, I identify myself in the way my contacts look at me • On SNS, I want to be the one that introduces the world to my contacts • The world should be revealed to my contacts through me • On SNS, I want to be the one who symbolizes the world for my contacts • Each of my posts on SNS expresses my self completely • Each of my posts on SNS can be understood through an existential project that I made • All my posts can be understood through my existential project • This existential project is a free unification of all my posts on SNS 	<ul style="list-style-type: none"> • On social media, I construct a coherent history of my presence • Social media acts as a part of my everyday “being-with-others” • On SNS, I project my past relationships onto future actions that shape the present • The posts on my SNS may be understood through my project of historicizing myself • My posts on SNS are a continuation of the memorializing of my being in media that is historically performed through letters, diaries, and other media-based records of my history • My social media project is a unification of my being • Social media contributes to experimenting with and legitimizing my cultural or ethnic identity • Social media is an ongoing project of unification in my life

中的所爱的一种关怀，即使他们不在场，甚至即使他们去世了，我的行为都依然如此。我的行为的意义在于展示我对他们的关怀，就像小时候我的父母关心我，就像我的朋友在我需要的时候关心我一样。这种关怀也可以通过我照顾我的孩子的方式，或者通过我关心陌生人的来实现。因为我们都是人类，而人性并不是自然给予的，而是建立在我们的需求上的[36]。这就是海德格尔所说的“共享世界”（德语为“MitWelt”，直译为“和世界一起”）。因此，“共享世界”的概念与工具主义中的“此在”相去甚远。

4.4.1.2. 生活世界

从共享世界的角度来看，客观性并不存在，这和笛卡尔的理性设定是一样的。在此在和向他人此在中，“此在”和“此在”之间是产生关联。我们可以“看透他人”，因为他人会选择自我公开。这个自我的公开性与“此在”一起构成了内部世界。对他人的理解将成为我们对自我“此在”理解的基础，它使我们作为“此在”能够被需要面对的世界所理解，并因此而存在。因此，共享世界远离理性，它走向了内在世界。在哪些方面，这种规范性观点可能有助于解释在已有研究中发现的关于社交媒体使用行为呢？

4.4.2. 社交媒体与海德格尔的理论

海德格尔“共享世界”理论的近似应用可以在对网络社区的实证研究中发现。事实上，研究表明，SNS可以促进连通性、社区团结和归属感[33]。人们经常使用这些服务，是因为“在社区中感受到的体验，吸引人们的不是空间本身，而是社区中的社群”[37]。正如Yoo所言，这种社区和共存并不是通过将复杂性降低到一个平

面的、简约的模式而实现的，而是通过将自然现象转变成数字现象的这种数字媒体所独有的特征而实现转变。这种转变或修复并不保护最初的实体，但通过这些渠道进行人际交流的可能性只是“此在”的另一种形式。“存在于这些社交网站的个人之间的社团形式可以以几种不同的方式扩大。当前，大多数流行的社交网站使用好友网络来构建用户之间的关联。”[29]

历史性也是社交媒体使用的一个方面；当使用Facebook时，“现在”正被过去和未来的预测所塑造。用户会描绘Facebook中其使用意图的过去状态，他们在使用Facebook时是带着某种心境的，并且这种心境基本上取决于过去与平台的交互。同时，Facebook通过特定方式组织了用户的过去信息，当用户使用SNS来查看“现在”发生了什么时，这个过去就被拉向前台了。同时，未来（即继续使用SNS或用户在使用SNS之后要做什么）描绘了用户行为的水平维度，该用户行为被其当前行为的情景限制住了。从这个意义上说，Facebook通过将过去和未来带入其使用中而塑造了“现在”[25]。千禧一代的社交媒体使用或者可以用此道理来解释[38]。研究发现，SNS帮助从高中过渡到大学的年轻人在发展新的友谊关系的同时还可以保持其高中友谊网络。特别的，这一研究发现那些对大学生生活满意度较低且自尊水平较低的学生更加受益于SNS的使用。社交网络在青年人维持友谊[39]、加强与朋友的关系[40]、发展亲密关系[41]、巩固自己的身份[41-43]等方面起到至关重要的作用。

SNS在千禧一代日常生活中的作用也对其现实生活中维系朋友关系产生作用。的确，与现实生活中的朋友关系相比，那些仅在网络上发生的关系，尽管它们很重要，其连接却较弱[44]。然而，对于一些年轻人，特别

是那些被边缘化或社会孤立的年轻人来说，在线关系提供了一个重要的，有时是唯一的社会化的机会。作为对患有慢性疾病或残疾的年轻人的SNS的研究发现，SNS不仅提供了开发这种友谊的机会，而且参与者将这些友谊描述为他们最可靠和持久的关系中的“真正的朋友”[45,46]。这种与他人有共同价值观、观点、需要或经历的能力，可以帮助经历边缘化的青年在其当地社区中找出潜在的支持关系[34,46]。

海德格尔“共享世界”理论和有关社交媒体使用的实证研究结果的比较见表4。

5. 结论

本文最后提出了一种应用于社交媒体的“现象学计算框架”。这个框架允许四个原型理论纳入这个新的理论观点。从四个原型理论中外推的一些概念，有一些通过在文献中发表的关于社交媒体的实证发现来证实，还有一些尚未在实证研究中找到对应。表5提供了与社交媒体有关文献中的四个理论和实证发现中有关概念之间的比较。

当前在实证研究还没有实证检验的理论有戈夫曼的战略互动（博弈论）、布迪厄的社会资本和习性（社会结构的再现）、萨特的“别人对我身份的贡献”和海德格尔的“在世界中存在”理论。这种差距可以通过以下事实来理解：大多数这些概念在研究中根本不被包括为

可观察的现象，因此可能由于方法论上的理论透镜而被忽略。

一项重要的发现是，关于社交媒体的研究都不是依靠戈夫曼或布迪厄来讨论这些理论的适用性。事实上，应用戈夫曼的自我呈现理论来讨论个人生活方式是有问题的，因为戈夫曼的书针对工作情景而设定的。事实上，戈夫曼的意图是描述“一个物理建筑物内的组织或者工厂”的情况（书的序言）。戈夫曼提供的例子有售货员、服务员、教师、难民、医生、加油站服务员或旅馆经理。因此，虽然戈夫曼的象征性互动主义是为解释工作环境而建立的，它可能与理解我们的个人生活毫无关联。

布迪厄的社会资本理论与戈夫曼几乎完全相反。虽然戈夫曼的自我呈现是为解释工作环境而提出的，但布迪厄在文化资本和象征资本中引入了社会资本，而不是经济资本。社会资本是针对社会世界的不同群体进行讨论的，如家庭、阶级、部落、学校、政党、部族或俱乐部。问题是，尽管这些种类的资本与经济资本不同，但它们都可以在长期的经济活动中相互兑换。布迪厄的社会资本理论已经在管理学中被讨论了20年[47]，其应用在IS工作环境中是有限的几个研究[48–50]，至于对企业社交网络研究就更少了。

而海德格尔的现象学已经作为一种IS研究优选的方法，由Boland介绍到了社交媒体的研究中[51]。沿着与哈贝马斯的交往行为理论[2]，萨特的存在主义也已经被Burrell和Morgan[28]引用作为一种社会学的研究范

表4 海德格尔的“共享世界”理论与文献的比较

Heidegger's "shared-world" theory	Findings in current IS literature
<ul style="list-style-type: none"> • The meaning of my posts on SNS to those who matter to me is that I care for them • I want to tell them on SNS that my concern for them is constitutive of my identity • On SNS, I want to tell those I care for that the existence of others defines me • The world I show to the others I care for on SNS is the world I take care of. This world contributes to the definition of my being • On SNS, I want those who care to know that my existence is nothing without them, and that my existence is for their sake • The moments of my timeline on SNS show the world I care of • My posts are a way to tell to the others I care for that I am nothing but "being-with" them and being for them • On SNS, I want to express that I am nothing but a "being-with-others" that is encountered in the shared surrounding world being taken care of • Any knowledge about myself is grounded in "being-with-others," as represented by the posts on the timeline on my SNS • To understand me is to understand the way I am with the others in the world and the way they make my existence meaningful, as shown on the timeline of my SNS • On the posts of my SNS, you can see how I see the world and myself through the others I care for • My posts on SNS show that I am nothing but a being-in-the-world to be related to others 	<ul style="list-style-type: none"> • Social media builds and strengthens my communities • Status updates and ordering information on social media structures my past • SNS support my peer-based sociality as part as my ongoing socialization and "being-with-others" • SNS support my critical peer-based sociality • SNS help me to build new relationships while maintaining previous relationships • SNS strengthen my existing interpersonal relationships • SNS help my process of socialization and the consolidation of my identity • SNS assist me to connect with local communities • SNS help build a collective identity • SNS may contribute to the feeling of belonging to a broader community

表5 关于社交媒体使用的四个理论和实证研究的比较

	Identified features	Non-identified features
Goffman's presentation of self	<ul style="list-style-type: none"> • Self-presentation • Impression management • Highly curated version of myself • Imaginative performances • Performance control • Idealized self • Identity construction for an audience • Identity management as a brand • Imagined affordances • Feature selection to be shared with others 	Strategic interaction (game theory)
Bourdieu's social capital	<ul style="list-style-type: none"> • Social capital accruing • My online social capital is more powerful than my offline social capital • Influence of the ability of people to act together • Objective implementation 	Reproduction of social capital Habitus (reproduction of social structure)
Sartre's existential project	<ul style="list-style-type: none"> • Construction of a coherent history of my presence • Everyday "being-with-others" • Project of past relationships to future actions that shape the present • Project of historicizing myself • Continuation of the memorializing of my being in media that is performed historically • Project a unity of being 	The way others contribute to my identity
Heidegger's "shared-world"	<ul style="list-style-type: none"> • Community building and strengthening • Structuration of past • Peer-based sociality • Relationship maintenance • Strengthening of existing interpersonal relationships • Socialization and the consolidation of identity • Connections with local community • Collective identity building • Sense of belonging to a community that is broader than in real life 	Being-in-the-world

式。然而，据我们所知，这些参考文献都没有用于描述社交媒体的研究。其中的原因是这两种哲学都是为日常生活编写的，它们可能更适合描述社交媒体的个人使用，而不是戈夫曼或布迪厄。实际上，虽然布迪厄的理论是指社会世界中的任何群体，但它仍然处于转化为经济资本的视角之内，因此仍然处于经济视角而不是日常生活视角。

考虑到情景问题，这里还应讨论另一个情况：社交媒体使用的意图。Boyd和Ellison详细阐述和区分了三种意图：开放、半开放和封闭使用意图[21]。例如，社交媒体使用的开放意图可以对应于微博，因为帖子大部分对任何人开放。任何人都可以读帖子并重新发布。任何人未经许可都可以联系任何人。另一方面，当我们有限制使用我们的微博客账户时，可以找到使用的半开放意图。最后，可以在SNS中找到使用的封闭意图，例如Facebook或微信。实际上，这些SNS要求用户限制他们的帖子的观众。要建立联系，一个人首先需要对方的同

意。虽然封闭使用意图可以更相关于个人环境，但是开放使用意图可以对应于工作环境。然而，这种区分受到了公司的挑战，这些公司往往鼓励他们的员工不仅使用SNS与同事讨论工作事项，还与同事讨论个人问题，以加强合作[52]。虽然我们将理论与情景相联系的思路纯属推断，但在表6中提供了可以指导未来研究的框架。

本文研究的贡献如下：

(1) 提出了基于笛卡儿和海德格尔的哲学基础的社交媒体理论框架：生活世界和对他人的考虑。

(2) 阐述了四种理论在“生活世界与对他人考虑”框架下对社交媒体的解读：戈夫曼的自我呈现、布迪厄的社会资本、萨特的存在投射和海德格尔的“共享世界”。

(3) 比较了四种理论在社交媒体上的推断与社交媒体的实证研究发现。

(4) 提出了每个理论的关联背景，提出了未来进一步应用研究的框架。

表6 四种理论的研究应用框架

	Environment	Intention
Goffman's presentation of self	Work	Open
Bourdieu's social capital	Work	Open
	Private	Semi-open
Sartre's existential project	Private	Closed, semi-open, open
Heidegger's "shared-world"	Private	Closed
	Work	Semi-open

虽然许多与这些理论有关的概念与研究结果在社交媒体方面的研究是一致的,但其他一些概念尚未被讨论过,从而创造了新的研究机会。此外,有关这些理论的相关性的应用研究模型,包括环境和使用意向还有待讨论。环境可能与个人生活相关,使用的意图可以是开放的、半开放的或封闭的。然而,戈夫曼和布迪厄的理论是在经济背景下发展的,它们在没有评估其适用性的情况下被应用于个人背景和封闭意图下的社交媒体使用。自康德的纯粹理性批判以来,这种外推一直受到批评。理性主义总是将冒险排除在可能的条件之外。特定的情况需要特定的理论。为了描述个人环境的背景和封闭意图的社交媒体应用,萨特和海德格尔的理论可能更相关,因为它们不是从经济的观点出发提出的,而是基于日常生活的哲学。

致谢

本研究由国家自然科学基金重点项目(71231002)、国家社会科学基金的重大研究课题(16ZDA055)和国家自然科学基金项目(91546121, U1636215)提供资助。

Compliance with ethics guidelines

Jiayin Qi, Emmanuel Monod, Binxing Fang, and Shichang Deng declare that they have no conflict of interest or financial conflicts to disclose.

Reference

- [1] Heidegger M. Being and time: A translation of Sein und Zeit. Stambaugh J, translator. Schmidt DJ, editor. Albany: State University of New York Press; 1996.
- [2] Habermas J. The theory of communicative action. Volume 1: Reason and the rationalization of society McCarthy T, translator. Boston: Beacon Press; 1984.
- [3] Hirschheim R, Klein HK, Lytinen K. Exploring the intellectual structures of information systems development: A social action theoretic analysis. *Account Manag Inf Technol* 1996;6(1-2):1-64.
- [4] Leonardi PM. Social media, knowledge sharing, and innovation: Toward a theory of communication visibility. *Inf Syst Res* 2014;25(4):796-816.
- [5] Cyert RM, March JG. A behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc.; 1963.
- [6] Jensen MC, Meckling WH. Theory of the firm: Managerial behavior, agency

- costs and ownership structure. *J Financ Econ* 1976;3(4):305-60.
- [7] Cohen MD, March JG, Olsen JP. A garbage can model of organizational choice. *Adm Sci Q* 1972;17(1):1-25.
- [8] Crozier M, Friedberg E. Actors and systems: The politics of collective action Goldhammer A, translator. Chicago: The University of Chicago Press; 1980.
- [9] Mintzberg H. The structuring of organizations: A synthesis of the research. Lebanon: Prentice-Hall, Inc.; 1979.
- [10] Goffman E. The presentation of self in everyday life. New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc.; 1959.
- [11] Goffman E. Strategic interaction. Philadelphia: University of Pennsylvania Press; 1969.
- [12] Latour B. Science in action: How to follow scientists and engineers through society. Cambridge: Harvard University Press; 1987.
- [13] Giddens A. The constitution of society: Outline of the theory of structuration. Oakland: University of California Press; 1984.
- [14] Bourdieu P. Outline of a theory of practice Nice R, translator. Cambridge: Cambridge University Press; 1977.
- [15] Apel KO. Towards a transformation of philosophy Adey G, Fisby D, translators. Milwaukee: Marquette University Press; 1998.
- [16] Schwartz R, Halegoua GR. The spatial self: Location-based identity performance on social media. *New Media Soc* 2015;17(10):1643-60.
- [17] Papacharissi Z, editor. A networked self: Identity, community, and culture on social network sites. New York: Routledge; 2010.
- [18] Edwards R. An investigation into the use of social networking sites by young people and the perceived benefits. Hamburg: AnchorAcademic Publishing; 2015.
- [19] Livingstone S. Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Soc* 2008;10(3):393-411.
- [20] Obee J. Social networking: The ultimate teen guide. Lanham: Scarecrow Press, Inc.; 2012.
- [21] Boyd D. Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites [Internet]. *First Monday* 2006;11(12) [cited 2017 Nov 11]. Available from: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>.
- [22] Cunningham CM, editor. Social networking and impression management: Selfpresentation in the digital age. Lanham: Rowman and Littlefield Publishing Group, Inc.; 2013.
- [23] Bourdieu P, Wacquant LJD. An invitation to reflexive sociology. Chicago: The University of Chicago Press; 1992.
- [24] Bourdieu P. Distinction: A social critique of the judgement of taste Nice R, translator. Cambridge: Harvard University Press; 1984.
- [25] Evans L. Locative social media: Place in the digital age. London: Palgrave Macmillan; 2015.
- [26] Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *J Comput-Mediat Commun* 2007;12(4):1143-68.
- [27] Carrigan M. Social media for academics. London: SAGE Publications Ltd.; 2016.
- [28] Burrell G, Morgan G. Sociological paradigms and organisational analysis: Elements of the sociology of corporate life. London: Heinemann Educational Books; 1979.
- [29] Yoo Y. Computing in everyday life: A call for research on experiential computing. *MIS Q* 2010;34(2):213-31.
- [30] Sartre JP. Being and nothingness. New York: Open Road Media; 2012.
- [31] Valtysson B. Access culture: Web 2.0 and cultural participation. *Int J Cult. Policy* 2010;16(2):200-14.
- [32] Coleman S, Rowe C. Remixing citizenship: Democracy and young people's use of the Internet Report. London: Carnegie Young People Initiative; 2004.
- [33] Montgomery K, Gottlieb-Robles B, Larson GO. Youth as e-citizens: Engaging the digital generation Report. Washington, DC: Center for Social Media, American University; 2004.
- [34] Hillier L, Harrison L. Building realities less limited than their own: Young people practising same-sex attraction on the Internet. *Sexualities* 2007;10(1):82-100.
- [35] Blanchard M, Metcalf A, Burns J. Bridging the digital divide: Creating opportunities for marginalised young people to get connected Report. Sydney: Inspire Foundation; 2007.
- [36] Camus A. The myth of Sisyphus O'Brien J, translator. London: Penguin Books; 1975.
- [37] Johnson L, Levine A, Smith R, Smythe T. The 2009 horizon report: K-12 edition. Austin: The New Media Consortium; 2009.
- [38] Boyd D. Why youth k social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In: Buckingham D, editor. Youth, identity, and digital media. Cambridge: The MIT Press; 2007. p. 119-42.
- [39] Grinter RE, Palen L. Instant messaging in teen life. In: Proceedings of the 2002 ACM conference on computer supported cooperative work; 2002 Nov 16-20; New Orleans, LA, USA. New York: Association for Computing Machinery; 2002. p. 21-30.
- [40] Valentine G, Holloway SL. Cyberkids? Exploring children's identities and social networks in on-line and off-line worlds. *Ann Assoc Am Geogr* 2002;92(2):302-19.
- [41] Cobb NJ. Adolescence: Continuity, change, and diversity. 2nd ed. Houston: Mayfield Publishing Co.; 1995.

- [42] Sprecher S. Relationship initiation and formation on the Internet. *Marriage Fam Rev* 2009;45(6-8):761-82.
- [43] Berk LE. *Development through the lifespan*. 2nd ed. Boston: Allyn & Bacon; 2001.
- [44] Donath J, Boyd D. Public displays of connection. *BT Technol J* 2004;22 (4):71-82.
- [45] Third A, Richardson I. *Connecting, supporting and empowering young people living with chronic illness and disability: The livewire online community*. Livewire research project: Final report to the Starlight Children's Foundation. Perth: Centre for Everyday Life, Murdoch University; 2009.
- [46] Munt SR, Bassett EH, O'Riordan K. Virtually belonging: Risk, connectivity, and coming out on-line. *Int J Sex Gend Studies* 2002;7(2-3):125-37.
- [47] Adler PS, Kwon SW. Social capital: Prospects for a new concept. *Acad Manag Rev* 2002;27(1):17-40.
- [48] Levina N, Orlikowski WJ. Understanding shifting power relations within and across organizations: A critical genre analysis. *Acad Manag J* 2009;52(4):672-703.
- [49] Schultze U, Boland Jr RJ. Knowledge management technology and the reproduction of knowledge work practices. *J Strateg Inf Syst* 2000;9(2-3):193-212.
- [50] Lee JC, Myers MD. Dominant actors, political agendas, and strategic shifts over time: A critical ethnography of an enterprise systems implementation. *J Strateg Inf Syst* 2004;13(4):355-74.
- [51] Boland Jr RJ. Phenomenology: A preferred approach to research on information systems. In: Langefors B, Verrijn-Stuart AA, Bracchi G, editors. *Trends in information systems*. Amsterdam: North-Holland Publishing Co.; 1986. p. 341-9.
- [52] Huy Q, Shipilov A. The key to social media success within organizations. *MIT Sloan Manag Rev* 2012;54(1):73-81.