

專輯論文

## 流動中的社會關係： 上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

張玉璞

### 摘要

外賣騎手「城鄉流動者」和「移動工作者」的雙重身份將其置於流動的社會實踐中，「移動性」較強的外賣騎手需持續使用移動媒體進行工作以協調其「移動性」，完成「線上履約」的過程，較長的工作時間也使其日常交往主要經由移動社交媒體進行。本文基於社會資本理論，建立外賣騎手移動媒體使用與社會資本的結構方程模型，對302位上海市外賣騎手的問卷調查結果發現：社交導向移動媒體使用能夠顯著正向影響粘結型社會資本，但不能正向預測橋接型社會資本；工作導向移動媒體使用能顯著正向影響粘結型社會資本，但不能正向預測橋接型社會資本。研究還發現，外賣騎手家庭（鄉土）歸屬感需求與維繫鄉土關係動機和新建非鄉土關係動機均呈顯著正相關；城市歸屬感需求與新建非鄉土關係動機呈顯著正相關；維繫鄉土關係動機和新建非鄉土關係動機均與移動媒體使用呈顯著正相關；人際交往能力不是移動媒體使用與社會資本之間的中介變量。空間流動過程中，外賣騎手移動

張玉璞，上海理工大學出版印刷與藝術設計學院出版與數字傳播系碩士在讀學生。研究興趣：新媒體與社會。電郵：yupuzhang121@163.com

論文投稿日期：2018年3月1日。論文接受日期：2018年10月10日。

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

媒體使用讓家和家鄉既遠且近，也讓他們得以經由媒介交往在移動工作佈景下取資源回報，但對橋接型資本積累影響不大，這讓外賣騎手在融入上海時的社會關係轉型仍存在阻礙。

關鍵詞：上海市外賣騎手、移動媒體、社會資本、城鄉流動、移動工作者

---

Special Issue Article

## **Social Relations in Mobility: Effects of Mobile Telephony on the Social Capital of Delivery Workers in Shanghai**

Yupu ZHANG

---

### **Abstract**

The dual roles of delivery workers as “rural-urban migrants” and “mobile workers” affect their mobile social practice. Mobile telephony exposes them to the constant use of mobile telephony in coordinating with “mobility,” which is called the process of “online compliance.” Long working hours also contribute to their frequent use of mobile telephony in daily routines. Survey data self-reported by 302 delivery workers in Shanghai, China indicated that the use of social-oriented mobile telephony and work-oriented mobile telephony use is significantly positively correlated with bonding social capital. However, no correlation was found between these two types of telephony and bridging social capital. The results also showed a strong association between the need for family affiliation and the motivations for maintaining rural social relationships and initiating urban social relationships. The need for urban affiliation was strongly associated with the motivation for initiating urban social relationships. The results also showed that both motivations were significantly correlated to mobile telephony use. However, no correlation was found between communication skills and social capital. The workers’ affiliation with family and their hometowns were strengthened by using mobile telephony. Delivery

---

Yupu ZHANG (Postgraduate). Department of Publishing and Communication, College of Communication and Art Design, University of Shanghai for Science and Technology. Research interest: new media and society.

*Communication & Society*, 47 (2019)

workers also developed social capital through media interactions in their mobile work. However, it had a negligible impact on the accumulation of social capital, which means that delivery workers are too busy to take a further step in the transformation of their social relationships by using mobile telephony.

**Keywords:** delivery workers in Shanghai, mobile telephony, social capital, rural-urban migration, mobility

**Citation of this article:** Zhang, Y. (2019). Social relations in mobility: Effects of mobile telephony on the social capital of delivery workers in Shanghai. *Communication & Society*, 47, 167–198.

## 致謝

感謝陳韜文教授、邱林川教授提出的建設性意見以及匿名評審給予的寶貴意見。

## 引言

外賣騎手又稱外賣員、配送員、送餐員，是在移動互聯網技術背景下湧現的一類群體。根據空間位置的轉移，該群體有兩個典型特徵，一是從農村到城市的跨域流動，二是工作中從一個地點到另一個地點的區間移動。因而他們既是城鄉流動者，其社會網絡面臨著「脫域」的危險和「再嵌入」的迫切需要，同時也是高移動工作者 (highly mobile workers) (Brown & O'Hara, 2003)。Lilischkis (2003) 根據空間規則 (space criteria) 定義了五種類型的移動工作，其中「持續性移動工作者」(carriers) 是指司機、配送員這類群體，意為工作地點構成流動的工作佈景，線上的虛擬連接和流動的工作實踐相互協調，人們在移動時需要使用信息傳播技術 (Information and Communication Technologies, ICTs) 協調工作，且工作只能在持續移動下完成。在流動性的社會實踐中，信息傳播技術的使用，特別是在其傳播模式下，意味著使用者是社會網絡的一部分，採用信息傳播技術的原因，最終功能以及這些功能的形成都體現在社會網絡的構建中 (Klamer, Haddon, & Ling, 2000)。

基於上述兩大特徵，具體到外賣騎手在上海的工作和生活，移動媒體使用的影響貫穿在其日常工作和生活。以往，工作常常發生在某個固定的地點，而今天的工作生活、個人和群體的工作背景，是身體在場、虛擬在場、社交和文化的工作環境共同組成的 (Andriessen & Vartiainen, 2006, p. 15)。新的信息傳播技術的發展是驅動移動工作出現和發展的重要原因，移動技術為移動工作者提供了必不可少的工作工具 (Andriessen & Vartiainen, 2006, p. 17)，它跨越時空和組織障礙，讓分散網絡中的溝通和知識轉移成為可能 (Corso, Martini, & Pellegrini, 2006, p. 292)，而這也增加了移動工作的複雜性，加強了與工作相關的聯繫，同時帶入了各種社會關係 (Andriessen & Vartiainen, 2006, p. 19)，如 Laubacher 及 Malone (2003) 所說，人們在公司邊界之外的工作時間越來越多，往往在移動中與客戶或所在組織人員交流。

進而，工作的移動轉向對外賣騎手最為深遠的影響是，移動媒體的使用將所有線下騎手納入到共享信息環境。擁有一台智能手機是外賣騎手應聘的必要條件。「移動性」較強的外賣騎手需持續使用移動媒

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

體才能進行工作，以協調其「移動性」，完成「線上履約」的過程。與此同時，有著作為城鄉流動者和移動工作者的雙重身份，工作性質的特殊性意味著移動媒體使用的社交依賴。對平台型(自營、加盟管理)外賣騎手而言，其正常工作時間是早十晚十，雙高峰(午高峰和晚高峰)持續忙碌，除春節外幾乎全年無休，而工作時只能在商圈周圍或支隊所在地等單。在等待接單的閒暇時間，除了和附近的同事聊天，人際互動幾乎都經由手機完成。在跨域流動中，與面對面互動中的人際交往相比，外賣騎手有機會經由移動互聯網維繫原有社會關係，也有機會因工作聯繫建立起與城市的交集，從而加快其城市化進程。本文關注的是外賣騎手移動媒體使用的影響，並把這種影響落在社會關係和社會資本上。

## 文獻回顧

### 城鄉流動中的社會網絡變遷與社會資本續構

「離鄉進城」(rural-urban migration)是伴隨著我國城市化進程出現的流動景觀。近十年來，學者們圍繞「城鄉流動者」的空間生存、資本續構、身份重塑、主體失範、風險保障等方面進行研究(馬德峰、李風嘯，2010)，但這些研究都離不開對於「關係網絡」的關注，空間流動所導致的社會關係的變遷，成為研究城鄉流動者的基本單位。在考察移民問題時，Portes(1988)指出，移民的每個過程，譬如移民與否，移至何處以及如何融入都與社會網絡相關聯。而不同與西方「規則」導向的社會網絡，華人社會的聯結以「關係」為導向，「關係網絡」是華人獲取社會資本的重要途徑(龔虹波，2013)。

社會資本理論和社會網絡理論是人與人之間建立關聯的重要概念。社會學家林南(Nan Lin)(2005, p. 24)將社會資本定義為行動者在行動中獲取和使用的嵌入在社會網絡中的資源。科爾曼(Coleman)(1988)在布迪厄的基礎上，將社會資本視為社會結構中的資源，可以為個體行動者帶來好處和利益。可以具體體現在，獲取有用信息、維繫人際關係、提升社會組織力等、獲取工作機會、提高自信心和生活

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

滿意度等 (Bargh & McKenna, 2004; Paxton, 1999)。勞動社會學的研究也認為，就業信息不僅通過勞動力市場傳遞，也通過社會關係網絡流動，因此在個人求職過程中不應該只關注人力資本，還應關注社會資本的作用。基於格蘭諾維特 (Granovetter) (1973) 對強弱關係的劃分，普特南 (Putnam) (2001) 將社會資本分為橋接型社會資本 (bridging social capital) 和粘結型社會資本 (bonding social capital) 兩個維度，從而建構了社會資本的兩維度模型，前者基於弱關係，即關係較為疏遠、擁有不同背景的人在社會網絡中形成聯繫時產生的社會資本；後者則基於強關係，即關係較為親密的人，如家人、朋友、親密同事之間互相提供感情和物質支持時產生的社會資本。

而中國城市流動人口的社會關係有著特殊的語境。中國鄉土社會中對親緣、地緣關係的重視，成為一種「習性」，具有很大慣性，這種親緣關係網絡影響著人們的生活方式和社會交往方式 (李培林, 1996)，有些甚至群居於城中村，人與人的交往是「關係叢」 (項飈, 2000)，有學者劃分鄉土關係為初級鄉土關係和次級鄉土關係 (趙樹凱, 1998)，建立在初級關係和次級關係基礎上，在鄉村特殊背景下衍生出了兩種類別的鄉土關係，前者是指建立在血緣、親緣關係上的鄉土關係，在農民工進城以前就已經存在，後者是指建立在新的交往中的社會關係，出現於在農民工進城之後與其他外地人建立的鄉土關係。林彭 (2004) 認為上述劃分忽視了農民工與所在城市當地人的交往，引入「非鄉土關係」的概念，即初級社會關係不僅包括農民工進城前已經存在的社會關係，也包括進城後「接續」而來的同鄉關係，而「非鄉土關係」則表示與當地城市人的交往。本文將在上述劃分基礎上，將外賣騎手的社會關係區分為原有的鄉土關係和新建立的非鄉土關係，前者包括進城前已經存在的社會關係和進城後有接續關係的同鄉關係，後者包括進城後與其他外地人建立的關係以及與當地城市人的交往。這種劃分能更清晰表明該群體進城前後可能出現的社會關係的變化。

移民過程中的每一個環節都受到移民社會資本或社會網絡的影響，社會資本影響著流動人口在城市的生活、發展和融合 (任遠、鄔民樂, 2006)，因此，嵌入在「關係網絡」中的社會資本，是城鄉跨域流動者的重要社會資源，對包工頭的研究發現，一張張關係網絡構成的「關

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

係資本」對於城市新移民的作用甚至要大於人力資本等其他結構性因素(彭慶恩, 1996)。進城農民工面臨著社會資本的續構, 社會網絡的重組和轉型對他們在城市的生存和發展具有不可替代的重要意義(齊心, 2007), 一方面依賴原有社會關係為其在進城前期找工作、安置居所等過程中提供幫助, 以及帶來情感支持(Mberu, Béguy, & Ezeh, 2017; 丁未、田阡, 2009; 王春光, 2006; 趙延東、王奮宇, 2002; Chukwuezi, 2001; 李培林, 1996); 另一方面也面臨著社會資本的重構, 「城市版」差序格局有別於「鄉村版」差序格局, 儘管以家庭為中心的親緣關構成了城市新移民最基礎的關係網和社會資本, 但可能只對初次外出就業的人幫助較大。面對嶄新、複雜和多變的城市環境, 遷移就業者進入城市之後, 不得不突破原始的社會資本和社會網絡的限制, 不斷擴大自己的社會網絡, 重新構建起新型的社會資本(張繼焦, 2004)。

### 作為城鄉流動者的媒體使用與社會資本 (social capital)

早在20世紀初, 「芝加哥學派」就開始關注傳播與城市移民之間的關係, 隨著卡斯特所謂的「網絡社會的崛起」, 新信息技術範式為社會組織的擴張和社會結構提供了物質基礎(卡斯特, 2001: 569), 傳播編織了各種關係網絡, 建構了連接、交往和意義之網(孫璋, 2003)。因而信息傳播技術對於建構移民群體的「溝通鏈」(communication chain, 參見Cuban, 2017)的影響一直是移民研究中的重要面向。社會關係網絡為移民勞工(migrant workers)提供了物質和精神支持(Mollona, 2005), 手機被用於加強移民勞工的社會聯繫(Law & Peng, 2006), Klammer、Haddon及Ling (2000)對ICTs、流動性、時間壓力和社會網絡的研究指出了移動媒體在協調流動性(co-ordinating mobility)方面的重要作用, 手機可被用於在多種情況下協調流動性, 如外出時使用手機與他人溝通、遠距離承擔家庭責任、提前規劃安排、增加安全性、提高突發狀況應對能力、增加可得性(reachability)以及便於多重任務同時處理等。

對移民勞工來說, 一方面突出表現在, 手機的短信和通話功能讓移民勞工使用手機建立遠距離的家庭聯繫, 維繫歸宿感(Cheng, 2013; Law & Peng, 2006), 同時帶來一定的資源回報, 手機讓他們方便地遠



流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

距離與家人、朋友、原同事等他們信任的人進行信息交換(Law & Peng 2006)；另一方面則為移民勞工(migrant workers)提供了在流入地建立和維繫社會網絡和社會支持的機會(Law & Chu, 2008; Law & Peng, 2006)，也建立了與其他流動者之間的聯繫(Law & Peng, 2006)，同時在緊急狀況下獲得幫助(Yang, 2008)。當然，在智能手機尚未流行和普及之前，這種溝通方式表現形式有「去網吧」、小靈通、預付卡、手機、長話吧，這些ICTs的使用帶來了前所未有的連接(Qiu, 2007)，當時最流行的即時通訊工具是QQ，與上一代打工者不同的是，新一代打工者會利用專業招聘網站等渠道獲取求職資訊(陳韻博, 2010)，更傾向於通過互聯網使用在虛擬社區中建立新的社會關係(Katz, Rice, & Aspden, 2001; Wellman, 2001)。工作導向互聯網使用(work-oriented Internet use)能夠增加農民工的工作機會，如Cuban (2017, pp. 147-148)對移民女工的研究指出，手機的使用的好處除了加強與家庭的聯繫外，也在於尋找新的工作機會，ICT使用幫助她們建立關係資本(network capital)，而關係資本意味著在跨越時空的流動中，流動的位置信息、關係建立、通訊設備、流動能力以及時間之間的協調(Elliott & Urry, 2010)，關係資本是「即時資本」(an emergent form of capital)的一部分，在人們流動時建立起私人社會關係(Urry, 2012)。

隨著2007年3G網絡的出現和應用程序(mobile applications, apps)的發展，移動媒體在移民勞工流動中的新環境適應中起到了越來越重要的作用(Roldan, 2009)。與Chu及Yang (2006)之前在珠三角地區的發現類似，當時通過手機收發短信是城市新移民者建立聯繫的重要方式。周葆華、呂舒寧(2011)在上海的調查發現，此時，移動應用程序QQ已在網絡生活佔據核心地位，可以滿足其在流入地交友和維護老朋友關係的需求。網絡和手機構成了新生代農民工的主要信息環境，其網絡使用以人際交往和休閒娛樂為主，手機使用以通訊、娛樂和實用為主，其中也提到，這與其在高度流動中對關係維護、情感歸屬、排解孤獨和維權等需求密切相關。

網絡使用之於城鄉流動者，從最初的「去網吧」到移動媒體的採納、使用，上述研究揭示了媒介技術出現之後對流動者日常生活的社會實踐的種種影響，但對於移動媒體使用的前因(antecedents)沒有給

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

予足夠關注，本文除了要驗證移動媒體使用與不同類型社會資本之間的相關性外，還對移動媒體使用的前因進行驗證。移動媒體除了是「現代身份」的一種標誌，社會實踐之需要和建立聯繫之需要是移民勞工採納移動媒體 (adoption of mobile phone) 的重要原因 (Lang, Oreglia, & Thomas, 2010)。研究揭示，維繫和建立關係動機以與他人建立聯繫，是人類最基本的需求 (Baumeister & Leary, 1995; Maslow, 1968)，且一些關於社交網絡服務的研究認為使用其最主要的動機是維繫已有關係和建立新的關係 (Kim, Sohn, & Choi, 2011; Ellison, 2007)，而歸屬感需求在人際關係網絡維繫和建立過程中起到核心促進作用 (Baumeister & Leary, 1995)。在一項量化研究中，關係維護和關係建立的動機被驗證在歸屬感需求和使用社交媒體中進行自我揭示之間起到中介作用 (Park, Jin, & Jin, 2011)。因此，我們關注歸屬感需求 (need for affiliation) 對關係維護和建立這兩種關係動機的影響以及其分別對移動媒體使用的影響，基於農村到城市的空間轉移，對家庭 (鄉土) 和城市歸屬感需求加以區分，提出假設1和假設2：

H1a：維繫鄉土關係動機與外賣騎手移動媒體使用呈正相關。

H1b：新建非鄉土關係動機與外賣騎手移動媒體使用呈正相關。

H2a：家庭 (鄉土) 歸屬感需求與維繫鄉土關係動機呈正相關。

H2b：家庭 (鄉土) 歸屬感需求與新建非鄉土關係動機呈正相關。

H2c：城市歸屬感需求與新建非鄉土關係動機呈正相關。

作為高移動工作者 (highly mobile workers) 的媒體使用與社會資本

哈里斯-托達羅的遷移模型指出城鄉流動主要取決於城鄉勞動力市場的工資比較 (Todaro, 1969)，對於絕大多數城鄉流動者而言，第一要義便是找工作 (Lang, Oreglia, & Thomas, 2010)，諸多文獻中稱之「移民勞工」(migrant workers) 多是基於此種考慮。而在幾乎所有的工作領域中，ICT都扮演著重要角色 (Korunka & Hoonakker, 2014)，在城-鄉流

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

動的大背景下，以往研究較少揭示「所在行業」和「工作時長」對媒體使用的制約，如建築業的低網絡普及率（周葆華、呂舒寧，2011），這提醒我們關注城鄉流動者媒體使用的內部的職業差異及移動媒體使用對他們的影響。本文所關注的外賣行業，隸屬於即時物流行業，非常不同於建築業、製造業，但與交通業、運輸業有著密切關係，他們的使用者需長時間使用移動媒體持續協調行動，完成線上履約，可以說，該職業與生俱來具有「移動性」。有關移動工作者的現有相關研究陸續揭示了移動媒體使用對其社會關係和社會資本的影響。

移動工作並非由單一類型的工作構成，Lilischkis (2003) 根據空間規則 (space criteria) 定義了五種類型的移動工作：固定地點移動 (on-site movers)、偶爾性移動 (yo-yos)、雙地點移動 (pendulums)、多地點移動工作 (nomads) 和持續性移動工作 (carriers)。一些研究認為，高移動工作者基於使用移動應用程序建立起新的社會關係，Brown & O'Hara (2003) 考察了流動工作者的空間實踐，關注流動工作者如何管理他們對技術和場所的使用，滿足特定設計和需求的移動媒體使用能夠很好地適應其高移動性需求，使用移動應用有益於建立起新的業緣關係。Perry 及 Brodie (2006) 考察和比較了不同類型的工作即時通訊工具在移動工作中如何協調移動性，Connect-Talk 建立了有效地工作關聯，工作中可通過它獲得即時幫助，同時，V-mail 的使用讓工作和家庭的界限變得模糊，可以獲得社交支持，此外，移動工作者的工作和家庭聯繫常常交織，同事可以成為私人朋友，而私人朋友可以成為客戶或同事。在我國，丁未、田阡 (2009) 以深圳石廈村的湖南儀縣籍出租車司機的媒介技術使用為個案進行了田野調查，卻發現了不同的結論，車載電話等移動通訊工具將其置於新的信息環境中，但在出現了不熟悉的傳播情境之後，他們選擇摒棄新的傳播實踐，退縮到更親近的社會關係圈中，人際關係的生成機制仍然脫胎於傳統中國鄉土社會的血緣、地緣關係。同時該研究也指出，作為一個空間活動範圍大和人際接觸面廣的職業，新媒體使用在技術上為這一群體提供了拓展，甚至突破社會關係邊界的可能性。本文以外賣騎手這一高移動工作者為考察對象，考察移動工作的特性下移動媒體使用的工作依賴以及同時帶來的社交依賴對其社會資本的影響。

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

諸多量化研究揭示了社交媒體使用對社會資本的正向影響。互聯網使用增強了社會聯結 (Valenzuela, Park, & Kee, 2009)，Kwon、Angelo及McLeod (2013) 調查了不同Facebook使用行為與社會資本之間關係的研究認為，用以連接社會關係的Facebook使用行為和使用強度是橋接型社交資本的重要預測因素。Hampton、Sessions及Her (2011) 證明了移動媒體和互聯網的使用，尤其是社交媒體使用，與拓展網絡規模和多樣性有積極的正向關係。Ellison、Steinfeld及Lampe (2007) 調查了大學生群體的Facebook使用，認為互聯網使用並未對增加社會資本產生顯著影響，但Facebook使用卻能顯著正向影響社會資本，尤其是橋接型社會資本。近來，隨著社會網絡在找工作和獲取信息等方面的重要性日益凸顯，正如Urry (2002, p. 263) 所認為，社會資本高的社會的特點是「密集的互惠社會關係網絡，發達的相互義務集合，普遍互惠，鄰居間的高度信任，雙向對話組，以及跨越傳統社會鴻溝的相互聯結」。Hanson (1998, p. 244) 提醒我們要將個人視為社會網絡的一部分進行分析。在如今移動媒體建立了遠程連接，讓履行母職和女性的家庭責任伴隨著跨域流動，研究者通過觀察還指出了男性和女性手機使用的區別，男性傾向使用手機將公共世界帶入私人生活，女性則傾向手機連接起自身和家庭，讓家庭如影隨形 (Rakow & Navarro, 1993)。

而對移動工作者的考察少見量化研究，且以往相關研究在考察移動媒體使用對社會關係影響時常常會忽視了對使用方式的劃分，雖然兩者的影響在現實情況下很難完全區分，但不同移動媒體使用行為對於不同形式的社會資本的影響不同 (Burke, 2011；文藝，2015)，本文同時意在區別不同導向移動媒體使用對社會資本的影響，沿著一些學者的劃分思路，如Chen (2016) 將移動媒體劃分為移動社交媒體 (mobile social media) 和移動應用程序 (mobile apps)，雷蔚真 (2010) 對城鄉流動人口的研究中區分了以工作為導向和以社交為導向的農民工移民對社會融合的兩類追求，基於外賣騎手的特徵，本研究將外賣騎手移動媒體使用區分為社交導向移動媒體使用和工作導向移動媒體使用兩類。

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

基於以上對於移動媒體使用與社會資本之間關係的探討，提出研究假設3：

**H3a**：社交導向移動媒體使用與橋接型社會資本呈正相關。

**H3b**：社交導向移動媒體使用與粘結型社會資本呈正相關。

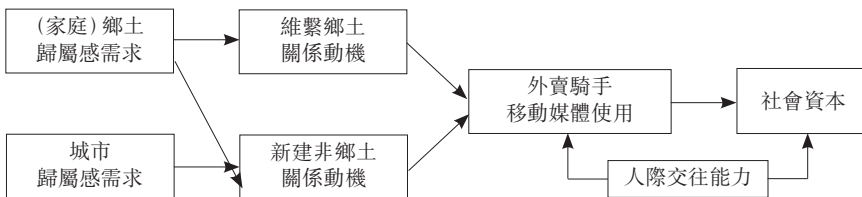
**H3c**：工作導向移動媒體使用與橋接型社會資本呈正相關。

**H3d**：工作導向移動媒體使用與粘結型社會資本呈正相關。

同時，一些研究認為，人際交往能力越強，其獲取的社會資源的能力越強，在社會關係網絡中嵌入和使用的資源越多，SNS中存在數字鴻溝(digital divide) (Kontos, Emmons, Puleo, & Viswanath, 2010)，在工作導向的ICTs使用中同樣存在，譬如，個人資源是解決傳播需求與較低傳播資源之間的關鍵因素(Salanova, Llorens, & Ventura, 2014)。人際交往能力(communication skill)是指個體以適當的形式與他人交往的能力(Segrin & Givertz, 2003)，意味著個體在面對紛繁複雜的社會環境和語言環境時，能夠提出多種策略性的解決辦法。為測量可能產生的影響，我們把人際交往能力作為中介變量納入假設模型中。因此提出假設4。

**H4**：人際交往能力是移動媒體使用與社會資本之間呈正相關的中介變量。

圖一 研究假設模型



## 研究方法

### 變量測量

社交導向移動媒體使用即外賣員對微信、QQ等社交媒體的使用行為。借鑒Burke、Kraut及Marlow(2011)對Facebook使用的操作化定義，即直接互動(directed communication)、被動瀏覽(passive consumption)和發佈信息(broadcasting)三類，我們將外賣騎手的社交導向移動媒體使用分為社交互動、被動瀏覽和資訊發佈三類，採用「與好友互動」、「發佈資訊」、「刷好友動態」、「搜索資訊」這四個項目組成的5度李克特量表(1 = 非常不同意，5 = 非常同意)來進行測量(Cronbach's  $\alpha = .83$ )；工作導向移動媒體使用操作化為接單、送單和轉單三類，對平台外賣騎手的觀察和採訪發現，外賣騎手需要在App中完成每日打卡，直接對接到站點的日常考勤，連接起平台方，在上班時間點擊「開工」後，派單數據會自動記錄在App中，調度員也會在系統中根據情況採取「推派結合」的模式進行調度，外賣騎手可以查看昨日、本月和上月的完成配送單數、準時率、評分和距離，以及相應根據這些指標對應的實名制站內排名和全國排名，同時可以看到客戶的配送服務評價信息等。通過這些數據，外賣騎手通過使用騎手App這一必要工具，建立起了與平台、客戶和同事的關係，因此將「工作導向移動媒體使用」操作化為接單、送單和轉單三類，採用「手機App會提醒我是否有訂單需要派送」、「我使用手機App去接單」、「我使用手機App與客戶聯繫完成派送」、「我使用手機App查看客戶位置」、「我使用手機App去查看商家資訊趕往商家」、「如果有特殊情況我使用手機App將單子轉給同事派送」這六個題項組成的5度李克特量表(1 = 非常不同意，5 = 非常同意)進行測量(Cronbach's  $\alpha = .72$ )。

社會資本測量借鑒Williams(2006)互聯網社會資本量表(Internet Social Capital Scales, ISCS)及Ellison等(2007)測量橋接型和粘結型社會資本的量表，並進行了改進，橋接型社會資本採用「與在線/線下的人交往讓我覺得我是上海的一份子」、「與在線/線下的人交往互動我對上海發生的事情感興趣」、「與在線/線下的人交往讓我覺得上海是一個

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

好地方」、「我願意在我有能力做公益時捐贈用於上海城市發展」、「與移動媒體中的人互動讓我想要嘗試新的事情」、「我在與在線/線下其他人交往時，覺得我是這個大家庭的一份子」、「我願意花時間參與城市/社區的活動」、「與在線/線下的人交往使我在這裡總能夠遇到以往未曾謀面的人」、「在上海與其他人的交往時，感到世界上的每個人都相互關聯」這九個題項組成的5度李克特量表進行測量 (Cronbach's  $\alpha = .91$ )；粘結型社會資本採用「在我有困難時，我有好幾個我信任的在線/線下的人能夠盡力幫助我」、「如果我需要緊急借100元，我知道我要找誰借」、「在我想要做重要的決定時，我知道我要找誰」、「我在線上/線下認識的人能夠為我提供工作參考」、「我在線上/線下認識一些能夠為我做十分重要事情的人」、「在我有困難時候，我的問題能得到及時解決」這六個題項組成的5度李克特量表進行測量 (Cronbach's  $\alpha = .89$ )。

維繫鄉土關係動機指的是對於進城前已經存在的社會關係和進城後接續的的同鄉關係的維繫動機，其測量參考Park、Jin及Jin (2011)提出的使用Facebook維繫關係動機測量指標 (motivation for relationship maintenance)，以及Ellison、Steinfeld及Lampe (2007)提出的使用Facebook進行線上線下聯繫的測量指標，採用「我使用移動媒體與家人保持聯繫」、「我使用移動媒體與老朋友保持聯繫」、「我使用移動媒體與經常見面的朋友保持聯繫」、「我使用移動媒體加深了解我認識的同事」、「我使用移動媒體與同鄉溝通，使他們感到愉悅」、「我使用移動媒體與臨近住地的人保持聯繫」六個題項組成的5度李克特量表測 (Cronbach's  $\alpha = .80$ )；新建非鄉土關係動機指的是進城後與其他外地人建立關係和與當地城市人建立關係的動機。其測量則採用「我使用移動媒體在這裡遇見更多的人」、「我使用移動媒體進一步了解我通過移動媒體認識的人」、「我使用移動媒體遇見更多興趣愛好相似的人」、「我使用移動媒體進一步了解我送外賣的客戶」、「我使用移動媒體進一步了解我的同事和領導」、「我使用移動媒體進一步了解住在我周圍的人」六個題項組成的5度李克特量表測量 (Cronbach's  $\alpha = .63$ )。

歸屬感需求測量借鑒Heckert等 (1999)提出的歸屬感評估量表 (the Needs Assessment Questionnaire, NAQ) 以及孫永麗 (2007)提出的鄉土歸屬感和城市歸屬感量表，城市歸屬感需求採用「在上海，我想有一種

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

家的感覺」、「我想要成為上海市的一員」、「離開上海時,會非常留戀上海」、「我喜歡上海市並且想要一直在這裡居住」、「在上海,我想要獲得安全感」、「我喜歡與上海人相處的感覺」、「我想關注上海市所發生的事情,並且覺得和自己息息相關」、「在上海,有事情時我更願徵求大家的意見」、「在上海,有事情時我會試圖與大家一起想辦法處理」九個問題組成的5度李克特量表測量(Cronbach's  $\alpha = .89$ );(家庭)鄉土歸屬感需求採用「回到老家有一種回到了家的感覺」、「老家所發生的事情我很關注,覺得與自己息息相關」、「離開老家有一種依依不捨的感覺」、「老家會給我一種安全感」、「自己就是老家的一個成員」、「我喜歡和老家人生活在一起的感覺」、「打拼一段時間後打算回到老家,並且長期在那裡居住、工作、生活下去」、「在老家,有事情時我更願意徵求大家的意見」、「在老家,有事情時我會試圖與大家一起想辦法處理」這九個題項組成的5度李克特量表測量(Cronbach's  $\alpha = .86$ )。

人際交往能力測量借鑒馬建青(2003)的人際交往能力量表。測量如下:「我看見陌生人常常覺得無話可說」、「我不喜歡在公共場合說話」、「我不喜歡廣交朋友」、「我的要好朋友很少」、「我只喜歡與談得來的人接近」、「到一個新環境,我可以接連好幾天不講話」、「如果沒有熟人在場,我感到很難找到彼此交談的話題」、「我不習慣和別人聊天」、「我最怕在社交場合中碰到令人尷尬的事」、「我不喜歡與地位比我高的人交往,我感到這種交往很拘束很不自由」,用這十個題項組成的5度李克特量表測量(Cronbach's  $\alpha = .85$ )。

### 數據來源

本文採用問卷調查法,分層抽樣進行數據收集。隨機抽取了上海市15個下轄區中的5個區,分別為楊浦區、普陀區、徐匯區、寶山區、靜安區,選取代表性企業A和B的上述區域總部外賣騎手作為抽樣框,分別隨機抽取4個支隊,每個支隊中隨機抽取8名外賣騎手作為抽樣對象,在樣本獲取過程中,研究者首先與站點管理者溝通,並與九、十點晨會前到達集合點、下午三點左右到達站點進行問卷發放,並了解和檢查問卷填寫質量,不完整的協調溝通重新填寫。最終樣本



流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

量為320，有效樣本量302，樣本有效率94.38%。樣本的人口統計學特徵為：男性297人(98.34%)，女性5人(1.66%)；年齡為5-16歲為2人(0.66%)，17-28歲為258人(85.43%)，29-30歲為38人(12.58%)；30歲以上為4人(1.32%)；教育程度初中或初中以下為108人(35.76%)，高中或中專為191人(63.25%)，大專或本科以上3人(0.99%)；從業時間一年以內110人(36.43%)，1-3年176人(58.28%)，3-5年12人(3.97%)，5年以上4人(1.32%)。

## 結果

信度檢驗結果顯示，總量表Cronbach's alpha系數為.84，且各變量Cronbach's alpha系數均大於.70，表明信度較好。採用SPSS23.0對納入結構方程模型的變量進行因子分析，因子分析中KMO度量值為.84，巴特利特球度檢驗顯著性為.000，公因子方差變量共同度高，說明模型整體結構效度良好。

為了驗證上述模型及假設，我們將分別驗證下述四個模型。採用Mplus7.4對建構的模型進行分析，得出模型擬合指數及路徑系數。一般認為， $\chi^2/df$ 的取值在1-3之間，CFI、TLI的取值大於.90時說明模型擬合很好；RMSEA和SRMR的取值小於.05時模型擬合非常好，當其取值大於.05小於.08時模型擬合良好，大於.08小於.10，說明該模型尚可。模型一的擬合指數為： $\chi^2 = 621.06$ ， $df = 200$ ， $\chi^2/df = 3.11$ 。RMSEA = .08，90%的置信區間為(.08, .09)，CFI = .85，TLI = .82，SRMR = .12，該模型尚可；模型二的擬合指數為： $\chi^2 = 493.55$ ， $df = 200$ ， $\chi^2/df = 2.47$ 。RMSEA = .07，90%的置信區間為(.06, .08)，CFI = .89，TLI = .87，SRMR = .09，該模型可以接受；模型三的擬合指數為： $\chi^2 = 619.30$ ， $df = 200$ ， $\chi^2/df = 3.07$ 。RMSEA = .08，90%的置信區間為(.08, .09)，CFI = .85，TLI = .83，SRMR = .12，該模型還可接受；模型四的擬合指數為： $\chi^2 = 468.44$ ， $df = 200$ ， $\chi^2/df = 2.34$ 。RMSEA = .07，90%的置信區間為(.06, .08)，CFI = .90，TLI = .88，SRMR = .09，該模型尚可。

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

假設1a認為維繫鄉土關係動機與移動媒體使用呈正相關，假設1b認為新建非鄉土關係動機與移動媒體使用呈正相關。從模型的路徑系數以及路徑系數的顯著性檢驗上來看，模型一： $\beta = .26$ ， $SE = .08$ ， $t = 3.37$ ， $p = .001$ ，模型二： $\beta = .28$ ， $SE = .08$ ， $t = 3.45$ ， $p = .001$ ，模型三： $\beta = .26$ ， $SE = .08$ ， $t = 3.37$ ， $p = .001$ ，模型四： $\beta = .30$ ， $SE = .07$ ， $t = 4.07$ ， $p = .000$ ，假設H1a得到支持；對於假設1b，模型一： $\beta = .58$ ， $SE = .07$ ， $t = 8.71$ ， $p = .000$ ，模型二： $\beta = .58$ ， $SE = .07$ ， $t = 8.76$ ， $p = .000$ ，模型三： $\beta = .54$ ， $SE = .07$ ， $t = 7.60$ ， $p = .000$ ，模型四： $\beta = .54$ ， $SE = .07$ ， $t = 7.73$ ， $p = .000$ ，假設H1b得到支持。因此，維繫鄉土關係動機和新建非鄉土關係動機能夠顯著正向預測移動媒體使用。

假設2有關歸屬感需求與維繫關係動機的正相關關係。從模型的路徑系數以及路徑系數的顯著性檢驗上來看，模型一： $\beta = .59$ ， $SE = .05$ ， $t = 11.70$ ， $p = .000$ ，模型二： $\beta = .59$ ， $SE = .05$ ， $t = 11.70$ ， $p = .000$ ，模型三： $\beta = .60$ ， $SE = .05$ ， $t = 11.92$ ， $p = .000$ ，模型四： $\beta = .60$ ， $SE = .05$ ， $t = 11.91$ ， $p = .000$ ，表明家庭(鄉土)歸屬感需求能顯著正向預測維繫鄉土關係動機，假設H2a得到支持；模型一： $\beta = .57$ ， $SE = .06$ ， $t = 10.25$ ， $p = .000$ ，模型二： $\beta = .57$ ， $SE = .06$ ， $t = 10.26$ ， $p = .000$ ，模型三： $\beta = .60$ ， $SE = .06$ ， $t = 10.73$ ， $p = .000$ ，模型四： $\beta = .60$ ， $SE = .05$ ， $t = 11.91$ ， $p = .000$ ，表明家庭(鄉土)歸屬感需求能顯著正向預測新建非鄉土關係動機，假設H2b得到支持；模型一： $\beta = .14$ ， $SE = .06$ ， $t = 2.22$ ， $p = .03$ ，模型二： $\beta = .14$ ， $SE = .06$ ， $t = 2.26$ ， $p = .02$ ，模型三： $\beta = .13$ ， $SE = .06$ ， $t = 2.21$ ， $p = .03$ ，模型四： $\beta = .14$ ， $SE = .06$ ， $t = 2.22$ ， $p = .03$ ，表明城市歸屬感需求能顯著正向預測新建非鄉土關係動機，假設H2c得到支持。

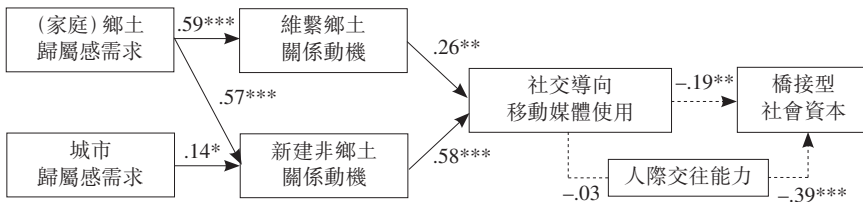
假設3認為移動媒體使用與社會資本呈正相關。模型一，社交導向移動媒體使用不能正向預測橋接型社會資本( $\beta = -.19$ ， $SE = .06$ ， $t = -3.07$ ， $p = .002$ )，模型二，社交導向移動媒體使用能顯著正向預測粘結型社會資本( $\beta = .28$ ， $SE = .06$ ， $t = 4.39$ ， $p = .000$ )；模型三，工作導向移動媒體使用不能預測橋接型社會資本( $\beta = -.01$ ， $SE = .06$ ， $t = -.15$ ， $p = .88$ )；模型四，工作導向移動媒體使用能顯著正向預測粘結

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

型社會資本 ( $\beta = .28$ ,  $SE = .06$ ,  $t = 4.45$ ,  $p = .000$ )，假設H3a和3c不被支持，假設3b和3d被證實。因此，社交導向移動媒體使用能夠顯著正向影響粘結型社會資本，但不能正向影響橋接型社會資本；工作導向移動媒體能顯著正向影響粘結型社會資本，但不能正向影響橋接型社會資本。

假設4認為人際交往能力是移動媒體使用與社會資本培育呈正相關之間的中介變量，模型一中，也能通過人際交往能力預測橋接型社會資本 ( $\beta = -.39$ ,  $SE = .06$ ,  $t = -6.33$ ,  $p = .000$ )，但社交導向媒體使用對人際交往能力的影響不顯著 ( $\beta = -.03$ ,  $SE = .07$ ,  $t = -.46$ ,  $p = .65$ )，而人際交往能力對橋接型社會資本的影響為負向影響；模型二中，也能通過人際交往能力預測粘結型社會資本 ( $\beta = -.19$ ,  $SE = .06$ ,  $t = -3.01$ ,  $p = .003$ )，但社交導向移動媒體使用對人際交往能力的影響不顯著 ( $\beta = -.03$ ,  $SE = .07$ ,  $t = -.46$ ,  $p = .65$ )，而人際交往能力對粘結型社會資本的影響為負向影響；模型三中，也能通過人際交往能力預測橋接型社會資本 ( $\beta = -.39$ ,  $SE = .06$ ,  $t = -6.24$ ,  $p = .000$ )，但工作導向移動媒體使用對人際交往能力的影響不顯著 ( $\beta = -.07$ ,  $SE = .07$ ,  $t = -1.04$ ,  $p = .30$ )，而人際交往能力對橋接型社會資本的影響為負向影響；模型四中，可以通過人際交往能力預測粘結型社會資本 ( $\beta = -.18$ ,  $SE = .06$ ,  $t = -2.88$ ,  $p = .004$ )，但工作導向移動媒體使用對人際交往能力的影響不顯著 ( $\beta = -.06$ ,  $SE = .07$ ,  $t = -.88$ ,  $p = .38$ )，而人際交往能力對粘結型社會資本的影響為負向影響。因此假設H4不被支持，表明人際交往能力不是移動媒體使用和社會資本之間的中介變量。

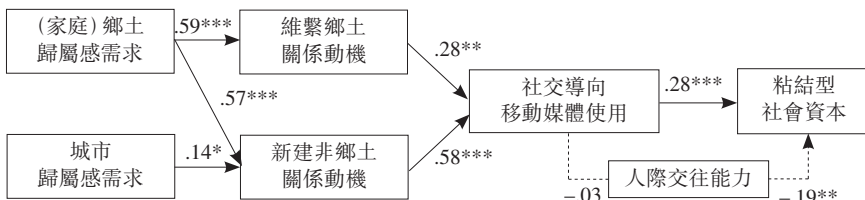
圖二 模型一的標準化路徑係數



註：\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$ ；實線表示被證實假設，虛線代表未被證實假設

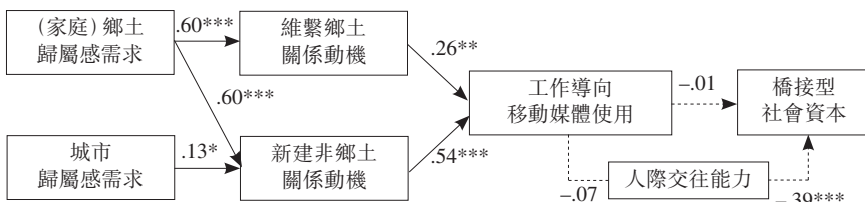
《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

圖三 模型二的標準化路徑係數



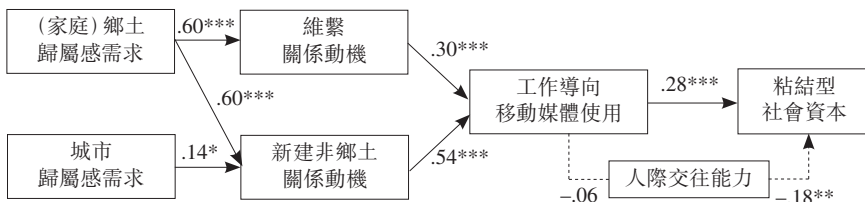
註：\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$ ；實線表示被證實假設，虛線代表未被證實假設

圖四 模型三的標準化路徑係數



註：\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$ ；實線表示被證實假設，虛線代表未被證實假設

圖五 模型四的標準化路徑係數



註：\* $p < .05$ ；\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$ ；實線表示被證實假設，虛線代表未被證實假設

## 討論

### 既遠且近：碎片化時間裡的家庭(鄉土)聯繫

城鄉跨域流動中，外賣騎手的移動媒體使用讓「家」和「家鄉」的概念既遠且近，當時間被隨機派單碎片化分隔，家庭(鄉土)聯繫逐漸成為外賣騎手在碎片化時間裡的調節劑，在強化家庭關係的同時使得

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

外賣騎手維繫了家庭和鄉土聯繫，得以進行信息共享、情感聯絡和資源引薦，時間碎片化是區別於以往的流動人口研究的新變化，而這種新變化也與外賣騎手的高移動工作性質緊密相連。與此同時，外賣騎手「異鄉人」的身份使他們在上海的生活伴有社會經濟地位的懸殊和地域文化的界限，由於中國的個人關係是以關係為基礎的，因此個體的待遇並不平等 (Hsu, 1983)，他們對以往社會關係的情感依賴，以及嵌入其中可被引薦和利用的資源構成維繫家庭歸屬感動機的起源，這直接增強了維繫遠距離鄉土關係的情感需求。以往研究表明，手機的採納讓人們能夠維繫家庭關係，管理遠距離社會網絡 (Cheng, 2013)，與此相一致，本文數據分析表明，維繫鄉土關係動機與移動媒體使用呈正相關，家和家鄉之於外賣騎手，是可以依賴的精神家園和親密關係的歸屬港灣，而移動媒體則充當了維繫鄉土關聯的情感連接器。

在移動媒體尚未盛行的階段，流動人口通過去網吧、小靈通、手機短訊等方式建立起與家庭的遠距離聯繫，隨著信息傳播技術的發展，聯繫不再局限於特定時空的網吧和有限功能的手機短信。移動工作憑借其獨特性、可達性、便利性和本地化等獨特屬性為移動工作者提供了新的支持形式 (Benmoussa, 2003)。外賣騎手群體的工作實踐在系統自動的派單下被分隔成為碎片化的時間，他們自早十點左右「晨會」後開工，隨後就處於隨時「待派單」的狀態，他們的時間使用現狀是：工作高峰時間無間暇顧及社會交往，工作時間長難以與遠方的家人同步，非高峰的閒暇時間只要在騎手 App 中點擊「開工」，便處於隨時「待單」的狀態，但閒暇期間以使用移動媒體進行聯絡、消遣以及與同事閒聊的方式消磨時間居多，正因此，在碎片化的工作時空中與鄉土關係網絡經由移動網絡互相關聯，是外賣騎手在移動工作中工作與家庭界限模糊化的表現，以往研究中這種表現的負面影響往往體現在，移動工作者對日常活動的控制權減弱，自主性減少 (Verburg, Testa, & Johansson, 2006)，同時帶來了更多的時間和精神壓力 (Mann & Holdsworth, 2003)，而在外賣騎手群體的工作和生活實踐中，游離於此種惡性循環之外，他們在進行移動生活的過程中能夠隨時隨地參與家庭生活，搭建起溝通聯絡、信息共享與

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

獲取情感支持的渠道。「親緣、地緣關係漫遊」在線上交流中展現成為舒緩焦慮、履行家庭職責和參與家鄉生活的平行時空，如使用手機與遠在老家的愛人、孩子和老人聯絡，由於聯絡可得的時間並非固定在某個特定的時間段，而是任意時間，長輩老人能夠在需要緊急幫助之時通過遠程聯絡獲取信息和幫助，如醫療信息、問題諮詢及緊急情況的召喚等，家庭成員之間也能通過家庭微信群共享信息，進行實時聯繫和討論，老鄉之間通過更大範圍內的老鄉群、保留在微信中的家鄉信息群等參與家鄉生活，討論政策、便民措施以及城市服務等，能夠使在外務工的外賣騎手以「虛擬在場」的方式參與家庭和鄉土生活，孩子也更傾向於使用接近其使用習慣的社交媒體如微信、QQ等，與父母建立聯繫。信息流通業伴隨著即時聯絡，家庭成員與外界之間交換新鮮信息的渠道，也增加了獲取外界信息的頻率。這種流動工作佈景中的即時聯絡在為外賣騎手提供資本續構和遠距離陪伴家庭成員、參與家鄉生活方面具有重要意義。

在由鄉進城的過程中，社會關係也存在著與空間流動相適應的關係重構，本文資料分析結果認為，新建非鄉土社會關係動機與家庭(鄉土)歸屬感之間也存在顯著正相關，這意味著，資源共享是進城的重要一步，而共享的前提在於資源的可得性。因此，一批先在城市中落腳的外賣騎手成為提供資源共享和情感寄託的重要群體，也即，進滬後「接續」而來的同鄉關係充當了外賣騎手關係重構中的重要紐帶，老鄉引薦為在老家的親朋提供了進城的基本信息、工作機會引薦，直接介入了城鄉空間流動的「再社會化」過程。在城市的外賣騎手經由手機聯繫以及引薦，如入行成功引薦人也能獲取一定報酬，以地緣、血緣關係為基礎，並通過業緣關係相互關聯，在滬打拼的他們有著相似的情感需求和共同的情感體驗，可以相互關照，遇事時能夠想起對方。在具有較強的移動性的騎手工作中，「幫助」不一定發生在固定空間和確定時間中，移動媒體讓相互幫扶和情感支持在流動的城市空間中以「虛擬在場」和「實際參與」的方式並行。在差序格局中，基於血緣和地緣關係的社會關係網絡往往更為牢固，物質和精神雙重的資本回報也交織在一來一往中。因此，在滬外賣騎手的移動社交媒體使用，也增強了嵌入在「接續」同鄉關係中的粘結型社會資本。

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

## 媒介交往：移動工作佈景下的粘結型資本嵌入

外賣騎手的工作和生活緊密相連，工作時長和移動特性帶來移動媒體使用的伴隨性，並演化為移動社交依賴。工作節奏快、流動性強使得外賣騎手和管理者也很少有時間和機會參與和組織社交活動。研究結果發現，在日常工作中，外賣騎手作為移動工作者使用騎手App協調其移動性，工作導向移動媒體使用能增加他們的粘結型社會資本。不同於Blauner (1964)對勞動者異化與自由的分析中所認為的那樣，技術系統和規章制度的制約使得工人在工作場所沒有正常的社會交往，不能獲得或建立滿意的社會關係。在騎手工作中，移動媒體作為必備的工作佈景，將外賣騎手置於信息共享環境中，連接了外賣騎手與平台、商家、同事和客戶，由於跑單有固定區域的限制，他們相互之間建立強連接的幾率更大，無論是騎手App中的「轉單」操作，還是外賣騎手在工作過程中發展的基於強關係連接的「朋友」關係，嵌入在工作場景中的媒體使用能為其帶來一定的資源回報，如置於工作場景中的轉單操作是一種緊急情況下的「幫忙」，更好工作機會的引薦，生活場景中的陪伴等，甚至成為異鄉流動者難得的依靠。這與Perry、Brodie (2006)等學者關於移動工作中的社會交往的考察結論基本一致，這是勞動者在移動的工作實踐中，使用移動媒體協調移動性出現的關於社會交往和社會關係的變化。

而往往在實際情況中，工作導向媒體使用與社交導向媒體使用對關係帶來的影響通常難以完全割裂，兩者互相補充，社交媒體成為陌生的流動者進一步聯繫和交往的渠道，而線上聯繫通常更為穩定，不會因工作流動性(job mobility)而改變，資源也得以相互交換。譬如，同一片區的外賣騎手之間常會組建微信群，除了站點和管理者建群，自行組建的群大多是非正式的，群成員也從幾人到幾百人不等，而群成員往往均為身邊熟知的同事、片區的熟人等，群成員會更活躍，更有歸屬感，但這些非正式的群通常為閒聊所用，其中有「日常問候」、「身邊事」、「工作抱怨」、「轉發分享」。其中「工作抱怨」尤其值得關注，時有發生的客戶不合理投訴、差評等，在嚴格的平台管理制度下，外賣騎手要為此被扣積分或承受處罰，他們會在微信群裡抱怨工

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

作中的苦和累，在遠離管理者的「後台」，相似工作環境中的有著共同經驗且關係較為親近的同事，更可能提供情感上及時、有效的相互支持。有了移動媒體在工作與生活中的交織，工作關係也延伸至生活中，特別是有著親緣和地緣關係的同事，是外賣騎手在城市中能夠獲得的最直接也最有效的支持源。

### 資本難續：流動空間中社會關係結構轉型的阻礙

面對陌生的城市，流動人口的社會融入伴隨著新環境下的重新社會化(田凱, 1995; 朱力, 2002)，跨域流動直接激發了外賣騎手群體的傳播需求，找工作、安置居所、應急事件處理等生存性傳播需求，和衍生而來的歸屬需求等情感支援，組成了每一個外來務工者的情感橫截面，它跨越地域和階層，原有社會關係需要維繫，為適應新的環境，新的社會關係也需要重建以在陌生的都市找尋新的歸屬感，這意味著需要在文化、心理、關係等方面尋找社會融入的路徑，本文證明了城鄉流動過程中城市歸屬感需求經由新建非鄉土關係對移動媒體使用的正向影響，地域和文化層面的城市歸屬感促使外賣騎手使用移動媒體建立工作聯繫，進行社會交往，加快文化交融，智慧城市建設也強化了城市工作和生活中對移動媒體使用的依賴性。以往相關研究中指出工作空間的持續移動帶入了各種社會關係(Andriessen & Vartiainen, 2006, p. 19)，但本文數據分析的結果認為，社交導向移動媒體使用和工作導向移動媒體使用與橋接型社會資本呈正相關的假設均不被支持，這意味著移動媒體在促進社會流動方面存在局限性。

外賣騎手的社會關係結構的改變微乎其微，與建築業、製造業等固定工作時空的傳統行業相比，外賣騎手是流動工作佈景下的高移動工作者，有更多與其他社會群體接觸的機會，但無法在其中獲取更多的資源。不定點的流動工作性質和較長的工作時間使其主要通過社交媒體(如微信、微博等)進行社會交往，其中的朋友包括家人、之前就認識的朋友和熟人、在這個城市的老鄉、同行、送外賣過程中認識的同是在上海打拼的朋友、新認識的上海本地人和從未謀面的線上朋友。一方面，外賣騎手原有的社會關係仍佔據了他們社會關係網絡的



### 流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

大部分位置，在接單、送單和轉單的過程中，工作導向移動媒體使用為其與公司、客戶和同事建立聯繫提供了較大的「相遇」空間，在送單過程中，外賣騎手能夠接觸到從社會精英到普通百姓等社會各階層的人，因此有突破關係邊界的可能性，但這些資訊在訂單送達之後這些資訊會自動消失，與客戶聯繫時最多的是直接撥打手機號或者發送短信，除非有特殊情況，一般不通過移動媒體與客戶進一步交往，因此這一點與其他城鄉流動人口並沒有很大差異，外賣騎手認識的上海本地人很少；另一方面，在面對面互動中建立，經由移動社交媒體維繫的「新朋友」，如接單時經常見面的商家服務員，一起工作的同事，在商圈附近等單的過程中閒聊，聊得來的首先成為微信朋友，通過微信進一步熟知，進行一對一的互動和微信群的一對多互動，在朋友圈中進一步通過評論、點讚等互動機制增加聯繫，可能會在刷好友動態時、群組聊天中獲取一些意想不到的資源回報，雖然處於相似社會階層和經濟地位的人更容易建立信任關係，但由於接觸深度不夠、情感關聯根基不牢固，以及在「趕時間」帶來的時間壓力下，難以真正帶來切實地提供工作引薦和情感支持等資源回報，即使有著線上連接，然而遇事一般不會想起對方，規模較大、人員較龐雜的微信群等聯繫也形同虛設。一般熟人增加了，但能夠在實際生活中起作用的親友較少（雷開春，2011），因此社會交往的程度也不夠深入。

同時，社會歧視仍或多或少地存在，工作中有在送外賣過程中遇到的歧視，生活上也仍存在居住區本地人表現出態度上的差異對待，這些都對外賣騎手進一步的社會融入程度、社會交往和文化認同形成阻礙。儘管上海的繁華與進步與外來務工人員密不可分，但這裡卻仍然無法成為大多數外賣騎手的心靈居所。移動媒體編織了外賣騎手社會關係網絡的過程和機制，提供了信息和情感上的社會支援，在微觀上緩解了外賣騎手群體在融入上海時遇到的宏觀問題，但是要從根本上解決問題，還是要回到政策導向，城市治理等宏觀層面。

本研究還存在一些不足。一是由於時間、精力和樣本獲取難度的限制，本文調查樣本只限於平台型外賣騎手，未涉及眾包型外賣騎手，但處於眾包模式下的眾包型外賣騎手是兼職人員，沒有嚴苛的時間限制和基本工資要求的跑單基數，獎懲實行的是等級制，可能移動

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

媒體使用對其社會資本的影響會有所不同；二是雖對外賣騎手移動媒體的使用方式進行了區分，但對於自主使用方式的挖掘欠缺，實際觀察中還發現，大部分男性外賣騎手會在閒暇時間玩手遊消遣時間、排解壓力，但本文對遊戲等移動應用中的社交可能導致的社會資本的增加沒有進行考量；此外，人際交往能力被證明不是移動媒體使用和社會資本之間的中介變量，真正起作用的中介因素在後續研究中還有待探尋。

## 參考文獻

### 中文部分 (Chinese Section)

- 陳韻博 (2010)。〈新一代農民工使用QQ建立的社會網絡分析〉。國際新聞界，第8期，頁80-85。
- Chen Yunbo (2010). Xinyidai nongmingong shiyong QQ jianli de shehui wangluo fenxi. *Guoji xinwenjie*, 8, 80-85.
- 丁未、田阡 (2009)。〈流動的家園：新媒介技術與農民工社會關係個案研究〉。《新聞與傳播研究》，第1期，頁61-70。
- Ding Wei & Tian Qian (2009). Liudong de jiayuan: Xinmeijie jishu yu nongmingong shehui guanxi ge'an yanjiu. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 1, 61-70.
- 龔虹波 (2013)。〈論「關係」網絡中的社會資本——一個中西方社會網絡比較分析的視角〉。《浙江社會科學》，第12期，頁99-105。
- Gong Hongbo (2013). Lun "guanxi" wangluo zhong de shehui ziben——yige zhongxifang shehui wangluo bijiao fenxi de shijiao. *Zhejiang shehui kexue*, 12, 99-105.
- 卡斯特 (2001)。《網絡社會的崛起》(夏鑄九譯)。北京：社會科學文獻出版社。(原書Castells, M. [1996]. *The rise of the network society*. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.)
- Kasite (2001). Wangluo shehui de jueqi (Xia Zhujiu, Trans.) Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe. (Original book: Castells, M. [1996]. *The rise of the network society*. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.)
- 雷開春 (2011)。〈城市新移民社會資本的理性轉換〉。《社會》，第31卷第1期，頁74-93。
- Lei Kaichun (2011). Chengshi xinyimin shehui ziben de lixing zhuanhuan. *Shehui*, 31(1), 74-93.

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

- 雷蔚真 (2010)。〈信息傳播技術採納在北京外來農民工城市融合過程中的作用探析〉。《新聞與傳播研究》，第2期，頁88–98。
- Lei Weizhen (2010). *Xinxi chuanbo jishu caina zai Beijing wailai nongmingong chengshi ronghe guochengzhong de zuoyong tanxi*. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 2, 88–98.
- 李培林 (1996)。〈流動民工的社會網絡和社會地位〉。《社會學研究》，第4期，頁42–52。
- Li Peilin (1996). *Liudong mingong de shehui wangluo he shehui diwei*. *Shehuixue yanjiu*, 4, 42–52.
- 林南 (2005)。《社會資本：關於社會結構與行動的理論》(張磊譯)。上海：上海人民出版社。
- Lin Nan (2005). *Shehui ziben: Guanyu shehui jiegou yu xingdong de lilun* (Zhang Lei, Trans.) Shanghai: Shanghai renmin chubanshe.
- 林彭 (2004)。《農民工社會關係網絡的拓展與重建——以上海市郊區商業服務業從業農民工的個案為例》。上海大學社會學院碩士論文。
- Lin Peng (2004). *Nongmingong shehui guanxi wangluo de tuozhan yu chongjian—yi Shanghai shi jiaoqu shangye fuwuyue congye nongmingong de ge'an weili*. Shanghai daxue shehui xueyuan shuoshi lunwen.
- 馬德峰、李風嘯 (2010)。〈近十年來我國城市新移民問題研究述評〉，《學術界》，第11期，頁220–226。
- Ma Defeng & Li Fengxiao. *Jinshinianlai woguo chengshi xinyimin wenti yanjiu shuping*. *Xueshujie*, 11, 220–226.
- 馬建青、王東莉、沈曉紅 (編) (2003)。《大學生心理衛生》(第2版)。杭州：浙江大學出版社。
- Ma Jianqing, Wang Dongli, & Shen Xiaohong (2003). *Daxuesheng xinli weisheng* (2nd ed.) Hangzhou: Zhejiang daxue chubanshe.
- 彭慶恩 (1996)。〈關係資本和地位獲得〉。《社會學研究》，第4期，頁53–63。
- Peng Qing'en (1996). *Guanxi ziben he diwei huode*. *Shehuixue yanjiu*, 4, 53–63.
- 齊心 (2007)。〈延續與建構：新生代農民工的社會網絡〉。《江蘇行政學院學報》，第3期，頁74–79。
- Qi Xin (2007). *Yanxu yu jiangou: Xinshengdai nongmingong de shehui wangluo*. *Jiangsu xingzheng xueyuan xuebao*, 3, 74–79.
- 任遠、鄔民樂 (2006)。〈城市流動人口的社會融合：文獻述評〉。《人口研究》，第3期，頁87–94。
- Ren Yuan & Wu Minyue (2006). *Chengshi liudong renkou de shehui ronghe: Wenxian shuping*. *Renkou yanjiu*, 3, 87–94.

《傳播與社會學刊》，(總)第47期(2019)

- 孫瑋(2013)。<〈傳播：編織關係網絡——基於城市研究的分析〉。《新聞大學》，第3期，頁1-12。
- Sun Wei (2013). Chuanbo: Bianzhi guanxi wangluo——Jiyu chengshi yanjiu de fenxi. *Xinwen daxue*, 3, 1-12.
- 孫永麗(2007)。《外來務工人員子女融入城市的心理學研究》。華東師範大學心理與認知科學學院碩士論文。
- Sun Yongli (2007). *Wailai wugong renyuán zinv rongru chengshi de xinlixue yanjiu*. Huadong shifan daxue xinli yu renzhi kexue xueyuan shuoshi lunwen.
- 田凱(1995)。<〈關於農民工的城市適應性的調查分析與思考〉。《社會科學研究》，第5期，頁90-95。
- Tian Kai (1995). Guanyu nongmingong de chengshi shiyingxing de diaocha fenxi yu sikao. *Shehui kexue yanjiu*, 5, 90-95.
- 王春光(2006)。<〈農村流動人口的「半城市化」問題研究〉。《社會學研究》，第7期，頁107-122。
- Wang Chunguang (2006). Nongcun liudong renkou de “banchengshihua” wenti yanjiu. *Shehuixue yanjiu*, 7, 107-122.
- 文藝(2015)。<《微信使用行為對社會資本的影響：社會聯結感的中介作用》。浙江大學心理與行為科學系碩士論文。
- Wen Yi (2015). *Weixin shiyong xingwei dui shehui ziben de yingxiang: Shehui lianjiegan de zhongjie zuoyong*. Zhejiang daxue xinli yu xingwei kexuexi shuoshi lunwen.
- 項飈(2000)。<《跨越邊界的社區：北京「浙江村」的生活史》。北京：生活 讀書 新知三聯書店。
- Xiang Biao (2000). *Kuayue bianjie de shequ: Beijing “zhejiangcun” de shenghuoshi*. Beijing: Shenghuo, Dushu, Xinzhi sanlian shudian.
- 趙樹凱(1998)。<《縱橫城鄉——農民流動的觀察與研究》。北京：中國農業出版社。
- Zhao Shukai (1998). *Zongheng chengxiang——nongmin liudong de guancha yu yanjiu*. Beijing: Zhongguo nongye chubanshe.
- 趙延東、王奮宇(2002)。<〈城鄉流動人口的經濟地位獲得及決定因素〉。《中國人口科學》，第4期，頁8-15。
- Zhao Yandong & Wang Fenyu (2002). Chengxiang liudong renkou de jingji diwei huode ji jue ding yinsu. *Zhongguo renkou kexue*, 4, 8-15.
- 周葆華、呂舒寧(2011)。<〈上海市新生代農民工新媒體使用與評價的實證研究〉。《新聞大學》，第2期，頁145-150。

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

- Zhou Baohua & Lu Shuning (2011). Shanghai shi xinshengdai nongmingong xinmeiti shiyong yu pingjia de shizheng yanjiu. *Xinwen daxue*, 2, 145–150.
- 朱力 (2002)。〈論農民工階層的城市適應〉。《江海學刊》，第6期，頁82–88。
- Zhu Li (2002). Lun nongmingong jiecheng de chengshi shiyong. *Jianghai xuekan*, 6, 82–88.
- 張繼焦 (2004)。〈差序格局：從「鄉村版」到「城市版」——以遷移者的城市就業為例〉。《民族研究》，第6期，頁50–59。
- Zhang Jijiao (2004). Chaxu geju: Cong “xiangcunban” dao “chengshiban” —— yi qianyizhe de chengshi jiuye weili. *Minzu yanjiu*, 6, 50–59.

**英文部分 (English Section)**

- Andriessen, J. H. E., & Vartiainen, M. (Eds). (2006). *Mobile virtual work*. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.
- Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573–590.
- BenMoussa, C. (2003). Workers on the move: New opportunities through mobile commerce. Stockholm mobility roundtable, 22–23.
- Blauner, R. (1964). *Alienation and freedom: The factory worker and his industry*. Oxford, England: University of Chicago Press.
- Brown, B., & O'Hara, K. (2003). Place as a practical concern of mobile workers. *Environment and planning A*, 35(9), 1565–1587.
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011, May). *Social capital on Facebook: Differentiating uses and users*. Paper presented at 2011 annual conference on human factors in computing systems, Vancouver.
- Chen, Y. N. K. (2016). The effects of social media and mobile apps use on political participation in Taiwan. In R. Wei (Ed.), *Mobile media, political participation, and civic activism in Asia* (pp. 177–191). Dordrecht: Springer.
- Cheng, C. T. (2013). The flow of information as empowerment and the changing social networking landscape in rural china. *Journal of Library Science in China*, 62(1), 81–94.
- Chu, W. C., & Yang, S. (2006). Mobile phones and new migrant workers in a south China village: An initial analysis of the interplay between the “social” and the “technological”. In P. L. Law, L. Fortunati, & S. Yang, (Eds.), *New technologies in global societies* (pp. 221–244). Singapore: World Scientific.
- Chukwuezi, B. (2001). Through thick and thin: Igbo rural-urban circularity, identity and investment. *Journal of Contemporary African Studies*, 19(1), 55–66.

- Corso M., Martini A., & Pellegrini L. (2006) Knowledge sharing in mobile work. In J. H. E. Andriessen & M. Vartiainen (Eds.), *Mobile virtual work* (pp. 291–318). Berlin/Heidelberg: Springer.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120.
- Cuban, S. (2017). The ICT-Based networks of highly skilled immigrant women: “I had bigger ambitions”. In S. Cuban (Ed.), *Transnational Family Communication* (pp. 147–178). New York: Palgrave Macmillan.
- Elliott, A., & Urry, J. (2010). *Mobile lives*. London: Routledge.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360–1380.
- Hampton, K. N., Sessions, L. F., & Her, E. J. (2011). Core networks, social isolation, and new media: How Internet and mobile phone use is related to network size and diversity. *Information, Communication & Society*, 14(1), 130–155.
- Hanson, S. (1998). Off the road? Reflections on transportation geography in the information age. *Journal of Transport Geography*, 6(4), 241–249.
- Heckert, T. M., Cuneio, G., Hannah, A. P., Adams, P. J., Droste, H. E., Mueller, M. A., et al. (1999). Creation of a new needs assessment questionnaire. *Journal of Social Behavior & Personality*, 15, 121–136.
- Hsu, F. L. K. (1983). *Rugged individualism reconsidered: Essays in psychological anthropology*. Knoxville: University of Tennessee Press.
- Katz, J.E., R.E. Rice & P. Aspden. 2001 The Internet, 1995–2000: Access, civic involvement, and social interaction. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 405–419.
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365–372.
- Klamer, L., Haddon, L., & Ling, R. (2000). The qualitative analysis of ICTs and mobility, time stress and social networking. *Revista De Estudios Extremeños*, 52, 223–244.
- Kontos, E. Z., Emmons, K. M., Puleo, E., & Viswanath, K. (2010). Communication inequalities and public health implications of adult social networking site use in the United States. *Journal of Health Communication*, 15(sup3), 216–235.
- Korunka, C., & Hoonakker, P. (2014). The future of ICT and quality of working life: challenges, benefits, and risks. In C. Korunka & P. Hoonakker (Eds.), *The impact of ICT on quality of working life* (pp. 205–219). Netherlands: Springer.

流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本

- Kwon, M. W., D'Angelo, J., & Mcleod, D. M. (2013). Facebook use and social capital: To bond, to bridge, or to escape. *Bulletin of Science Technology & Society*, 33(1–2), 35–43.
- Lang, X., Oreglia, E., & Thomas, S. (2010, September). Social practices and mobile phone use of young migrant workers. *Paper presented at the 12th international conference on Human computer interaction with mobile devices and services*, Lisbon, Portugal.
- Law, P. L., & Peng, Y. (2006). The use of mobile phones among migrant workers in southern China. In P. L. Law, L. Fortunati, & S. Yang (Eds.), *New technologies in global societies* (pp. 245–258). Singapore: World Scientific.
- Law, P. L., & Chu, W. C. R. (2008). ICTs and migrant workers in contemporary China. *Knowledge, Technology & Policy*, 21(2), 43–45.
- Laubacher, R., & Malone, T. W. (2003). Retreat of the firm or the rise of guilds: the employment relationship in an age of virtual business. In T. W. Malone, R. Laubacher, & M. S. Scottmorton (Eds.), *Inventing the organizations of the 21st century* (pp. 353–374). Boston: MIT Press.
- Lilischkis, S. (2003). *More yo-yos, pendulums and nomads: trends of mobile and multi-location work in the information society*. STAR (Socio-economic trends assessment for the digital revolution) Issue report no 36. Retrieved from [www.databank.it/star](http://www.databank.it/star).
- Mann, S., & Holdsworth, L. (2003). The psychological impact of teleworking: Stress, emotions and health. *New Technology, Work and Employment*, 18(3), 196–211.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Van Reinhold.
- Mberu, B., Bégué, D., & Ezech, A. C. (2017). Internal migration, urbanization and slums in sub-saharan Africa. In H. Groth & J. F. May (Eds.), *Africa's population: In search of a demographic dividend* (pp. 315–332). Cham: Springer.
- Mollona, M. (2007). Review of the book *Made in China: Women factory workers in a global workplace*, by Pun Ngai. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13(4), 1025–1026.
- Park, N., Jin, B., & Jin, S. A. A. (2011). Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1974–1983.
- Paxton, P. (1999). Is social capital declining in the united states? A multiple indicator assessment. *American Journal of Sociology*, 105(1), 88–127.
- Perry, M., & Brodie, J. (2006). Virtually connected, practically mobile. In J. H. E. Andriessen & M. Vartiainen (Eds.), *Mobile virtual work* (pp. 95–127). Berlin/Heidelberg: Springer.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1–24.
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Qiu, J. L. (2007). The accidental accomplishment of Little Smart: Understanding the emergence of a working-class ICT. *New Media & Society*, 9(6), 903–923.

《傳播與社會學刊》·(總)第47期(2019)

- Rakow, L. F., & Navarro, V. (1993). Remote mothering and the parallel shift: Women meet the cellular telephone. *Critical Studies in Media Communication*, 10(2), 144–157.
- Roldan, G. Z. (2009). Mobile phones and migrant workers in Malaysia. *Mobile*, 2, 21–25.
- Salanova, M., Llorens, S., & Ventura, M. (2014). Technostress: The dark side of technologies. In C. Korunka & P. Hoonakker (Eds.), *The impact of ICT on quality of working life* (pp. 87–103). Netherlands: Springer.
- Segrin, C., & Givertz, M. (2003). Methods of social skills training and development. In J. O. Greene & B. R. Burleson (Eds.), *Handbook of communication and social interaction skills* (pp. 135–176). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Todaro, M. P. (1969). A model of labor migration and urban unemployment in less developed countries. *The American Economic Review*, 59(1), 138–148.
- Urry, J. (2002). Mobility and proximity. *Sociology*, 36 (2), 255–74.
- Urry, J. (2012). Social networks, mobile lives and social inequalities. *Journal of Transport Geography*, 21, 24–30.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901.
- Verburg, R. M., Testa, S., Hyrkkänen, U., & Johansson, N. (2006). Case descriptions of mobile virtual work in practice. In J. H. E. Andriessen & M. Vartiainen (Eds.), *Mobile virtual work* (pp. 267–288). Berlin/Heidelberg: Springer.
- Wellman, B. 2001 Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2): 227–252.
- Williams, D. (2006). On and off the net: scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593–628.
- Yang, K. (2008). A preliminary study on the use of mobile phones amongst migrant workers in Beijing. *Knowledge, Technology & Policy*, 21(2), 65–72.

## 本文引用格式

張玉璞 (2019)。〈流動中的社會關係：上海外賣騎手移動媒體使用與社會資本〉。《傳播與社會學刊》，第47期，頁167–198。