

HP / August 03, 2009 01:21PM

[透過「第二人生 Second Life」一探潮流傳播](#)

文章來源：<http://www.physorg.com/news165772154.html>

朋友之間穿著同款式的鞋或看相同的電影，是因為他們一開始交朋友時即品味相投？或是由於在建立友誼之後，受彼此相互的影響而產生類似的行為習慣？社會科學家尚不確定其真實性。因為真實世界中並不分析研究人們如何取得新的物品或其偏好傾向，他們為了解社會影響 (social influence)

在潮流傳播中所扮演的角色，於是利用虛擬世界第二人生 (Second Life, SL) 來一窺究竟。

SL 簡單的說，就是當你註冊以後，獲得一個網路虛擬身份，在當中交友、組團隊。但它更複雜的機制，則是完全創造另一個世界，你可以擁有商業活動、經濟體制 (Linden Dollar, 林登幣)，它提供程式化以建造房子、交換虛擬衣服汽車，也可以辦教育、買賣房地產...甚至設立媒體等等，只要在現實社會做得到的事，在SL更是可以無拘無束幻化更強的內容。SL 是由林登實驗室 (Linden Lab) 開發，在2003年7月推出的 3D 互動平台，在2008年更因為讓網友能夠自行建立網站世界而得到第59屆科技艾美獎，而發明這個的林登公司更宣稱他們正面成長的獲利。根據官方說法 SL 目前已有全球超過百萬個註冊用戶。

美國密西根大學(UM)研究人員利用了這一獨特的科技網路資訊，以探究「姿態」(gestures)

是如何在這個網路社區中運作的。「姿態」是第二人生虛擬人物 (avatars)

必須事先獲得的，以便能作如跳舞、揮手或吟唱等動作的小程式 (code snippets)。

在研究人員所研究的「姿態」中，大約有一半是在虛擬世界的朋友之間傳開來的。該研究的作者、UM 資訊學院電氣工程和計算機科學系Lada Adamic 助理教授表示，大多數人在商店購買姿態，但最終有50%的姿態轉讓交易是在那些彼此稱為「朋友」中間完成的。此種社會網路在傳遞這些資產方面扮演著重要角色。

發表該研究的 Eytan Adamic 表示，真實和虛擬世界之間常難清楚化一界線，二者之間應是有一些關聯性，但並不意謂後者是完全如同前者。因為資產或意念的流通資訊在真實世界中取得不易，而該研究是在虛擬世界中將社會影響首次模型化的研究之一。在SL，姿態的前一主人是眾所周知的。研究人員還發現，利用朋友關係傳播開來的姿態交易量，比不上利用社會網路以外的管道（在商店交易或作為贈品）的多。

他們發現，前5%至10%購買該新資產的早期姿態買家，不是那些有意將之廣傳的所謂的影響人物 (influencers)，這與社會科學家在真實世界所發現到的完全一致。Bakshy 表示，他們企圖發展一套更嚴謹理解各個文化和經濟現象背後社會進程的模式。雖然他們的一些調查結果似乎很直觀，但令人最興奮的是，他們能夠藉此檢測社會網路在影響力上所扮演角色的一些頗具爭議和競爭性的假說。

研究人員於2008年底和2009年初研究為期130天的姿態轉讓價值。他們研究了100,229用戶和106,499的姿態，當中的個人身份識別資訊已被移除，研究數據是由第二生命的製造商 Linden 實驗室所提供。