

网络访谈在调查研究中的应用

□ 邹宇春

[摘要] 对相关文献作简单梳理,总结网络访谈的特点和方法论意义、与传统访谈的优劣比较、操作程序,并简单分析在实际调查研究中的运用。认为随着互联网和即时通信工具的广泛运用,网络访谈作为一种新的数据信息收集方式越来越受到学术研究者的重视。

[关键词] 网络访谈;操作化程序;社会调查

[中图分类号] C91-03 [文献标识码] A [文章编号] 1673-8179(2013)01-0116-06

On the Application of Online Interviews in Investigations and Researches

ZOU Yu-chun

(Chinese University of Hong Kong, Hong Kong, China)

Abstract: This paper tentatively reviews related literature, summarizes the characteristics and underlying methodological principle of online interview, and figures out the pros and cons by comparing it with traditional interview methods. This paper also outlines the operation procedures of this method and analyzes its application in reality. It is concluded that with the development of Internet and Instant Message Tools, online interview as a new method to collect information is attracting more and more academic attention.

Key Words: online interview; operation procedures; social survey

从 20 世纪 90 年代开始,互联网和超文本传输协议(hypertext transfer protocol, HTTP)等高科技的迅速发展极大改变了许多人的生活方式。在互联网的多项基础应用功能中,即时通信(Instant Message, IM)已成为互联网基础应用的主要功能之一。据统计,2009 年全球网络使用者(即网民)已超过 15 亿人(数据来源:<http://www.chinalabs.com/html/wangminxingwei/2009/0506/28830.html>)。也就是说,除了现实生活中的交谈,全世界约有四分之一的人口可通过互联网的即时通信功能进行联系与交谈。这种网络互动方式为社会科学的调查研究提供了一种新的数据采集方式,即网络访谈。它虽保留有传统访谈的部分特点,但又有新的特征;既克服了传统访谈的一些不足,又带来新的技术问题。由于是新方法,国外有关推广和改进此方法的文章始见于 20 世纪末,国内则较少见(辛朋涛、段兆兵,2007)。为更好地了解此方法,本文尝试对相关文献作简单梳理,总结网络访谈的特

点和方法论意义、与传统访谈的优劣比较、操作程序,并简单讨论在实际调查研究中的运用。

一、网络访谈的特点

面对不同的研究问题,研究者应采用不同的研究方法。要想知道何时运用何种研究方法,重要前提是必须要有充分的理论分析作基础,必须有明确的理论框架做指导,要充分理解其背后的方法论意义(风笑天,1997;方长春,2006),而这些离不开对相关方法的特点及优劣势的了解。

作为一种有目的性的谈话,访谈可帮助研究者收集到与研究话题相关的特定信息和数据。就访谈结构而言,可分为结构性访谈,非结构性访谈,和半结构性访谈。结构性访谈属于社会调查研究方法的一种,是一种量化的研究方法,多用于实证研究中(风笑天,2000)。研究者在访谈前已作了先验性的准备,访谈中通过口头询问的方式,可系统、直接地从一个取自总体的样本那里收集量化资料,最后通

过对这些资料的统计分析来验证社会现象及其规律。非结构性访谈是质的研究中一种非常普遍和有效的资料收集方式(Fontana and Frey, 2003:63), 常见于人文主义研究中。质的研究者(qualitative researchers)通常以探求社会现象背后的深层次意义为研究导向, 尤着重于发掘研究对象的立场和观点。为探究各种情境下的社会现象, 研究者采用多种资料收集方法, 使用归纳法分析资料, 通过与研究对象面对面互动, 建构其行为和意义, 以获得世界性理解(陈向明, 2001:12; Mason, 2002:225-41)。非结构性访谈并没有事先准备好的问题, 研究者是在进入实地后根据观察到的情况向被访谈对象提出疑问或信息征询, 类似于“漫谈”。而半结构性访谈, 在访谈形式上介于两者之间。研究者事先对研究问题做了研究, 对研究现象的规律只有粗浅且不明确的认识, 研究者会在访谈前准备好粗略的访谈提纲, 但并不能预期被访谈对象会有怎样的答案。可以说, 通过此方法, 研究者在与被访谈对象的谈话中试图获得信息以部分地验证研究问题并对之产生进一步的认识。从方法论上看, 半结构式访谈虽介于两种方法的中间, 但仍属于人文主义研究。原因之一是被访谈对象的选择属于非随机抽样, 收集质性资料, 研究结果无法验证先验的规律, 也难以推论总体。

网络访谈, 又称在线访谈(online interview), 或电子访谈(electronic interview), 多采用半结构式访谈的形式。在日常网络生活中, 网络使用者通过网络即时通信工具(Internet Instant Message Tool - IIMT)可实现以文本为基础的双方或多方对话。通过网络即时通信工具, 研究者可采取三种方式从被调查对象处获取数据和信息:

(1) 即时文本访谈。研究者与被访谈对象在即时通信工具的聊天窗口中以文本的方式进行互动交流。访谈双方一问一答的内容都以文本的形式被聊天工具自动记录下来。

(2) 语音视频访谈。这种方式是以聊天窗口为基础, 辅以可视工具(即摄像头)和语音工具(即听筒和麦克风), 实现访谈者(即研究者)与被访谈者之间的对话交流。这种语音可视访谈在语音对话和/或相互可视的同时可辅以文本交流, 尤其在表达不清晰时可键入文字以强调说明。

(3) 非即时文本调查。这种类似于用电子邮件进行资料收集, 可由研究者在即时通信工具的聊天窗口给被调查者留下需要了解的问题, 此留言会在被调查对象进入网络聊天工具时自动弹出。被调查对象可选择在方便的时间和地点同样以留言的形式答复问题。

网络访谈主要指前两种, 作为一种新的访谈方

式, 其技术特征表现为:

(1) 网络中的即时通信工具是实现网络访谈所必不可少的元素。传统访谈无需网络媒介, 研究者和被访谈对象直接对话就可以实现。

(2) 网络访谈需要访谈双方都具有一定的网络使用知识, 了解一些常用的网络用语和网络符号。对于网络访谈, 研究者除了需要根据研究目的做一些访谈前的准备外, 他/她和被访谈对象都需掌握聊天工具的使用(Birnbaum, 2004)。使用文本访谈时需知道如何输入文字以表达自己思想, 以及访谈中如何用符号表达自己的感觉和心情, 比如: 微笑可用冒号和右半边括号表示, 即 :) (Ronan, 2003)。若使用语音视频访谈, 双方均需知晓如何使用语音系统和视频系统, 配备相应的辅助工具(摄像头、耳机、麦克风或音箱等), 并掌握一定的网络即时通话技巧。

(3) 网络访谈不要求双方在同一地点。传统研究中的访谈要求访谈双方必须在相同的空间和时间, 而即时通信工具使得网络访谈在虚拟的网络空间得以实现, 不受物理空间和时间的限制。访谈双方的空间距离可远可近; 同时, 访谈的即时性也是相对而言, 访谈一方所在地的时间可能是白天, 而另一方所在地的时间可能是晚上。此外, 访谈双方可以在自己方便的场地进行访谈(Mcstay, 2010), 比如在家里或办公室。

(4) 如果采用即时文本访谈, 即时通信工具可自动存储访谈的内容以备分析之用, 不会遗漏任何细节。现象学研究要求研究者必须在与研究对象的互动过程中获得对研究现象的经验性理解。在与研究对象的交谈中, 记录下他们的谈话, 对他们谈话中的用词进行分析综合以发现相关经历的普遍性结构。这些结构可方便研究者理解研究对象的行为和思想, 也是随后理论生成的基础。在某种程度上, 访谈技术在社会研究中的使用实际暗含了现象学的意旨。网络访谈的文本自动记录功能可即时存储访谈全部内容, 真实呈现整个对话过程, 有助于研究者对被访谈对象的遣词、用句、语义等进行细致的研究。

二、网络访谈与传统访谈的比较

虽然拥有传统访谈所不具备的诸多特点, 但网络访谈这些新特点可能是它的技术优势, 也可能是不足。研究者们认为, 两者在数据信息的收集上各有技术上的优劣势。

传统研究中的访谈主要有以下几方面不足(Leonard, 2003:166-171):

(1) 传统访谈要求访谈双方出现在相同的时间

和地点,因此访谈过程会花费较多的人力、物力、财力。一般来说,研究者要去到被访谈对象的所在地,涉及乘车时间和费用,食宿、租借访谈地点等消耗。

(2)为呈现访谈内容,研究者较多倾向于录音或笔录的形式记录访谈内容。但实地访谈中,为跟上谈话速度,笔录往往非常匆忙且遗漏很多重要信息,而现场录音会引起被访谈者的戒备心理,被访谈者由于害怕给调查者留下证据,涉及一些敏感话题时会有所保留或言不由衷(辛朋涛,段兆兵,2007)。

(3)访谈内容的誊抄是一项费时且要求严格的工作。录音质量、访谈双方口音、语速,等等任一细节都会影响访谈内容的整理和分析。

(4)面对面访谈中,访谈双方因彼此直接接触,易受对方年龄、衣着、性别、体貌特征、动作行为、表情等影响。这种影响会导致研究者和被访谈对象之间产生谈话的权力格局,即当被访谈者感觉自身优越于研究者时,很容易拔高访谈内容或不重视访谈;反之,被访谈对象觉得有压力,容易局促,易受研究者的话语影响。

(5)虽然社会科学研究一直要求研究者在研究中要“价值中立”,但带着问题进入访谈情景的研究者极易在交谈中不自觉地表露一些表情或动作,致使被访谈者可能选择隐瞒真实的想法而提供自认为研究者所希望的答案。

这些劣势恰是网络访谈的优势。网络访谈无需双方同时同地,大大节省时间和费用,方便访谈双方;文本访谈可自动存储访谈内容;语音访谈时,被访谈对象虽知研究者有录音,但因看不见而压力减弱;文本访谈不受双方外在特征的影响;语音视频访谈的可视范围有限,研究者的表情和外在特征对被访谈对象的影响要远小于传统访谈(Riva, 2002)。研究显示,相比传统访谈,网络访谈的可匿名性使得被访谈对象更愿意表达自己的观点(Hanner et al., 2005; Catterall and Maclaran 2002),且表达方式更直接(Tse, 1999)。网络访谈可尽量避免社会需求偏见和访谈双方的偏见(Duffy et al., 2005)。

此外,网络访谈还有其特别的优势。由于全球通用的即时通信工具在指数倍地扩大研究者可触及到的人群数量(Gruber et al., 2008),研究者能够找到一些在日常现实生活中很难找到或不愿意接受面对面访谈的研究对象,比如,同性恋者,双性恋,变性人,问题少年等(Willis, 2009; Gilliam, 2002);或者实现一些敏感话题的研究,比如研究腐败问题(Chen and Ma, 2009);或具有某种网络行为的人群(Mcstay, 2010; 张秀丽, 2009)。文本式网络访谈允许被访谈对象仔细检查自己回答内容之后再发送给研究者,这比传统访谈收集到的信息要更易于理解

和分析(Folkman, 2001)。还有一个重要优点是,网络访谈可以有效地追踪被访谈对象。一般来说,被访谈对象的即时聊天工具中的联系号码/地址并不会因为访谈的结束而停止使用,研究者在研究访谈内容时若对其中细节存有疑问可很方便地找到被访谈对象予以询问。并且,对于一些可能会随时间变化的研究话题,在被访谈对象许可的前提下,研究者可通过聊天工具追踪被访谈对象的变化情况。

表1 传统调查中的访谈与网络访谈的优劣势比较

	传统访谈	网络访谈
优	不用即时通信工具的被访谈对象必须由此方法获取	无需访谈双方同时同地
	无需日常访谈以外的谈话技术 访谈中途退场的情况较少	花费较少时间,人力,物力 可自动存储访谈记录
	被访谈对象提供的信息可部分地 由研究者掌握的现实情况验证	外在特征的影响力减弱 研究者情绪的影响力减弱 可接触的样本量几何方增加 有利于找到特殊研究对象 有利于解决敏感的研究问题 被访谈对象更愿意表达自己 被访谈对象可检查自己的回答 易追踪被访谈对象
劣	访谈双方需同时同地 花费较多时间,人力,物力 录音或笔录影响访谈效果 需较长时间整理访谈记录	必须以即时通信工具为媒介 需要掌握网络谈话技术 中途退场的情况易发生 匿名性,不能确定被访谈一定是 合适的研究对象 被访谈对象提供的部分信息可能 不真实
	受对方外在特征影响	
	研究者的情绪影响访谈质量	

不过,传统访谈也有自身优势。

第一,由于网络资源存在地域、人群等的分布不平等(Lin, 2001: 210),有些地方、有些人群还没有接触网络,当被访谈对象无法接触到网络、并/或不懂即时通信工具使用时,传统访谈则具有无可替代的资料收集优势。

第二,传统访谈情境下,访谈双方无需掌握更多的网络技术,通过日常的谈话技巧,研究者可实现对被访谈对象的访谈。虽网络访谈避免或减少了访谈双方主观情绪和外在特征的影响,但文本式访谈能否很好实现取决于访谈双方是否较好地掌握了如何在网络中通过文本表达情感的网络对话技巧。

第三,传统访谈的退场情况远低于网络访谈。一般情况下,由于传统访谈双方均在访谈现场,为避免尴尬,被访谈对象即便对访谈感到厌烦也会坚持做完访谈,但网络访谈缺少这种优势,网络访谈过程中,被访谈对象可通过关闭即时通信工具而瞬间脱离访谈情境(Birnbaum, 2004)。

除以上传统访谈的优势是网络访谈的劣势外,网络访谈还因被访谈对象的匿名性降低了收集数据

的内部有效性。网络访谈可实现匿名访谈,但此特点就如一把双刃剑,带来的负面影响是被访谈对象可能会说一些在现实生活中不敢说的话,会夸大或虚构一些信息。

两种访谈的具体比较可见表 1。

三、网络访谈的操作方法

为实现研究目的,研究者会采取尽量可信的方式在社会互动情境下收集有效的信息。所谓可信性,即信度(reliability),指收集信息或测量事物的方法可以由不同的研究者重复使用并得到相同的结果;有效性,即效度(validity),是指研究者所观察或测量的信息能够反映研究计划需测量的事物的程度。研究者在运用网络访谈收集信息和数据时也必须遵从这两点。

国外现行相关研究中比较常见的做法是:

(1)尽量实现样本的典型性,以利于发现规律并生成理论。

(2)结合网络访谈,多种资料收集方式同时使用。对于前者,多数研究者首先在网络上发布封闭式问卷,问卷中涉及研究对象的人口和经济特征,并在现有知识的基础上设计方方面面问题,最大限度地反映研究问题,以找到符合研究需要的研究对象,同时,问卷末尾会向调查对象提问(类似于“是否愿意接受网络访谈?如果愿意,请留下网络聊天号”)。

(3)从愿意接受网络访谈的对象中选定访谈对象。一般来说,为增加研究结果的外推性,质的研究的样本(qualitative sampling techniques)按照有利于理论生成(theoretical development)和发现相关规律等标准进行选择,而这些标准以能代表研究的核心概念而非研究的对象群为最终目标。也就是说,被选中的访谈对象不是用来“再现”总体的性质,而是“集中体现某一类别现象的重要特征”(王宁,2002)。借助前期网络问卷调查,网络访谈可以较好地找到符合研究概念和研究问题的样本(Mcstay,2010)。对于后者,在研究条件允许下,研究者们常采用网络问卷调查、网络访谈、个人日记、传统访谈等相结合的方式。多种方式下得到的信息可相互补充和验证。通过比较、筛选和补充,信息的效度得以提高。“三角测量法”(Denzin,1978:291)是倡导在研究中要使用多种数据资源和数据信息收集技术的最好例证。

恰如前文所述,网络访谈有很多优点,也有其不足。为提高效度和信度,在实际操作中,研究者应充分利用网络优势,结合研究目的,考虑研究对象的特征,有选择地选取一些合适的方式与网络访谈一起、

有步骤地实现信息收集工作。但需要注意的是,网络访谈的信度受到另外一些环节的影响。比如,被访谈对象是否热情参与访谈,访谈双方的网络聊天技巧能力,等等。因此,参照现行研究(Gruber et al.,2008),笔者在此列出简单操作流程以供参考:第一步,文献回顾及经验探索,为研究储备知识;第二步,简单的网络问卷调查(initial web survey)收集人口信息以及与研究问题相关的信息,询问是否愿意接受进一步网络访问,请提供聊天号码,并承诺会有礼品送出;第三步,筛选出符合访谈的对象,给他们留信息,商定网络访问时间;第四步,访谈前一天,发出提醒信,并再次告知研究者是谁、研究目的、礼品、访问时间、承诺访谈内容只用于科学研究等信息;第五步,访谈开始前,研究者应将访谈对象的信息看熟,访谈开始后可利用已经掌握的个人信息进行访谈“热身”,建立一个友好的访谈环境,然后才进入主题;根据对方的心情符号做出适当的反应。

文本式网络访谈的具体操作中,有一个技术细节非常重要。不同于传统面对面访谈,文本式网络访谈双方的发言是短、频、快的。传统访谈中,访谈双方一般都能根据对方的神态和语调判断对方是否发言完毕,然后才开始说话。但在文本式网络访谈中,被访谈对象会用很多短句来表达自己的想法,每一句话通过按一次回车键而出现在即时通信工具的聊天窗口中。笔者的经验表明,若没有在访谈开始前作一些约定,研究者很可能在被访谈对象还未完成回答时就提出了下一个问题。因此,可采用的做法是约定用某个符号,比如感叹号,表示对这个问题想法表达完毕且可以开始下一个问题。这个细节在很大程度上决定了研究者能否实现网络访谈信息收集的最大化。

四、网络访谈在调查研究中的应用

从以上分析可见,网络访谈在数据信息收集中具有很大的优势。当前的网络访谈研究者无需进入实地去观察采访,只需通过网络完成访谈。在访谈前,研究者都会对研究问题和研究对象做仔细的文献收集和探索性研究,设计出半结构式的访谈提纲,采用一问一答的方式进行访谈。借助网络使用的全球化,网络访谈比传统访谈可更大范围地获取研究样本。但通常因无法穷尽研究群体,网络访谈多用立意抽样的方式取得样本。针对研究问题,研究者把从网络访谈中所获得的经验材料归纳出具有理论特性的阐释框架而进行理论建构,侧重分析行为主体的意义以及行为过程。

可以说,随着网络使用人数的增加和使用范围

的扩大,这种访谈方式的重要性将不断增加。在中国,2009年网民数量已达到3.84亿(数据来源: <http://www.stockstar.com/focus/SS2010032630225303.shtml>),网络即时通信工具的种类也越来越多:腾讯QQ、MSN Messenger、Skype、淘宝旺旺、雅虎通、新浪UC、网易泡泡、阿里巴巴贸易通等。但当前中国研究中用到此方法的文章不多,且多集中在对大学生的学习生活与腾讯QQ的关系上。除了研究者不熟悉这种访谈技术,这或许与学生在网民中占主要比例(30%)的现状有关系。尽管如此,有调查已表明随着网民规模的逐渐扩大,网民的学历结构正逐渐向中国总人口的学历结构靠拢,这是互联网大众化的表现(中国互联网络信息中心,2008:《中国互联网络发展状况统计报告》。<http://home.focus.cn/msgview/1733/147111072.html>)。中国研究者可在研究中尝试使用此方法,尤其涉及敏感性话题的研究,通过网络访谈能够访谈到一些不愿在现实生活接受访谈的研究对象。但鉴于中国网民以年轻人为主的现状,研究者可采用传统面对面的现场访谈和网络访谈相结合的方式,让两者优势互补(辛朋涛,段兆兵,2007)。对于那些不熟悉网络调查制作的研究者,可以在现实生活中找到一个或几个符合的访谈对象后,请其介绍其他朋友,以滚雪球的方式实现网络访谈。

前文谈过,网络访谈的匿名性既让被访谈对象愿意谈的更多更直接,但也可能带来被访谈对象夸大或提供不真实的信息的不足,甚至有些人可能在网络和现实中对自己存在很大的认知差异。一是对于前者,要尽量获得被访谈对象的合作(Tyagi, 2010),前面提到的访前“热身”非常重要。对于中国人,通过各种方式建立“关系”的联系尤其能够拉近双方的距离,促进信息的流动和分享(Lin, Ao and Song, 2008),比如老乡、校友,同一种爱好,但要适度,以免被访谈对象有所忌讳。此外,研究者可在访谈中对非常重要的问题用不同的问法在访谈的不同阶段提出,以验证信息的准确性。二是对于后者,中国网民在好几个社会事件中(如:邓玉姣事件)的巨大力量表明中国民众在网络和现实中对自身行为/身份的认知存在差异,但目前没有很好的办法解决这个问题。不过,研究者们(Kozinets, 1998; Carter 2005; Garcia et al. 2009)提出的一种观点,或许让我们对网络访谈的这点“不足”有一个新的思考:人们自由表达“虚假”观点的同时也为他们表达真实的自己、野心和冲突提供了自由,这恰好暴露了他们在某些方面试图隐藏的部分,这部分其实也属于他们自己。☉

[参 考 文 献]

- 陈向明. 2001. 教师如何作质的研究[M]. 北京:教育科学出版社.
- 风笑天. 1997. 社会调查方法还是社会研究方法?——社会学方法问题探讨之一[J]. 社会学研究, (02).
- 风笑天. 2000. 社会学方法二十年[J]. 社会学研究, (01).
- 风笑天. 2004. 方法论与方法研究述评[A]. 景天魁: 中国社会学年鉴[M]. 北京:社会科学文献出版社.
- 方长春. 2006. 从方法论到中国实践: 调查研究的局限性分析[J]. 华中师范大学学报(人文社科版), (03).
- 王宁. 2002. 代表性还是典型性? [J]. 社会学研究, (05).
- 辛朋涛, 段兆兵. 2007. “QQ”访谈法: 现场访谈法的一个有益补充[J]. 技术与应用, (04).
- 张秀丽, 李招淡, 林公明, 等. 2009. 大学校园QQ流行现象的原因分析及思考[J]. 思想工作探索, (03).
- Birnbaum & Michael H. 2004. Human Research and Data Collection via the Internet[J]. *Annual Review Psychology*, 55, pp. 803 - 32.
- Carter, D. M. 2005. Living in Virtual Communities: An Ethnography of Human Relationships in Cyberspace [J]. *Information, Communication, and Society*, 8(2), pp. 148-67.
- Catterall, M. and Pauline M. 2002. Researching Consumers in Virtual Worlds: A Cyberspace Odyssey[J]. *Journal of Consumer Behavior*, 1 (3), pp. 228-38.
- Cheng, Hongming and Ling Ma. 2009. White collar crime and the criminal justice system Government response to bank fraud and corruption in China[J]. *Journal of Financial Crime*, 16(2), pp. 166-179.
- Denzin, N. K. . 1978. *Sociological methods: A source book*[J]. New York: McGraw-Hill.
- Duffy, B., Smith, K., Terhanian, G. and Bremer, J. 2005. Comparing data from online and face-to-face surveys[J]. *International Journal of Market Research*, 47(6), pp. 615-39.
- Folkman Curasi, C. . 2001. A critical exploration of face-to-face interviewing vs. computer-mediated interviewing[J]. *International Journal of Market Research*, 43(4), pp. 361-75.
- Fontana, A. and Frey, J. H. . 2003. The interview - from structured questions to negotiated text, in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (Eds), *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*, 2nd ed., Sage[J]. Thousand Oaks, CA, pp. 61-106.
- Garcia, A. C., A. I. Standlee, J. Bechkoff, and Y. Cui. 2009. Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication[J]. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), pp. 52-84.
- Gilliam, Jessie. 2002. Respecting the rights of GLBTQ youth, a responsibility of youth-serving professionals[J]. *Transitions*, 14(4), 2-19.
- Gruber, Thorsten, Isabelle Szmigin, Alexander E. Reppel, and Roediger Voss. 2008. Designing and conducting online interviews to investigate interesting consumer phenomena[J]. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(3), 256-274
- Hammersley, M. . 1992. What's Wrong with Ethnography? [J].

Routledge, London.

Hanna, R. C. , Weinberg, B. , Dant, R. P. and Berger, P. D. . 2005. Do internet-based surveys increase personal self-disclosure? [J]. Database Marketing & Customer Strategy Management, 12(4), pp. 342-56.

Kozinets, R. V. and J. Handelman. 1998. Ensouling Consumption: A Netnographic Exploration of the Meaning of Boycotting Behavior [J]. Advances in Consumer Research, 25, pp. 475-80.

Leonard, M. . 2003. Interviews, in Miller, R. L. and Brewer, J. D. (Eds), The A-Z of Social Research - A Dictionary of Key Social Science Research Concepts, Sage[J]. London, pp. 166-71.

Lin, Nan. . 2001. Social Capital: A Theory of Structure and Action, London and New York: Cambridge University Press
Lin, Nan, Ao Dan and Song Lijun, Production and Return of Social Capital: Evidence from Urban China, in Ray-May Hsung, Nan Lin, Ronald Breiger (Eds), Contexts of Social Capital: Social Networks in Communities, Markets and Organizations[J]. New York: Routledge, PP. 163-192.

Mason, J. . 2002. Qualitative interviewing: asking, listening and interpreting, in May, T. (Ed.), Qualitative Research in Action, Sage [J]. London, pp. 225-41.

McStay, Andrew. . 2010. A Qualitative Approach to Understanding Audience's Perceptions of Creativity in Online Advertising[J]. The Qualitative Report, 15 (1), pp. 37-58.

Riva, G. . 2002. The Socio-cognitive Psychology of Computer-me

diated Communication: The Present and Future of Technology-based, Interactions[J]. Cyber Psychology and Behavior, 5 (6), pp. 581-98.

Ronan, Jana. . 2003. The Reference interview on line. [J]. Reference & User Service Quarterly, 43(1), pp. 43-47.

Tse, A. C. B. . 1999. Conducting electronic focus group discussions among Chinese respondents [J]. Journal of the Market Research Society, 41(4), pp. 407-15.

Tyagi, Pradeep K. . 2010. Webnography: A New Tool to Conduct Marketing Research[J]. The Journal of American Academy of Business, 15(2), pp. 262-267.

Willis, Paul. . 2009. It really is water off our backs: young LGBQ people's strategies for resisting and refuting homonegative practices in Australian. [J]. Gay & Lesbian Issues and Psychology Review, 5 (3), PP134-145.

收稿日期 2012-08-27

[责任编辑 黄世杰]

[责任校对 苏兰清]

[作者简介] 邹宇春(1979~),女,香港中文大学社会学系博士候选人;研究方向:社会网络与社会资本,流动人口,性别研究,社会政策与社会保障,社会研究方法等。电子邮箱: zyc0127@126.com。