

连通虚拟人际传播与现实人际传播的桥梁

——以人人网为例的 SNS 社交网站分析

兴 越

(复旦大学新闻学院 上海 200433)

[摘要] 以人人网为代表的 SNS 社交网站的出现打破了虚拟人际传播与现实人际传播之间的界限,并且将二者融合起来。它采用实名制,并且为用户提供形式多样的交流形式,既弥补了传统网络人际传播中的非语言形式,又可实现一般网际传播中的异步交流,这种独特的新型网络人际交往模式构建起一个崭新的社会网络圈子。然而由于声音、眼神以及交往情景等限制,它依然无法在传播效果上等同于现实的面对面人际传播。

[关键词] SNS; 虚拟人际传播; 现实人际传播

在人类的传播行为中,人际传播有许多种样式,如相遇、倾心的交谈、争论、讲演、会议、教学,甚至包括电话、电子信件形式的交谈等。如何最适当地理解人际传播?“当人们最大限度地以表现个性的方式,在一起谈话和倾听时,这种传播的样式就发生了。”^[1]

基于人际传播媒体形式的差异,人际传播划分为直接传播和间接传播两种形式。所谓直接传播,指的是古来已有的传播者和受体之间无需经过传播媒体而面对面地直接进行信息交流的过程,也就是现实中的人际传播,通过口头语言、类语言、体态语的传递进行的信息交流。而间接传播是指在现代社会里的各种传播媒体出现后,人际传播不再受到距离的限制,可以通过这些传播媒体进行远距离交流,这就出现了以媒介为中心的人际传播。网络技术的发展更是为人际传播提供了一个前所未有的宽阔而自由的平台,人们抽象为一个个 ID 和符号,在虚拟世界中相互交流。

虚拟人际传播,即通过计算机网络与他人建立的一种社会关系。对于虚拟人际传播的认识,Kevin^[2]认为这种关系有两层含义,一种只是纯粹只通过网络维持的人际关系,一种是通过网络维持的人际关系。前者所指的是人们一般意义上的网友,关掉电脑之后两个人之间的关系就烟消云散,双方的关系是“似近实远、又似远实近”。^[3]斯图尔特曾经强调说,“人际传播发生在个体的人之间,而非角色之间、面具之间。只有当我们每个人能够发现使我们生性成为一个有个性的人,同时也意识到能使他人生性成为一个特别之人的诸事物时,人际传播才在你与我之间发生。”^[4]马丁布

伯认为,人在两种情形中与世界发生联系。一个是“我与你”的世界,另一个是“我与它”的世界。“我与它”的传播则存在于“我”在社会中的生活的世界,“它”只是满足“我”的利益需要或欲求的工具。人生不是及物动词的囚徒,只有“它”的人生是不完整的人生。因此人际传播是指两个具有个性的个体之间人性的相遇和对话。在现实社会中,人人身上都被打上了许多不同的标签,我们顶着各种身份生存在社会中,老师与学生、上司与下属、商家与消费者、父母与子女,不知不觉中我们套在这样的身份框框下生活、交往。实则并不能称得上是真正的人际传播过程。而网络恰恰使人们身上的身份标签淡化甚至隐去,抛下了日常生活中身份所带来的压力和顾虑,以一个具有独立个性的人的状态在虚拟世界中与人交往,这恰恰是虚拟人际传播的特别之处。

SNS 社交网站打破了虚拟人际交往和现实人际交往之间泾渭分明的局面。本研究所选的研究对象是原名为“校内网”的“人人网”,这是目前中国网域中规模最大,用户数最多的 SNS 社交网站,其主要用户由校内网时代的高校学生,慢慢扩展增加了已从学校毕业的年轻白领族群。本研究以人人网为例试图分析 SNS 网站对于当今现实人际传播和虚拟人际传播的相互补充与交融产生了怎样的作用。

一、SNS 社交网站与六度分隔理论

SNS 社交网站的开始,就是从校园出发的,而校园 SNS 在全球范围内的轰动效应,当然就始于美国著名的 Facebook 网站。SNS 社交网站的理论依据是六度分隔理论,即“你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个,亦即最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。”按照该理论,每个个体的社交范围都不断放大,最后形成一个大型社会化网络。这是社会性网络的早期理解。

SNS 社交网站的立意是以现实社会关系为基础,模拟或重建现实社会的人际关系网络,力求回归现实中的人际传播。在 SNS 网站出现以前,网络社会和现实社会还是相对独立和分离的两个二元空间,在人人网和其它 SNS 出现以后,两个平行的空间开始出现交集。

二、以人人网为代表的 SNS 网站在人际传播中的优势

(一) 用户实名制——传播主体真实可信

人人网在其前身“校内网”时期,只向国内部分高校在校大学生开放,所有注册用户均被要求使用真实姓名、头像等个人信息,通过审核之后成为星级用户,才能使用所有功能,并且通过学校IP进行印证。随后,用户群扩大,人人网开始向更多的高校甚至初高中进行开放,但是同样要求用户提供真实信息。首次大规模实现了网络实名制,排除了网络匿名性带来的虚无感,确立了传播主体的真实性。原本一个看不见摸不到的一个抽象ID变成了有形的真实存在的人,实名制影响下的人人网,用户在交流的时候感觉得到对方是可感知、友好的、人性化的真实形象这种感觉对于人人网用户来说是一个美妙的体验。

在传统的人际传播过程中,人们常常借助关系的相互重叠来确认他人在不同活动中的表现,还可以通过比较他人提供的各种信息来建立信任机制。SNS社交网站提供给用户以学校为单位的真实社交群落,便于通过人际关系的交叉重合建立起用户之间的信任。这种信任感的建立,突破了以往网络人际传播的障碍,人与人之间的交往变得真实可信。

(二) 互动性强——应用程序丰富

在人人网中,有很多网站和第三方提供的应用程序,最基本的有:日志、留言板、相册、状态、分享、礼物等。区别于普通博客的是这些日志、留言的发布者都是真实感很强的用户,内容也更加真实,也正由于实名制让用户在言论上更加慎重。近两年人人网不断完善各方面功能,在日志中可以添加相关好友,并且当用户被添加为相关好友时系统将会提示该用户,而对这篇日志的所有评论系统也会提示该相关好友;在照片中可以圈人,十分适用于合照,同样,被圈后所有对这张照片发表的评论也将通过系统提醒得知,这大大增加了用户之间的互动性。

此外,还有一些第三方开发的应用,在线游戏,比较有代表性的有最近风靡一时的人人农场,人人餐厅等等。种种应用丰富了人人网用户间的交流方式,使人际传播不仅仅局限于原始的文字形式,补充了以往网络人际传播中缺失的辅助性的非语言媒介,这正是现实人际传播中最显著的特点。Bruckman在1992年提出,虚拟的世界提供了一个创造识别身份的环境,也因此让参与者可以在虚拟的空间里学习或练习社交技巧。虚拟的网络世界协助在面对面人际关系上较为内向、害羞的人克服其焦虑。人人网中用户交流方式多样化同时也使现实人际传播中的阻力大大降低,通过互访页面、留言上面提到过的方式很容易地拉近了两人的距离,避免了在现实人际传播中可能产生的尴尬。

(三) 人际关系网络化——扩展社交范围

登陆人人网进行访问用户时,页面上还会显示该人与自己有多少共同好友,共同好友的数量表明了您与他之间的交集,显示着用户之间的微妙的联系。所以一个并不相识的陌生人却可能和你拥有相当数量的共同好友,通过朋友认识朋友,通过认识的人去寻找需要的人,扩展自己的社交范围,还可以更加科学地管理人际网络资源,为自己赢得更多机会。

在人人网中,用户成为一个个节点,在这样一个网络当中,中心的意义被大大地弱化甚至于消解,网络人际传播结构的扁平化特点也进一步凸显。人与人之间的关系就这样

不断蔓延,进而结成一张更广阔的社会人际网络。并且,这种人际网络形成的速度更快,范围更广。

三、同现实人际传播相比存在的不足

所谓现实人际交往,是指通过文字语言和体态语言(如:手势、表情、眼神等)的交往形式,以交流思想和抒发感情为主要目的的人际间的互动活动,主要是人与人之间面对面的直接交流。非语言符号成为了现实人际交流中不可缺少的组成部分,同样这也是虚拟人际传播中所缺少的。一般认为,“完整的传播体系=语言传播+非语言传播+传播情景”。面对面交谈时,表情、手势等肢体语言承载了相当大的信息量,对话者不仅理解对方语言的含义,在对方的声音和当时所构成的交流情境中体会细微的感情流露。眼神交流、肢体接触等等都会构成意义,它们传达了个体独一无二的特征,有着极为重要的含义。人际传播与其它传播的差别在于,交往者可以最大限度地使用感官渠道,互相观看、倾听、言说、触摸、品味。齐美尔对交往中的感官传播有所研究,他说“我们在感官上觉察我们身边的人”^[4]。Mehrabian Albert等社会学家提出“7/38/55”定律:在整体表现上,旁人对你的观感,只有7%取决于你真正谈话的内容;而有38%在于辅助表达这些话的方法,也就是口气、手势等等;却有高达55%的比重决定于外表等视觉因素。这种相互作用简单而直接,是“最纯粹的相互交流”。眼神的交流是双向的,不依靠其他器官,眼神的交流是双向的,在试图了解对方的同时自己的情绪信息也通过眼神传递出去。用户在人人网相互交谈中可以使用网站提供的多种卡通表情来补充文字内容,并且多种即时聊天软件也支持在线语音、视频聊天等技术,用户之间的交流没有仅局限于文字,这在一定程度上补充了传统网络人际传播中缺失的非语言符号。然而这并不能完全代替现实人际传播中的感官互动,例如人与人目光的交流往往直接对视时才发生完整的情感交流。在使用各种即时聊天软件所支持的在线语音、视频聊天服务时,虽然也可以听到对方的声音,看到对方的表情,但不能忽视这些交流都是通过冷冰冰的电脑屏幕,眼神被阻隔,声音经过处理,媒介既实现了交流同时也阻碍了交流。

综上所述,以人人网为代表SNS社交网站方面打破了传统网络人际传播与现实人际传播之间的严格界限,在二者之间架起一座相互连通的桥梁。它既在一定程度上弥补了传统网络人际传播中的非语言形式,又可实现一般网际传播中的异步交流。对于真实性的要求使得在人际传播过程中主体不再仅仅是抽象的数据和符号,而是具体化的有个性有特征的真实的人的形象,并且很大程度上提升了虚拟人际交往中传播内容的可信度。这种独特的新型网络人际交往模式构建起一个崭新的社会网络圈子,与以往相比它更加透明、可信。但不可避免地由于声音、眼神以及交往情景等限制,它依然无法在传播效果上等同于现实的面对面人际传播,愈加人性化的网络传播媒介和多媒体技术一方面使虚拟人际传播得到完善,另一方面也使得用户不得不再被其束缚。

[作者简介:兴越,女,复旦大学新闻学院传播学硕士在读]

[参考文献]

1. John Stewart. Bridges not Walls a Book about Interpersonal Communication, 40

2. Kevin B Wright. On-line Relational Maintenance Strategies and Perception of Partners within Exclusively Internet-based and Primarily Internet-based Relationships. *Communication Studies*, 2004, 55(2):239-253

3. 黄厚铭. 网络人际关系的亲疏远近[J]. 国立台湾大学社会学刊, 2000, 28:119-150

4. 冯燕、王枝灿. 网络交友与青少年虚拟社会关系的形成[R]. 网络与社会研讨会论文, 2002.

<http://teens.theweb.org.tw/iscenter/pulish/showpaper.php?Serial=98>

5. 王怡红. 人人之际: 我与你的传播——读《是桥不是墙——一本关于人际传播的书》

6. Stoll, C. Silicon snake oil[M]. New York Doubleday, 1995: 85

7. Sporull, L., Kiesler, S. Connections New ways of working in the new worked organization [M]. Cambridge, MA: MTT press, 1991: 87

8. 时代周刊: 《为什么 Facebook 会成为未来的发展趋势》

9. 吴妹倩. 计算机中介传播人际情感亲密关系之研究——探访电子布告栏(BBS)的虚拟人际关系. 政治大学新闻研究所硕士论文, 未出版, 1995年。

10. 罗群英. 《论大学生的网络交往与现实交往的互动——网络时代大学生社会化问题的思考》. 兰州学刊, 2006(2)

11. 《社会是如何可能的》[德]Georg Simmel 林荣远译 广西师范大学出版 2002 第 321-322 页

注释:

[1] John Stewart. Bridges not Walls a Book about Interpersonal Communication, 40

[2] Kevin B Wright. On-line Relational Maintenance Strategies and Perception of Partners within Exclusively Internet-based and Primarily Internet-based Relationships. *Communication Studies*, 2004, 55(2):239-253

[3] 黄厚铭. 网络人际关系的亲疏远近[J]. 国立台湾大学社会学刊, 2000, 28:119-150

[4] 《社会是如何可能的》[德]Georg Simmel 林荣远译 广西师范大学出版 2002 第 321 页

(上接第 66 页) 帮忙, 小宋负责点评的形式虽然可以代表大多数人的意见, 但也在无形中削弱了“范大姐”在人们心目中所塑造的个性化特色。在《新闻夜航》节目中, 记者让百姓作主角, 而采访调查只是帮助百姓的一个手段, 而在《范大姐帮忙》栏目中, 记者似乎总是先声夺人, 在塑造了个人形象的同时也削弱了百姓在栏目中的主体地位。

(4) 专题报道各有侧重

《新闻夜航》栏目侧重于事件专题的报道和归类。如每周末播出的《夜航周末相册》就把一周之中发生的众多同类事件加以归类, 以相册集结的方式再次展现在大家面前。让人们看到, 同样的事情, 在不同的态度, 不同的时机, 不同的地点发生, 其最终结果也将不同。《范大姐帮忙》栏目侧重于人物专题的报道。记录典型人物生活中的点点滴滴的故事, 他们似乎就在我们身边, 用他们的爱心和执着延续着对生活的感悟和感动。

(5) 小栏目主持人特色突出

《新闻夜航》中温婉可人的天气预报主持人, 《范大姐帮忙》中个性鲜明的跑街记者都给观众们留下了深刻的印象。一个是每天准时为观众奉上天气情况预报以及生活小窍门、购物小窍门等最新资讯; 而另一个则是跑东跑西为观众找到生活中发生的小事, 或是街道通行情况, 或是好吃的小吃等等隐藏在生活中非常细微之处的等待发掘的有趣的故事。

(6) 与观众的交流互动

很多《范大姐帮忙》的观众最开心的时刻除了能够在帮助事件当事人时尽自己的一份力量外, 就莫过于听到记者的敲门声了。《范大姐帮忙》为经常观看其节目的热心观众准备了很多礼物, 只要是经常观看节目, 能够答得上记者的小问题的, 就能够收到帮忙栏目提供的一份礼物。这使得看

节目的观众既愉悦了身心, 又获得了物质享受。

《新闻夜航》也推出了对热心观众的回馈——夜航团购, 只要经常观看节目的热心观众就有机会参加夜航团购团。而夜航团购也很为观众着想, 在春天到来之际, 很多家庭都忙着装修, 夜航团购就带领热心观众以夜航折扣价购买家居用品; 而在母亲节的时候, 夜航便组织很多“妈妈”观众参加夜航举办的医院义诊; 这些与观众的互动让观众既看了节目, 参加了活动, 又得了实惠。

由于南北方人们性格、爱好等的差异, 民生新闻正在找到一个更适合自己的地区、更吸引人收看与其不断发展之间的平衡点。而现在的很多民生新闻栏目一味地迎合观众的喜好, 节目也更加市民化。甚至记者在其中充当的角色也更加的不客观, 有明显的偏向点。北方城市民生新闻要实现可持续良性发展, 报道题材的选择既要突出公共服务性、强化平民意识, 又要突出舆论的导向作用; 既给人以温情的人文关怀, 又给人以正确的媒体引导。由于民生新闻在北方发展较早, 因此有其独特的特色, 而南方民生新闻栏目起步虽晚于北方地区, 却又借鉴了成熟的经验, 因此有着许多值得借鉴学习的地方。■

[参考文献]

①对“电视民生新闻”现象的理论阐释——以安徽电视台《第一时间》为例, 孟建, 刘华宾, 中国广播电视学刊, 2004

②谈谈电视民生新闻现象——以深圳广电《第一现场》为例, 王萍, 新闻传播 2003

③从“民生新闻”到“公共新闻”——论民生新闻的品质提升与自我超越[J], 赵虎, 王欣, 新闻前哨, 2005

④《提高民生新闻质量之策》, 王贵平, 新闻前哨, 2005

(作者单位: 河南漯河电视台)