



新媒体丛书

我聊故我在

IM, 人际传播的革命

网络延伸了聊天

网络聊天的语用和文化

聊天新工具

新媒介, 新生活

我的生存我做主

将符号化生存进行到底

手指间的爱情

人际传播的革命

😊 蒋原伦 陈华芳 著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

我聊故我在

IM, 人际传播的革命



◎ 蒋原伦 陈华芳 著

I
V
Z
O
A
U
D
O
V
I
T
O
A



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

我聊故我在: IM, 人际传播的革命 / 蒋原伦, 陈华芳
著. —桂林: 广西师范大学出版社, 2006.9
ISBN 7-5633-6169-3

I. 我… II. ①蒋… ②陈… III. 互联网络—软件
工具—基本知识 IV. TP393.409

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 020453 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 肖启明

全国新华书店经销

广西师范大学印刷厂印刷

(广西桂林市临桂县金山路 168 号 邮政编码: 541100)

开本: 889 mm × 1 194 mm 1/32

印张: 4.75 字数: 100 千字

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

印数: 0 001~4 000 册 定价: 10.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



主编简介

蒋原伦，北京师范大学文学院教授，博士生导师，北京师范大学新闻传播学研究所所长，中国当代文学研究会理事，《今日先锋》、《媒介研究》等刊物主编。



丛书主编 蒋原伦

《我聊故我在——IM，人际传播的革命》

蒋原伦 陈华芳 著

《闪客江湖——对中国网络动画的文化解读》

王颖吉 著

《游戏东西——电脑游戏的文化意义研究》

米金升 陈娟 著

《我为信狂——短信传播的人文思考》

王静 崔莲花 著

◎ 责任编辑：廖佳平

◎ 装帧设计：姚明聚

序

蒋原伦

当初我组织这套丛书时，觉得选题颇为时髦，能吸引一部分眼球，但是短短两年工夫，关于在线聊天、手机短信、网络游戏、闪客等都已成明日黄花，当下最热门的话题是博客，或者是播客、拍客、影客。

媒体技术的发展开辟了一个又一个“美丽新世界”，在这个新世界里，个个神通广大，全身武装电子设备，感觉中自己好像是包举宇内的天地英雄。当然，也不免有另一种感觉和杂音，有时一个小小的电子故障就会弄得我们手足无措，而离开它们我们又寸步难行。相比之下，个人益发渺小，无法摆脱媒介技术的控制，听任它们把自己带到陌生的境地。

小时候很崇拜诸葛亮的运筹帷幄，决胜千里，未出茅庐，已经定下三分天下的蓝图，真所谓“三顾频烦天下计”。这“天下计”一管就管了七八十年的历史，抵得上现在十几个五年计划。无论这是真实的还是历史叙事建构的，但是那时人们相信文化的预见和洞察能力。然而，今天的电子技术迅速地解构了这种预见能力，我们甚至无法预料五年后的文化图景。当然有一点是确定无疑的，即五年后新的媒体技术和商业市场的联手运作，会打造出又一批新新人类，他们的手中肯定端着一水儿的新式电子武器。

我们的文化面临着巨大的考验，在三五年一变的风尚的冲刷下，前后几代人的沟通有了麻烦，而媒介文化带来的分化往往比以往思想观念的差异更深刻，这是真正的“三千年未有之变局”。而和谐社会既应是经济的共荣，也应是文化的有序和融合，如何化解媒介文化所带来的代际鸿沟是当代学人的一大课题。

若干年前，美国学者波兹曼写了《娱乐至死》，那时网络媒体尚未兴起，他批评以电视为“元媒介”的大众传媒导致了文化整体的“娱乐化”倾向，举凡政治、宗教、新闻、教育等居然都必须以愉悦大众作为其在当代文化生活中存在的理由，人类的精神生活全面堕落，严肃的思考为及时行乐所取代，马尔库塞“单面人”的理论在今天又重新显出了其预见性。

从麦克卢汉到鲍德里亚，他们都站在总体性的立场上，强调电子文化的“内爆”偏向，并指出这一偏向导致了人类意识的延伸，据说这一延伸总是把新媒体“当成自己的内容而不是当作环境”。文化的丰富性已经包含了媒体的多样性在内，只是一时间我们还不能适应，我们习惯于把一种又一种媒体当成文化的一层又一层外衣，试图透过它们去捕捉深不见底的内涵。

虽然自法兰克福学派以来，我们不缺少关于大众文化、媒体文化的总体性的概括和批判，可是具体到每一种媒体文化现象，少有精准的解析，而“新媒体丛书”对前面提到的媒体文化作了初探性研究，抛砖引玉，以期引起大家的关注。同时它也记录了人们对该文化的一部分认识过程。

对电子媒体所带来的文化转型作微观上的描述和研究，很是费力不讨好，因为找不到一个纯净的原点，只能在散乱中进行。印刷文化和电子文化的混杂，口语和书面语的融合，经典文化和通俗文化的交汇，图像、音响和文字的杂烩，几乎同时发生，真是灿烂斑驳之极，同时也破坏了我们所熟悉的文化的逻辑性和系统性。媒体文化研究似乎是为了重建其系统性，但也可能是徒劳，不能因为它们同是新媒体就自然而然地有了逻辑的同一性，或者以为它们是拼凑文化，就将拼凑、多元作为其阐释的旨归。如果说该丛书的描述性文字由于缺乏一以贯之的理论立场和强烈意图的阐释性文字，那么它既表明这类文化的庞杂性、表明它们不是建构在逻辑性基础之上的，也意味着这一领域还留有巨大的研究空间，等待着人们进一步探讨。

第一章 网络延伸了聊天

- 一、追溯聊天/004
- 二、孔子也聊天/005
- 三、聊天无定义/006
- 四、聊天史上的里程碑/008
- 五、衣食住行聊/012
- 六、网络延伸了聊天/015
- 七、聊天游戏/017

第二章 网络聊天的语用和文化

- 一、口头传统与书面传统/020
- 二、网络催生新语体/023
- 三、网络聊天的语用特点/026
- 四、网络聊天:时尚的生产者/029

第三章 聊天新工具

- 一、网络即时聊天工具与赛博空间/034
- 二、一款特殊的人际传播工具/040
- 三、腾讯的生财之道/044

第四章 新媒介,新生活

- 一、Q生活——新生活方式/048
- 二、IM与社会分层/052

三、IM,伴随网络世代的成长/055

第五章 我的生存我做主

- 一、人际传播与“自我”塑造/060
- 二、名字与聊天/062
- 三、在比特世界中诗意地生存/064
- 四、角色:多重自我的显现/069
- 五、给自己取名/073
- 六、“找朋友”的游戏/077

第六章 将符号化生存进行到底

- 一、漂亮 QQ 秀/080
- 二、想象的翅膀/083
- 三、将符号化生存进行到底/086
- 四、“酷”的经济学价值/090
- 五、卡通 VS 真人/092
- 六、表情符号——感性的狂欢/097

第七章 手指间的爱情

- 一、网恋,不再新潮的名词/100
- 二、用手指“弹”恋爱/103
- 三、现代相亲故事/107
- 四、精神和肉体的爱情博弈/109
- 五、网络柏拉图:飞舞的灵魂/112
- 六、一夜情,肉体的狂欢/115

第八章 人际传播的革命

- 一、即时——交往中的时间与空间/120
- 二、相信“陌生人”——IM 的交往原则/124
- 三、熟悉的陌生人——情感弱联系/128
- 四、群聊天——趣缘的结合/132
- 五、IM 的交往规范问题/135
- 六、IM 的文化特质/139

题 记:

网络聊天不仅是休闲和游戏,而且也体现了我们个体的存在。

也许有一天,我们根本不知道在网上和我们交往的是不是一个机器人,因为他可以和人一样谈笑风生。

第一章 网络延伸了聊天

最近的医学研究表明,聊天有益于身心健康,它能帮助人排遣郁闷的情绪,还有益于脑部的血液循环。只是尚没有研究表明,如果患了某种病,是否能够通过聊天来康复。即便如此,这也是我听到的对聊天的最正面的评价。

聊天一般是指三两个人之间的交谈,这种交谈并没有明确的方向,既不是想就某一问题达成共识,也不是交谈的一方要取得某种结果,只是交谈双方或多方的随机交流,可以是家长里短,也可以是海阔天空,但是都没有实用目的,所以聊天也被称作闲谈或闲话。至于聊天的“聊”是否含有无聊的意思,聊天的“天”是不是同“今天天气哈哈……”相关,打由言不及义而来,还需要仔细考察。不过既然聊的是“天”(这里暂且把它看成动宾结构),所聊的内容当然不会十分急迫和严肃。近年来,人们也把聊天称作侃大山,山虽然比天离我们要近一

些,但是同人们的日常生活仍然没有密切关系。当然,侃大山更可能是平原地区或城里人的说法,山民们或许是不侃山的。有的地方也把聊天叫作吹牛,这里的吹牛不是说大话的意思,而是指说空话、说闲话,说了白说的意思。可见对其道德方面的评价不怎么肯定。

一、追溯聊天

在电话产生之前,聊天是面对面的交谈活动。聊天的历史可以一直追溯到人类的起源,肯定比当年那句著名的语录“凡有人群的地方就有左、中、右”的出现还要早。可惜在人类漫长的历史中,我们几乎找不到这类聊天的记录。原始人之间的聊天当然不可能有什么记录(我们推想他们当初比比划划,一定是留下一些痕迹的,只是雪泥鸿爪经不起时间的磨砺),就是有了文字之后,仍然没有这方面的文献和资料。想想,那时记录一些东西多不容易,又是龟甲,又是青铜,刀刻火攻,还要具备一定的专业技术。即便是摆弄竹简,也挺费事的,要劈竹子,要找编竹子的皮绳,又要磨快刀具什么的,等到这些东西全备齐了,哪还有聊天的兴致?再说,天人人都聊,字可不是人人都能认的,那时没有希望工程,受得起教育的只是极少的一部分人,如贵族或富家子弟。孔子的伟大之处就在于提出有教无类,平民百姓的子弟交些束脩就能上学认字。不过即便他老人家弟子三千,广施教化,社会上文盲还是占大多数。这大多数人聊的无论是家长里短,还是怪力乱神,都不可能留下任何相关记录。人类日常生活中的很重要的一部分内容注定会被湮没。



二、孔子也聊天

不过说到孔子的有教无类,就会想起他的那部《论语》。《论语》或许可以看成一部聊天性质的著作,这是孔子的徒子徒孙记录的老师的或祖师爷的言论。这些言论可能是独白,可能是课堂讲义的一部分,但是更多的是亲切的交谈和问答。这种师徒间的交谈、问答当然也是聊天,也是侃大山,但是深究起来,这和一般的闲聊不同,《论语》中的许多言论是教诲之言,虽然也是以日常聊天的形式出现。如,子贡曰:“贫而无谄,富而无骄,何如?”子曰:“可也,未若贫而乐,富而好礼者也。”又如:“鲁人为长府。闵子骞曰:‘仍旧贯,如之何?何必改作?’子曰:‘夫人不言,言必有中。’”

当然,我们也可以说孔子与其弟子不是一般意义上的闲聊,否则学生们为什么费劲巴力地把它记录下来?我们可以设想孔子是以各种灵活的方式,包括通过聊天来教授弟子,要不为什么我们把孔子尊为杰出的教育家呢。不过,由此我们很难将聊天从其他的谈话中严格地区分出来。虽然可以从谈话的内容是否严肃或者有无深刻意义来区分,但是像孔子这样的圣人或其他一些伟大的思想家、哲人,即便是在闲聊中说的话也包含着微言大义,该怎么来分辨?难道圣人或伟人就不能像寻常百姓那般聊聊天,非得像柏拉图似的,拟出一大堆深刻的对话来才罢休?

不过有时事情就是这样,一旦成为圣人,就没有了聊天的权利,不是说圣人不能聊天或不可以聊天,而是他的聊天也会被神化为至理名言或洞察先见的预言。他随便一句话都可能包含着极其深刻的意义,

必须慢慢消化和理解。也就是说,聊天往往难以在身份不平等的人之间展开。如孔子,他的地位比学生高,学识比学生渊博,人生经验也比学生丰富,所以聊着聊着就成了教诲。如果他和老子交谈,又没有记录下来,那就是聊天了,据说孔子曾经问礼于老子,如果真有那么一档子事,我想除了切磋学问,他们一定会聊得挺开心的。你想,古时候这样的机会多么难得啊,没有现在这样便利的通讯和交通工具,可以说这样的机会是千载难逢啊。假如正巧有秘书或记者在场,又做了详细的笔录,这就成为今天在各类杂志上发表的名人“对话”了,那就又变味了。

所以聊天得分对象,如果是同类人、同学、同事、同行等,同气相求,同声相应,那就聊得起来,否则,父子之间、师生之间或上下级之间,即便聊,也是比较勉强的。当然身份的界限不是绝对的,是因时、因地、因具体的环境变化而变化的。昨天在公司办公室、在会议桌上是老板,今天在旅途中、在度假村里是同伴,尽管角色变化了,但是身份意识仍会影响到聊天的质量。另外,聊天的场合也非常有讲究,在客厅、酒吧、旅途、山林和田野聊天是不同的,无论在哪里,只要无拘无束,就聊得起来,聊得入神。

倘若三两人聊天,一旁有人做笔记、有人录音、有人摄像,还要面向一大堆观众,那就是在做谈话节目,虽然仍是聊天的架式。

三、聊天无定义

当然,本书并不想给聊天下一个本质论式的定义,例如聊天是交谈双方或各方的无功利、平等的对话,或聊天专指



言不及义的和无聊的交谈，再或者聊天是人类情感宣泄的主要渠道。因为一个简单的定义无法界定人类复杂多变的情感和心理活动，特别是这些活动又是以言谈的方式——人类交往的最最基本也是最原始的方式——来进行的。不过有一点可以肯定，聊天是最被忽视的日常活动，被忽视的原因是同它的无效性和无意义性相关联的。聊天不产生任何效益，也没有严肃的意义，或者说任何有效益的交谈、有意义的话题都不被划入聊天的范围。无论是会谈、晤面、磋商、讨论、交流、商榷、促膝谈心……都比聊天有价值，讲政治、谈生意、切磋学问等更是意义重大。另外，所有严肃的、有意义的交谈也都不归聊天管。所以，尽管聊天的内容范围最广，上至天文地理，下至鸡毛蒜皮，可是认真落实起来，聊天没有自己独立的领域。因此，一旦某人表示自己所谈的话没啥大意义时，就自谦为“随便聊聊”。也就是说，只有聊聊是无足轻重的、可以被忽略的。

聊天被忽略还可以从电话在传播研究中不被关注得到印证。按照美国著名传播学家罗杰斯的说法，从1945年到1982年，世界范围内电话用户的数量从4100万增加到4.94亿（增加了1200%），“而这一媒体的效果却被忽略了”。也就是说，聊天或者说通过电话聊天不在传播学研究的范围之中。当初传播学学者所概括的传播模式是单向的，由一方向另一方传播，如拉斯韦尔的“5w”（即谁、说什么、通过什么渠道、对谁说、产生了何种效果）在传播学界几乎家喻户晓，人们想到了各种传播手段和方式，广播、报纸、电影、广告、演讲、标语和传单等，然而对电话这样一个交互性的媒体，居然没有给予必要的重视。罗杰斯对此给出的解释是：“在传播学开始之前，电话已在美国家庭中广泛普及，

所以有关电话的研究就被忽略了。”由于司空见惯,或者由于电话只涉及两个人之间的私密性谈话,这和“传播学学者的效果模式是不相吻合”的,于是,电话传播就被研究者遗忘了。

在美国学者洛厄里和德弗勒 1995 年出版的《大众传播学研究的里程碑》一书中共树立了 14 座里程碑,分别为 20 世纪 20 年代的电影对少年儿童影响的研究,30 年代的“火星人人侵地球”广播所造成美国人恐慌的社会心理研究,40 年代的政治选举中大众媒体的影响以及意见领袖作用的研究,对日间广播连续剧听众的调查研究,社会学家对杂交玉米种子推广过程的考察所反映的“创新—采纳”的传播过程研究,第二次世界大战中用电影来鼓舞盟军士气的研究,40~60 年代的各种说服效果的系统的心理实验研究,50 年代的对传单和标语的传播效果方面的研究,50~60 年代的电视对儿童生活影响的研究,70 年代的大众媒体(如报刊等)的“议程设置功能”研究,60~70 年代的媒介中暴力内容与社会犯罪率的关系研究,70~80 年代的电视社会化功能及其对各种社会行为影响的效果研究,等等。这 14 个里程碑涉及了大众媒体的方方面面,就是对电话媒体视而不见。电话太普通了,传播方式基本上是一对一的,难有大作为,它只是使人们交谈方便而已,而日常的交谈和闲聊显然没有什么重要的研究价值。

四、聊天史上的里程碑

电话研究不入大众传播学主流,但是,电话的出现无疑是聊天史上的里程碑。自从贝尔发明了电话,人们的聊天空