



新媒体丛书

我为信狂

短信传播的人文思考

当人类爱上短信 漫天信舞 玩的就是心跳 创作，分我杯羹
短信——你发 我发 大家发 垃圾湮埋的自由

王静 崔莲花 著

W O W E I X I N K U A N G



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社



新媒体丛书

我为信狂

短信传播的人文思考



王静 崔莲花 著

U
U
V
N
X
I
N
C
R
U
V
N
B
O
U
T
T
H
E
N
E
W
S
I
S
T
A
N
C
E



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

· 桂林 ·



图书在版编目 (CIP) 数据

我为信狂: 短信传播的人文思考 / 王静, 崔莲花著.
桂林: 广西师范大学出版社, 2007.4
(新媒体丛书 / 蒋原伦主编)
ISBN 978-7-5633-6313-1

I. 我… II. ①王… ②崔… III. 移动通信—邮电业务—
文化—研究—中国 IV. F632

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 001760 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: 5.875 字数: 100 千字

2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

印数: 0 001 ~ 4 000 册 定价: 12.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前言

从笔记本电脑、数码摄像机、数码照相机到手机,数字媒介极大地拓展了人的个体自由,似乎使人的大脑、眼睛、耳朵可触及世界的每个角落。麦克卢汉曾经说过:媒介是人的延伸。数码时代的到来,则从方方面面都印证了这句话的真理性。且不论这种延伸究竟对人的本能是促进抑或削弱,数字化媒介正不容置疑地改变着个人的思想和生存状态,带给人们前所未有的自由。

在一系列的数码产品中,手机可以说是集三千宠爱于一身。几乎所有的高新技术都被填鸭式地塞进手机这一小小的躯体中。这或许缘于手机神话般的销售量。正所谓“物美价廉,薄利多销”。从客观的角度来讲,相对于笔记本电脑、数码摄像机、数码照相机,手机的价位更为平民化,这是手机的发展势头远远迅猛于前几者最根本的原因。

同时,应该说,手机的发展是与其最主要的功能之一——短信分不开的。从某种程度上来看,没有短信文化,手机销售的神话现象也就难以出现。正是由于低廉而自由的短信将平民与时尚联系在一起,这才使囊中羞涩的广大平民对手机趋之若鹜。

2003年末,由冯小刚导演的,根据刘震云同名小说改编的贺岁电影《手机》的上映在中国大陆引起了不小的反响。国人开始反思手机和

手机短信究竟对百姓的日常生活产生了怎样的冲击和影响。据悉,2003年春节七天假期内全国的短信发送量破70亿条。据信息产业部统计,2004年全国短信发送量达到2177亿条,2005年3046亿条,2006年4300亿条。如果说,2001年短信的一夜成名多少让人感到意外的话,之后短信发送量的飙升无疑标志着一个全新的人际交互模式及生活方式的到来。除去低价位和技术友好性等客观因素外,短信究竟拥有怎样的内在魅力,能在一两年内达到如此迅速的发展呢?

笔者认为,与手机的语音交流功能所不同的是,短信是一种文本交互模式。在这种模式中,个体拥有的不仅仅是传播的自由、交流的自由,更多的是隐藏在背后的话语权力的拥有、文本创作的自由及其所带来的人性欲求的释放和个体对交际网络自主权的拥有,正是这些平民而人性化的自由的诱惑推动了短信的飞速发展,同时也在某种程度上体现并改变了城市平民的思想和生存方式。当然,自由总是相对的,自由的背后仍然是时尚符号的操纵和电信财团对利益孜孜不倦的追求。

希望通过本文对短信发展背后深层动因的研究,能使我们对短信的迅猛发展有更深入的理解和体味,同时希望通过短信这一多棱镜,折射出高科技时代中国平民个体独特的思想和存在方式。

前言

第一章 当人类爱上短信

- 第一节 “今天你短信了吗？”/004
- 第二节 收发自如 一切尽在掌握/015
- 第三节 恋恋物语 时尚游戏/027

第二章 漫天信舞

- 第一节 大众情书——网络时代的爱情宣言/039
- 第二节 暧昧的家书——超越年龄的时尚/052
- 第三节 廉价的寒暄——维系关系的仪式/057

第三章 玩的就是心跳

- 第一节 荤段子——亘古不变的意淫/071
- 第二节 娱乐整蛊——游戏或人性本恶/082
- 第三节 另类游戏——以玩乐为名/093

第四章 创作,分我杯羹

- 第一节 仓颉不死——文字魅力的复苏/103
- 第二节 70字文体——时尚瓶中的民俗酒/112
- 第三节 狂欢的舞场 涂鸦的天堂/126

第五章 短信——你发 我发 大家发

- 第一节 喜上眉梢——手机生产商/145

第二节 绝对主角——移动运营商/152

第三节 救命稻草——网络服务提供商/160

第四节 短信——商机无限/165

第六章 垃圾湮埋的自由

第一节 都市上空的垃圾/173

第二节 埋葬自由/180

第一章

当人类爱上短信



手机、短信刚开始都是些名副其实的舶来品、洋玩意。将“mobile-phone/cellphone”逐渐演绎到“移动电话”、“大哥大”、“手机”，中国人在实践中一步步地阐释着自己对这个新鲜事物的理解。特别是“手机”一词的出现，简直绝妙地显现了中国人吐故纳新的造词能力。



手机，即玩转于手掌^{op}中的机_{oo}。

手机,顾名思义,即玩转于手掌中的机器。恐怕很难找到比“手机”这个词更能恰当地形容和标识这个新鲜玩意的词了。短信的开发,更是画龙点睛般地印证着“手机”这个词的精辟。君不见,而今神州大地的大街小巷,到处都是埋头与手中的机子做斗争的人们。他们大多不是在打电话,而是在发送或接收短信息。手机的功用,已不是简单的“移动电话”可以概括。或许连“手机”一词的翻译者、创造者都没有预料到,“手机”的涵盖量居然如此之大,打电话与发短信的双重信息交流功能,甚至拍照、录像、播放MP3等多重功能完全可以被手机所包容。

作为手机不可或缺的功能——短信的出现强劲地推动了手机的普及。事实上,短信对于手机的意义是这样的重要,以至没有短信功能的手机几乎可以被视为残废。

第一节 “今天你短信了吗？”

“润物细无声”,短信的普及或许可以这样来形容。几乎是在毫无知觉之中,用拇指按键发出手机短信,或在一阵铃声后接看短信已成为现代人生活中的常态,特别是当像元旦、春节、情人节这样的节日来临时,短信的收发频率更是颇有万箭齐发的阵势。有统计数字表明,全国短信发送量2001年为10亿条,到2006年则发展到4300亿条。可以说,短信发送量的飙升标志着中国人开始了另一种崭新的“短信”生活,他们的思想和生存状态也发生了极大改变。

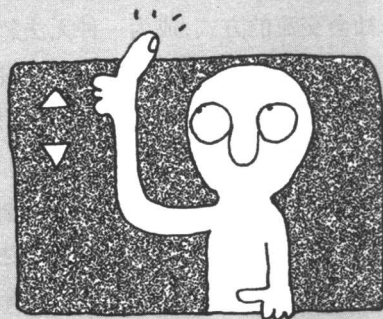
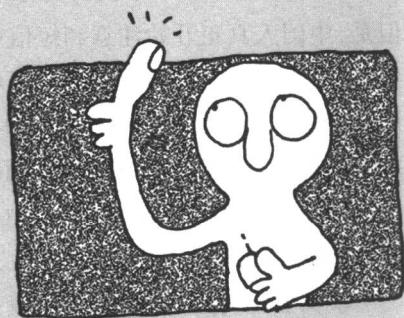


从1997年开始,天津就率先在全国开始第一个手机中文短信信息服务。此前,大多数数字手机都具有英文短消息功能,只是不为人所知。但是,中国人真正开始注意到短信业务却是在2000年,特别是在2000年11月中国“移动梦网计划”推出以后。2002年之后的手机短信就可以用“风暴”来形容了,短信成为一种时尚逐渐进入中国男女老少生活之中。当短信如此势不可挡地席卷而来的时候,或许注定了当代人必将永远生活在无休无止的“嘀嘀”声中。当人类爱上短信,便一发不可收拾,世界通讯为之大为改观。

事实上,没有人说得清楚,究竟是从何时起,短信开始弥漫到城市的每个角落。在2000年底,搜狐等网站只是把短信作为一项业务发展,在网络上推出一些写好的生活用语,供手机族在日常生活中使用。如:“对不起,路上堵车,晚到一些”等。但是,没有想到的是,一个快捷而简单的短信平台就此建立起来。这个平台上活跃着一批短信专业写手,也反映出与人们以往日常生活完全不同的交流方式。在被短信逗笑的时候,在破除了时间与空间的局限,相互沟通的时候,人们没有意识到,短信这种通讯文化已完全跃出它的技术功能层面,成为人际交往、社会交流的方式,成为一种无法忽视的生活文化现象。

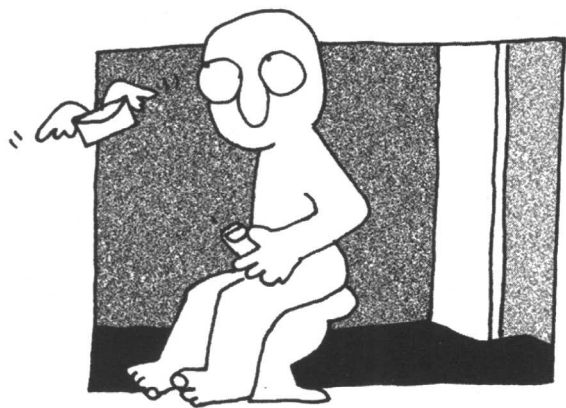
拇指这一个经常被遗忘或忽视的肢体在今天却显得无比重要。随着短信发送量的飙升,拇指的作用也日益被人们所看重。实践证明,只有两个关节的拇指最适合小巧的手机键盘,从而也成为人类收发短信最得力的工具。因此,收发短信被称作“拇指运动”,短信的迅猛发展被称为“拇指风暴”,有的人甚至以达尔文的进化论为据,从手的解放促进大脑的开发和人类的进化的角度着手,探讨拇指对短信及短信思维的影

响,拇指的地位上升到历史最高点。不管是短信拉了拇指一把还是拇指造就了短信的神话,反正由于短信,拇指与手机结下了不解之缘,这种由拇指和手机纠结的游戏也继世界杯足球赛之后成为全世界人民为之狂热的一场“嘉年华”。





“我的地盘无限扩张”，周杰伦的动感地带橙色风暴广告是那样的飞扬跋扈。然而，有强大的“拇指风暴”作为后盾，动感风暴的嚣张确实也并不过分。从2000年开始流行至今，短信其实也不能算什么新鲜事物了。尽管短信已逐渐普及男女老少工农商学兵，然而，喜欢玩短信的依然是年轻一代，正如动感地带广告所极力标榜的那样，短信依然代表着潮流与年轻、活力与个性。短信这种独特的指涉缘何而来的呢？兴许是由于以文本为基础的短信交流与网络聊天有着太多的相似之处。于是自然而然地，“时尚”这一能指便被附加到短信身上。因此有人说，短信是一种“年轻态文化”。我想，这不仅仅是因为短信的用户大多为年轻人，更因为短信标志的是创新和速度，是现代的时间概念、生存方式。



随时随地传信息。

“随时随地传信息”是短信最独特的特点。短信的发送时间、地点、内容可以不受任何物质上的限制。在这一点上,没有任何其他通讯方式可以与之相比。价位的平民化和技术的友好性,加上短信传播和接受信息的自由快捷,内容的缤纷多彩,短信迅速地打动了中国百姓的心,让他们心甘情愿地大掏腰包。有些激进人士甚至认为,短信已经成为“第五媒体”进入人们的日常生活。

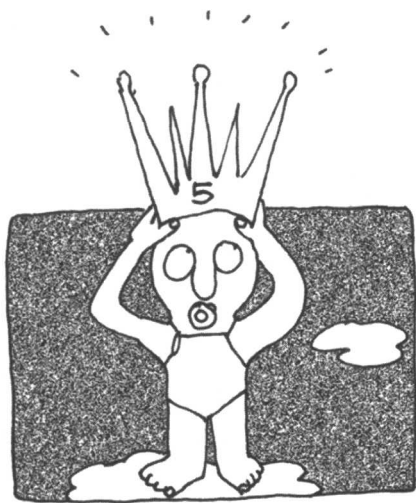
1992年,在英国Vodafone的GSM网络上,技术人员通过个人电脑向移动电话成功发送了世界上第一条短信息。以此为标志,短信诞生已经10年了。而手机短信开始被称为“第五媒体”则源于2003年初的美国“哥伦比亚号”航天飞机失事事件。该事件发生后,新浪及各大门户网站在10分钟之内便将这一消息发送到用户手机上。据统计,通过航天飞机失事事件,新浪新闻短信的新增订户有近10万,按每月30元的包月费用计算,仅这一条新闻就给新浪送来了近300万元的收益。新浪认为,在这次事件中,手机短信起到的作用不只在收入上,其更深层意义在于“又发掘了一种新的新闻传播方式”。而“新的新闻传播方式”的言外之意便是将短信列为与广播、报纸、电视、网络相比肩的“第五媒体”。

那么,且让我们从“媒体”说起。所谓“媒体”,指的是一种大众传播媒介。而大众传播则是“由一些机构和技术所构成,专业化群体借助这些机构和技术,通过技术手段向为数众多、各种不同而又分布广泛的受众传播符号的内容”。广播、报纸、电视作为传统的大众传媒,其地位自然是不容置疑的。近年来,网络以其快捷的传播效率、广泛的传播幅度也傲然跻身大众传媒之列,成为“第四媒体”。

但是,短信是否能够拥有与“四大媒体”相媲美的传播能



力,从而继网络之后成为“第五媒体”?这尚在学者们探讨的课题之列。支持者认为,各式各样的网络短信服务的产生,使短信拥有成为媒体的最基本因素:职业的传播者(短信服务商),分布广泛、为数众多的受众(广大手机持有者),及现代化的传播媒介(高科技移动通讯手段:手机)。因此手机短信是一种大众传播媒介。并且,他们还认为,和传统的“四大媒体”——报纸、广播、电视、网络相比,手机短信的优势在于用户接收信息可以不分时间、地点。再者,由于这种信息是付费的,就像所谓的“个人化报纸”一样,它是纯粹个人化的、有选择的。一句话,手机短信之所以可以被称为“第五媒体”,就在于它弥补了传统媒体的不足,使用户在接受信息时拥有了更大的自由。



年轻的短信是否能胜任“第五媒体”?

而反对者的理由同样是充分的：首先，由于目前的言语类短信的容量每条仅70个字，这就决定了短信没有太丰富的内容。读者仅能借手机短信了解事件的大概情况，详细内容还得看电视、报纸或者上网。其次，尽管手机用户为数众多，但是，订阅短信息的毕竟是极少数。因此，手机服务商所传播信息的直接接收者并不多，它的受众远远不能与四大媒体的受众相比，手机短信被称为“第五媒体”还为时尚早。

尽管在当前情况下，短信能否担当得起“第五媒体”这样的荣耀的确还值得商榷，但是，短信发送量的与日俱增却是铁一般的事实。从10亿、189亿、900亿、2200亿到4300亿条，这样一组以几何速率上升的数据使我们有理由相信，随着科技的普及和人民生活水平的提高，在不久的将来，短信必然能以足够与“四大媒体”比肩的传播能力当之无愧地戴上“第五媒体”的桂冠。

那么，暂且把对“第五媒体”的讨论搁置起来，小小短信信息声势浩大地闯入21世纪，在我们的生活中占据越来越重要的位置，它究竟为我们带来了什么？

新的信息革命

手机让我们在不同的空间下实现了同一时间上的同步信息和互动，这无疑是一场新的信息革命。短信已经成为现代人获取信息重要的、便捷的手段，它打破了地域、时间和电脑终端设备的限制，在拇指按下时，可以随时随地地传递文字、图片、声音等各类信息，真正实现了用户与信息的同步，其传播效率具有传统媒体及互联网不能比拟的优势。