

语言与传播丛书

YUYAN YU CHUANBO CONGSHU



你的手机来信了

——大学生原创短信息

NI DE SHOUJI LAIXINLE

贾磊 / 主编

播音

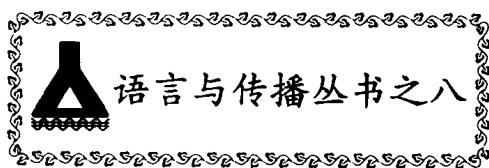
语

音

传



中国经济出版社
www.economyph.com



你的手机来信了

——大学生原创短信息

贾 磊 主编

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

你的手机来信了/贾磊主编. —北京: 中国经济出版社, 2003. 10

(语言与传播丛书; 8)

ISBN 7-5017-6002-0

I. 你… II. 贾… III. ①汉语—熟语—汇编②汉语—格言—汇编

IV. H136.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 054516 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 苏耀彬 (电话: 68354197)

排 版: 金水桥图文设计有限公司

责任印制: 张江虹 封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: A5 印张: 7.625 字数: 160 千字

版 次: 2003 年 10 月第 1 版 印次: 2003 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

书 号: ISBN 7-5017-6002-0/G·1164

定 价: 18.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879

68353624

前 言

手机短信语言的特点、类型和发展

贾 磊

—

5月的北京暖洋洋的。因为突如其来的“非典”，学校里的不少课暂停了。我们坐在校园的长椅上，闻着刚割过的草地的清香，梳理着各自许久都没有回顾的状态和情绪，每张青春洋溢的脸都显得那么从容。穿插在这幅和谐的画卷里的则是各种悦耳的铃声，在校园里，它们总是“余音绕梁，三日不绝”。再看看大家的表情：时而嗔怪含笑，时而动情凝思，时而羞涩难当，时而怒目圆睁，而彼此共同的特点都是专心致志。原来大家都在致力于一种高科技背景下的，高频率、低噪音的“拇指运动”——收发短信。红极一时的手机短信又因为“非典”的出现达到了空前的繁荣。

在这一时期，短信的问候功能被强化到了极限，各种作用也发挥得淋漓尽致。

“阳光照耀的地方有我默默的祝福，月光洒向地球的时候有我默默的祈祷，流星划过的刹那我许个愿：祝愿正在看短信的你平安，远离 SARS!”



“朋友，在这流行非典病毒的日子里，你觉得自己的精神状态如何，是否依旧风华正茂，是否依旧自信无敌？照顾好自己，远离非典！”

也有的短信趁机幽他一默，别有一番情趣：

“想度假吗？速速拨打 120 免费电话，赢得医院七天包食宿超值游！现在拨打还赠口罩、时髦消毒套装、救护车接送等，前十名还可享受免费隔离待遇！”

“一哥们儿买了个 18 层口罩，天天戴着显，专往人多地方跑。昨天俺见他，一句就让他晕了：哥们，你今天口罩戴反了吧？”

此类短信一夜间风靡整个手机世界，而且愈演愈烈。来自上海移动通信和联通上海公司的消息：从 2003 年 4 月 15 日至 5 月 14 日（即非典猖獗的日子），两家公司发送短信总数达 20.4 亿条，比去年同期翻了几倍。灵敏而迅捷的短信在一个特殊时期占据了一个合适的位置，从而取得了一场大捷。其实，在短信年轻的生命历程中，已经有很多辉煌的战绩了：2003 年春节期间，全国的短信量突破 70 亿条；2 月的情人节，各大门户网站纷纷推出短信业务，有关情人节短信发送量都在上万条；而到了今年五一，新浪的手机短信发送量近 50 万条。

某研究集团近日发布的一项报告显示，目前全国城镇地区 18 岁至 60 岁的手机用户中有近 40% 收发过各类短信息，人均在短信方面的月支出水平达到 28.15 元。这对于一个发展中国家来说，绝对不是小数字。

纵观短信的发展史：1992 年，世界上第一条短信在英国某 GSM（Global System For Mobile Communications）网络上，通过电脑向手机发送成功。而后的近十年中，这项新技术一直是默默无闻，短信也未引起人们的重视，这种局面在中国也一直持续着。直到 2001 年初，短信突然异军突起，而且一发而不可收拾。2001 年中国的短信发送量达到 189 亿条，2002 年突破 900 亿条，而 2003 年



据有关人员保守的预测，可能会创下 2000 亿条的新纪录。

如今，短信已成为手机一族生活中不可缺少的部分。它又因为可以整合视频、图片、声音和文字等多种信息形式而被不少人看做继四大媒体之后、又融四大媒体优势于一身的第五媒体。在这么短的时间内实现了如此大的飞跃，短信究竟有何魔力？

二

短信的繁荣并非空穴来风，它有广阔的市场作为坚实的后盾。中国移动电话用户数 2002 年平均以每月 500 万的速度增长，到 2002 年年底，移动电话用户数已达 1 亿 4500 万人。中国的手机用户为手机短信搭建了一个航空母舰般的发射平台。

这个平台不仅承载了短信业务的繁荣，同时也承载着巨大的商业机遇。中国各大网站都看准了这块肥美的土地，纷纷招兵买马，筹建自己的短信服务中心。搜狐、新浪、网易等门户网站不断开发短信服务种类，进一步拓宽了短信服务领域。手机短信业务于是成为一个新的经济增长点。新浪的 CEO 茅道临曾举了个颇有意味的例子：以前，我们所关心的是网民的食指和中指，因为这两个指头控制着鼠标，也就控制着网站的点击率；而现在我们开始对网民的大拇指打起小算盘，因为凭一个大拇指就能熟练地在手机小键盘上“跳舞”，通过无线网络收发短信，已成为大多数年轻网民的最爱。茅道临最后承认，新浪网的赢利手段逐渐从“食指和中指”转向“大拇指”。（摘自长城宽带网《网站赢利新机遇：手机短信和网络游戏》）

短信的出现确实让电信运营商们收入丰厚，创造了新经济的繁荣。但短信绝不仅仅是一种商业现象，它更是一种文化现象。

中国的传统文化讲求含蓄，直至今日，中国人表达感情的方式也还很内敛，让人们面对面地说出情深意重或情意绵绵的话是很尴尬的一件事。所以自古就有鸿雁传书，后来又有了电报、电话、电



子邮件，人们一直在寻求一种最佳的沟通方式。而短信则是继续优化的传输工具，有了它，无论是问候、祝福、致谢还是道歉都是那么的方便，只需把语言转为文字，再蹩脚的话都容易出口了。短信最大的受益者莫过于正在恋爱中的善男信女们，大部分的甜言蜜语在情到未浓时都是很难当面明讲的。可是，发成短信就不一样了。埋藏在心底已久的话终于可以一吐为快，甚至连体贴肉麻的话也可以轻易出口，短信让恋人们越来越爱不释手，已经成为他们增进感情的重要工具了。

曾经有专门的时尚研究公司对手机消费行为进行过调查，结果表明：年龄越大的被访者使用短信的比例越低，20~30岁这个年龄段是使用短信的主要群体。同时，文化程度越高的被访者使用短信的比例越高，大专以上学历的人是主要的消费群体。由此可见，作为一种新鲜的事物，短信首先被年轻而且有文化的人奉为时尚。现在流行的绝大多数短信文本也为他们所创作和传播，似乎短信的出现与青年人的某种需求心理息息相关。

追溯人类历史，从工业革命爆发至今，科学技术的进步可谓节节攀高，人类社会也随之飞速发展。就人际交流而言：书信、电报、电话、传真、电子邮件相继出现，极大地丰富了人们沟通的途径。人类如此快速地改变着生活，生活也在慢慢地改变着人类。人类逐渐习惯了用各种方式替代面对面的交流，大部分的人都希望保留自己的私人空间，于是人际关系的逐渐陌生化也成为一种趋势。而出生于20世纪七八十年代的人已经完全适应了这种交际态度和方式，直至发展为觉得电话也过于亲热了。这时，短信适时地出现了，只需动动拇指，就可以沟通、可以问候、可以搞笑、也可以整人。大家都功利的认为短信既可以联络感情，又能为自己和别人节省时间，而且又是一种极新鲜的玩意儿，何乐而不为呢！到此，短信的内容已不再是关键，它只表示在芸芸众生之中，还有人记得你。所以不论这条短信有多感人，你都不要太在意，因为十有八九



都是转发的。你也可以把同样的短信发给你喜欢或是要表示喜欢的人，即使是他已经收到了N条这种短信，也会高兴地笑纳。

在这些漫天遍地的短信中间，人们最钟情的又是什么呢？据了解：“不许动！抢劫！全部举起手来！男的站左边，女的站右边，变态的站中间，哎！说的就是你，还装着看手机！”在搜狐网上，这条“整蛊专家”的短信息共被发送了150多万次，而排在“爱情宝典”第一的短信仅被发送了17万多次，两者相差悬殊。可见，对于短信，人们看中的常常是它的娱乐功能。曾有人说，中国人的幽默细胞比起外国人来要差得多，可能是因为以前我们要忙于生计，无心顾及吃饭之外的事。而现在当我们的肚子饱了，时间多了，潜藏在心底的游戏意识就被充分调动起来了，当出现了短信这一信息传递平台时，人们就不失时机地抓住了它。

三

社会进步和大众心理的趋同确实为短信营造出了良好的成长环境，不过，外因还是要通过内因起作用，短信这样倍受青睐，必然有其自身独特的魅力。

在诸多的优势中，短信的“价廉”理应排在首位：发一个短信只需要人民币0.1元，不需支付长途费、漫游费，而且接收短信完全免费。这与收、发都需要0.4~0.6元，还有漫游附加费的语音业务相比真可谓节之有道。如今遮天盖地的动感地带（M-Zone）又推出了一项服务，交20~30元的月租费即可获赠每月300~500条不等的短信，这样算起来，一条短信才不过6分钱。相对较高的性价比迎合了城市人追求物美价廉商品的心理，短信想不火也困难啊！

短信的方便快捷更是为其锦上添花，它将电话的接收便利与电子邮件的易于储存两个优势集于一身，可以随发随收，也可以随翻随看。即使是关机，短信也可以储存在手机里。当人们打开手机，



伴随着悦耳铃声、收到新信息的时候，那种感觉真是妙不可言。短信的操作简单，大部分人都喜欢用拼音输入，有初级文化水平的人就可以轻松掌握。而且，熟能生巧，现在手机一族们拇指的灵活程度早已今非昔比。曾经在英国举行了一次全国手机短信输入挑战赛，看谁能在最短的时间内发出一封手机短信。结果，一个16岁的少女只用了1分40秒就输入了将近200个字符，成为英国手机短信输入最快的人。也许有朝一日，人类会因为短信而实现手脑的完美配合，那短信的贡献可就名垂青史了。

短信还具有即发即收和以文本表现的特点，为此，人们又赋予了它一个新的使命——聊天。于是，在一些不适宜说话的场所，原来喜欢左顾右盼的人忽然都沉寂了下来，头埋的低低的，心无旁骛，全神贯注地盯着漂亮的手机屏幕。如今，人们已经越来越痴迷这一方小而精彩的天地，觉得见面交谈太直观，没有短信来得含蓄、有韵味，很多人已选择短信作为主要的交谈工具。地铁里、汽车上、马路上，到处可见用手机聊天的人，如果喧闹的世界因为短信而减轻了噪音的分贝，也算是人类科技的神来之笔。

短信科技也没有辜负人们的厚望，尽心竭力地方便用户。中国最大的移动通信运营商——中国移动通讯，为短信等增值业务开发了“移动梦网”平台，专门为用户提供新闻、财经、证券、娱乐等信息定制服务；经营固定电话业务的中国电信和中国网通也在试图进入短信市场，两大公司目前正在大力推行“固网短信”业务，将短信的市场范围拓展到了固定电话领域。至于QQ、校友录、E-mail、电子商城这些年轻人的领地，也都可以连接手机短信。在有的城市，甚至买地铁票、买零食都可以通过短信来实现，看来，我们现在几乎是“学会发短信，走遍天下都不怕”了。

四

流行的短信文本不胜枚举，而且花色繁多，种类齐全。当我们



再次翻开曾经人气鼎盛的短信时，会有一种故人重逢的感觉，因为，作为一种记录语言的方式，短信以一种特殊的视角记录了文化的发展和社会的脉搏，与此同时，语言也在实现着自身的发展。

从五四新文化运动以来，白话文就取代了文言文成为人们最主要的交际语言，文言文只能作为承载中国悠久历史文化的语言工具，登不上现代语言交际的大雅之堂。但这并不代表文言文就彻底退出了交际语言的舞台，而是因为缺乏必要的社会文化、心理、语用的条件，它正处于一种潜藏着的状态，当这些条件一旦具备，它便像藏在水面下的冰山，慢慢地显露出来，实现潜语言形式的显化。而文言文在某些短信中的复出恰恰证实了语言发展的这种规律。在短信网站中，有很多以文言文为主的短信：诗词歌赋、孔庙卖文、妙语巧对……大家都在舞文弄墨、尽情挥洒：“锦瑟无端五十弦，一弦一柱思华年，庄生晓梦迷蝴蝶，望帝春心托杜鹃，沧海月明珠有泪，蓝田日暖玉生烟，此情可待成追忆，只是当时已惘然。”不仅是这种规则的文本，人们的对话也“文起来”：“今夜吾纵观天象，吉，汝尚能饭否？”“近日偶感小疾，无心插柳，觅得意中人，护士也！今大功告成，忙也！”这里运用的是古文体、文言文，双方你问我答讲述了这样一个有趣的小故事：某人看天气很好，心情也不错，就约朋友去吃饭；那个朋友说自己这几天身体不太舒服，去看医生，无意中和护士一见钟情了，现在正忙着花前月下，所以不能前往。对话以这种形式表现出来，真是“别有一番滋味在心头”。虽然目前这种用文言交流还只是“小荷才露尖尖角”，但它毕竟说明了退役多年的文言文又部分登上了语言交际的部分舞台，作为样式之一逐渐出现在人们的交际生活中，谁能说若干年后这种样式不会发展呢？谁能说若干年后这种样式的发展不会使中国的现代汉语里的某些表达里又增加了些许古典的魅力？只是不知到那时候人们是否还记得，当初是短信为它提供了一个初显的平台。

短信表现的内容都是人们关注的问题，是人们目光的聚焦点，



它紧跟社会发展，极具时代性。从语言的角度说，语言是一个亚稳体，分为较稳定的内核和较活跃的外层，而短信语言就属于外层的语言现象，既新鲜活泼又新颖生动。在人们经受“非典”洗礼的日子里，短信有了很明显的倾向性，有关“非典”的短信倍受人们的瞩目。因此，如今很多“流行新发关键词”的诞生，短信也起了推波助澜的作用：有些词汇是本来就存在，只是在特殊的背景和条件下被反复多次地使用从而“身价”大增，由默默无闻瞬间成为“宠儿”，如：“疑似”“隔离”。有的词汇则被赋予了跟本身不同或者更广阔的意义，如“小汤山”，它本来是一个地名，我们可能给予的最好解释就是“昌平某村”，现在它成了“北京大型非典专门治疗和隔离区”的代名词，人们对其含义较深层的理解，就是非典病人远离人群集中的城市医院，地处郊县，容量和专业治疗手段超级强大的完全隔离区。最近全国各地无论有无疫情的城市，都在积极营建自己的隔离医院，也都称之为“小汤山”，由此可见，“小汤山”这个词的外延在逐渐扩大。还有一些新词汇的诞生我们尽管从感情上不情愿，却还要正视它可能长期存在的现实，如：“非典”“萨斯”。“非典”是广州的呼吸病专家钟南山为“SARS”而定的中文名字简称，它的全称是“非典型肺炎”；“萨斯”是“SARS”的汉译。

因为“非典”的流行，又让我想到了“非常”这个词，当“非常男女”“非常可乐”“非常时期”横扫大江南北的时候，在语言学界引起了一股是否可以“副词+名词”的争论。我们认为，既然它的交际值很高，就应该将它视为是规范的，也有人持不同的观点，认为它违反了语法的规则，是不规范的。而“非典”的出现似乎可以停止这场论争，因为“非典”的命名，从词汇和语意的角度上说，都是非常科学和严谨的，而且作为一个常用名词，它成就了“非典型”这个短语。如今，我们的报纸、网络上“非典型”成风：《“非典”时期的“非典型”生活》《非典型游行》《非典型射手的忧伤网事》《非典型摇摆精选》，而对“非典型”的用法却大可以放



心，因为“非典型”本来就是当“不具有一般的代表性的”讲，它的后面可以理所应当地加名词。因此，我们可以大胆地预测，“非典型”或许会取代某些“非常”的地位，成为既利于交际又符合既定语法规范的常用词语。

看来，对于语言学及应用语言学这一学科来说，在抗击“非典”的斗争中，它也有自己的使命。而作为一名语言工作者，随时跟踪语言的发展和变化是必须的。以前，我们都将注意力集中在报纸、广播、电视、网络这几大媒体上，现在，因为短信的出现，我们又有了新的研究阵地。下面就是对短信语言的简要分类及分析：

一、表问候：

“天气预报：2003年，你将遇到金钱雨、幸运风、友情雾、爱情露、健康幸福云、顺利霜、美满雷、安全雹、开心闪，请注意它们将会缠绕着你整一年！”

“愿健康快乐像阳光普照大地般环绕在你身边，愿幸运幸福像春雨滋润万物般飘洒在你左右。”

这一类短信语言清秀、隽永，意味深长，更有一些带有较强的哲理性和启发性。他们往往出现在各大节日、生日或病榻前，其特点呈现出多样性和唯美主义。

二、表亲情：

“亲爱的妈妈：您曾用您坚实的臂弯为我撑起一片蓝天，而今，我也要用我日益丰满的羽翼为您遮挡风雨。妈妈，我永远爱您！”

“皱纹深深，不再年轻，是归于您为我付出的艰辛；白发根根，风采依然，源自儿女的世界里流淌着您生命的清泉。伟大的母亲在母亲节快乐！”

表亲情的短信主要集中在除夕夜、母亲节、父亲节三天亮相，一时间铺天盖地，然后又悄无声息。但是却有这样一个怪现象：子女给父母的短信空洞无物、陈词滥调，用语吝啬；反过来，父母给孩子们的却是最无所顾忌的、最质朴、表爱厚重至深的语言：



“孩子，春捂秋冻，千万别脱了毛裤，钱不够花，妈给你寄，加强营养，加强锻炼！”

三、表爱情：

“爱一个人就是在拨通电话时，忽然不知道说什么好，原来只是想听听那熟悉的声音，原来真正想拨通的只是自己心底的一根弦。”

“有一种默契叫做心照不宣；有一种感觉叫做妙不可言；有一种幸福叫做有你相伴；有一种思念叫做望眼欲穿。”

表爱情的短信语言婉转、含蓄甚至凄美，它们相当多的一部分是对美好寄托的“赞美诗”，有的模仿宋词元曲，很像千年前的吟诗作对，有的是一种绝望的哭诉，因为爱情不都能遂人愿，还有的是表达一种强烈的渴望。更有些即兴的短信，语言晦涩难懂或是深藏暗喻，“天知，地知，你知，我知”是它们的最好写照。

四、表友情：

“在我记忆的画屏上，增添了许多美好的怀念，似锦如织。我亲爱的朋友，请接受我深深的祝愿，愿所有的欢乐都陪伴着你。”

“朋友，不一定合情合理，但一定知心知意；不一定形影不离，但一定心心相惜；不一定锦上添花，但一定雪中送炭；不一定常联络，但总放在心上！”

朴实无华的语言吐露着沁人心脾的大实话，表友情的短信始终在向对方表达着这样一个主题：在我的生命中朋友最重要。这种短信具有较大的随意性，海阔天空，兼容并包。有的只是几个字，像“哥们，想你了”，却蕴涵着强烈的感情。有时候闺中密友之间、同寝兄弟之间的一些短信虽然稍稍“不堪入目”了一点，但却保持着“无距离”的感觉。

五、幽默：

“尊敬的用户，您好！您的话费余额已不足一元，请您在近日内：卖儿卖女卖大米，砸锅卖铁卖点血，卖房卖地卖老婆，把手机



费交上，谢谢合作。”

语言诙谐、夸张，多以笑话和布告通知的形式出现。此类短信传播速度奇快，有的是对民间文学的改编，有的是对传统曲艺的借鉴，近来这种改变和借鉴多呈相互性。如央视抗击“非典”晚会中郭达大嚷“世界上最早的非典出现在三国时期，曹操语：非典，我命休矣。”熟悉短信的朋友都知道这句台词的出处。（非典短信：“一位网民宣布，其考证出中国最早记载非典的文献是《三国志》：曹操遭偷袭，幸有典韦舍命护卫。曹操脱险后知典韦无兵器，泣：典危矣！非典，必死也！”）

六、整蛊：

“你长得很有创意，活着是你的勇气；丑并非你的本意，只是上帝发了一点脾气；你要勇敢的活下去，如果没有了你……谁来衬托驴的美丽！”

“如果我是骑马的，你可以叫我马夫；如果我是驾车的，你可以叫我车夫；如果我是管账的，你又该叫我什么呢？”

语言简练，出其不意，搞笑色彩浓重。现代都市人往往把生活中的压抑和困惑用一笑而过的方式来淡化，“整蛊”就成了他们的主要手段。当然，短信世界并非名利场，也不是无厘头闹剧，此类短信的编辑者多自命“白领”“小资”，他们常常用嘲笑或自嘲来表达自己的喜怒哀乐。这种整蛊短信的传递性是惊人的，接收者虽然受到了愚弄，却满心欢喜，然后再发现宝贝似的与人共享。有节有度的整蛊短信，已经成为了人们日常生活的调味剂。

短信语言作为一种崭新的语言形式，我们不能单纯地把它归类到书信语言当中，尽管它们有很多的相似。短信语言是应用语言学领域的一个新的研究对象，它将始终以独立的个体存在。短信语言的特点鲜明、醒目、直观，不难为我们所掌握，作为一种新兴的文本形式，其特点很有研究价值。

我们无从考证是谁首先给短信下的定义，至于为什么命名为



“短信”而非其他，一个“短”字道破玄机：短信的最大特点就是简练。一条短信最多为 70 个字符，这是受到严格限制的，短信的物理条件决定大家都要长话短说，这样你简练，我也简练，把短信文本弄得既短小精悍又意味深长。这种既节省时间又节省精力的简练还体现在它明快的节奏上。古诗词之所以美，主要应该归功于用韵和平仄；现代汉语说起来琅琅上口，运动变化着的节奏可称为是关键，短信语言也是如此。来看一对寻常的短信：“我来了，在等你，办公室，你人呢？”“对不起，在开会，喝口水，就回来”，来往共 24 个汉字，三字一组，3/4 拍的节奏，所要表达的意思明确，流露着家长里短的温馨。这种语言少而精，奇而妙，一鸣则以，一鸣惊人，字字掷地有声，关键之处画龙点睛。如果看到有人拿着手机，面有思忖色，久久不肯放下，那一定是一条极富哲理的短信又诞生了。而对这种文本形式，大家都宠爱有加，乐此不疲。2003 年过年，最简练的一条短信就是“羊年大吉”，虽然仅有 4 个字，但同样表达了人们心中最真挚的祝愿。使巧劲，大手笔，语言简洁，主旨明晰，节奏欢畅淋漓，这就是短信语言的绝妙之处。

俗话说“笑一笑，十年少。”短信的幽默取材广泛，逻辑小品也好，民间笑话也罢，只要精彩都可以为我所用。除了有问有答的聊天型等短信息，现在的大部分短信都趋向应用于人们学习工作之余的放松休闲，能博得平日里精神紧张的现代都市人嫣然一笑，它的目的就达到了。因此，语言是否幽默就成了衡量一条短信质量高低与否的重要标准。幽默短信的类型有很多：有的是短信本身妙趣横生：“虽然工作是枯燥的，赚钱是辛苦的，但理想却是无比远大的……等咱有了钱，喝豆浆吃油条，想沾白糖沾白糖，想沾红糖沾红糖，豆浆买两碗，喝一碗，倒一碗……”更多的则是用声东击西的方式损一下看短信的人，时称整蛊短信，这是人们津津乐道而且利用频率最高的。例如：“月色浓浓如酒，秋风轻轻吹柳，菊花开了许久，你在何处奔走？天气冷了许多，你加衣服没有，城市不让



养狗，主人打你没有？平安可要来电，免我心中挂念。——旧主人”而短信语言的幽默性通常靠“甩包袱”的方式托出，这一点很大程度上是对传统曲艺类型——相声的借鉴。短信语言的“甩包袱”还不同于相声，相声是先讲故事平平常常，然后循序渐进，快要到引人入胜的高潮时，话题一转，接着笑料一抖，包袱展开，结束。这里的包袱与整个故事具有较强的连贯性和顺序性，逻辑上可以讲得通。而短信“甩包袱”上来就顾左右而言它，声东击西，而且高潮迭起，往往先叫人浮想联翩，拍案惊奇，结局却倍感扫兴，甚至成为了对方讽刺和侮辱的对象，中了圈套，不能自拔。两种不同的甩法，前者是听者尽兴，精神愉悦，轻轻松松，回味无穷；后者是看者跌入一个接着一个的陷阱，垂头丧气，被刺得遍体鳞伤，但还得偷着笑。而且，相形之下，短信的互动性更为明显，接收者的也有更强烈的参与意识，大家都希望将自己置身于这个既轻松又主动的游戏环境之中。短信语言的幽默，不仅是诙谐的拼凑，更多的是语言本身的艺术和用者驾驭语言、排兵布阵的功夫。就像写小说要出其不意才能牵动人心一样，短信区区70个字，同样也要有峰回路转，而且要转得又快又狠：“朋友，现在请你摸摸自己的脸对镜顾盼，微微笑一笑，如果肤色粉红，脸上的绒毛鲜嫩柔软，那么说明您很健康。好了这次的《养猪知识讲座》就到这里！谢谢收听，咱们下次再见！”现在流行的大部分短信都具有这种特征，看到前部分容易让人想歪，看完了之后，才觉得作者真是坏得可爱。其实，这也是对语言形式的一种创新，而且是给世界增添欢笑的一种创新。

短信语言是为什么而创作出来的？传递信息，表达问候，沟通情感……总有一定的原因，可以说短信语言的一个显著特点就是它的功利性，也就是较强烈的目的性。这个“功利”不是功名利禄，而是功效和利益。名诗人做诗大多是有感而发，用文字来纪念自己灵感勃发的一瞬间，可以说他们没有很直接的功利；而短信作为一



种交流方式，它的针对性却很强，没有人会毫无目的地乱发短信，哪怕只是一个笑话段子也表达着“我惦记着你”这样一个话外音。不管是直抒胸臆，还是隐晦含蓄，短信语言都在向对方传递着一个有用信息。思念亲人，问候朋友，联络感情，通知事情，谈情说爱……各种理由、各种条件催生着一个又一个短信的形成。“‘非典’流行，不防不行；室内通风，校内密封；经常洗手，坚决遵守。”这是一条流传在校园里的极其普通的一个防“非典”短信，它的功利性表现在树立所处隔离区的同学们互相勉励、互相鼓舞、一致战胜困难的决心。“你在时，你是一切；不在时，一切是你。”这是恋人间的短信，简单、朴实，它表达了对爱情的忠贞不渝。一条叫人印象深刻、久久不能忘怀的短信也强化了发送者在接收方心目中的地位。短信是消费的一种，虽然没有一个明确的量化标准，但是每条送出的短信都具有价值、使用价值和反馈价值。短信语言的功利性强弱决定着反馈价值的大小，而短信语言的编辑技巧则影响着短信语言的功利性。因此，短信语言的编辑就非常重要，它要随着条件的变化而不断变化，即不同的人物、时间、场景、目的要有不同种的短信来适应。短信的语言要勤更新、勤换代，切莫“阳春白雪”到底或者一味的“下里巴人”，审时度势非常重要。比如，现在我想征稿，要原创短信，我敲了这样一个短信：“三天内速创作至少5条短信给我，不得延误！”然后发给我几个亲密无间的朋友，显然这种口气他们不会见外。可是我还要发给几个约稿人，就不能照用先前的口气，“请您速创作短信若干条，即将成书，急，谢谢！”这样他们就会欣然接受。

五

科技是一把双刃剑，它在恩泽人类的同时也打开了潘多拉的盒子。物理学、生物学、化学等学科的飞速发展，都曾经给人类带来了灾难。短信科技的横空出世虽然没有带来如此严重的恶果，但其