

同步性中的“存在感”： 经由直播媒介的人际交往与日常生活

张丽华 骆世查

摘要:该研究立足于直播媒介的独特性,即“同步性”,从理论与经验的层面考察直播如何改变了人与人之间的交往关系,进而分析这种关系如何重塑日常生活。将主体诠释中不断浮现的“存在感”与同步性嫁接起来,并根据信息传递能力与反馈范围,将“存在感”概念化为基于直播媒介的同步性所生成的关系。它涉及三个层面:在一对一的互动中所形成的“个人关系”,指涉玩家与媒介人物之间亲密之感;当某位玩家成为直播间的互动焦点,众人的回应成为其声望、实力的象征,即一对多或多对一的互动中所形成的“表演关系”;在多多互动中形成的“共享关系”,玩家只要涉入其中便无主次之分,分享共同的情感体验。研究还指出,直播媒介中的人际交往对日常生活的改变可用“直播化的日常”来概括。亦即,在直播间中生出的人际羁绊重构了直播玩家的日常生活,这体现在生活序列、生活构成,以及生活习惯等方面。

关键词:直播;同步性;存在感;人际交往;日常生活

中图分类号:G209 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)04-0064-14

项目基金:国家建设高水平大学公派研究生项目(201806100028)

一、导言:“直播”作为问题

网络视频直播是指“依托网页或者客户端技术搭建虚拟现实平台,以主播(主要是草根达人)提供表演、创作、展示以及支持主播与用户之间互动打赏的平台,是一种基于视频直播技术的互动形式”^[1]。据中国互联网信息中心统计,截至2017年底,中国网民规模达7.72亿,手机网民占97.5%,而真人秀直播用户规模增速达到51.9%^[2]。另据艾媒网发布的《2017—2018中国在线直播行业研究报告》,2017年中国在线直播用户规模达到3.98亿,至2019年预计用户规模将突破5亿^[3]。也就是说中国网民中有一半以上都是在线网络直播用户,其在受众基础上也不断趋近手机网民的总量。毫无疑问,极具潜在规模效应的直播媒介引得产业界人士的密切关注,而从产业管理角度对之进行研究也渐成主流。

按中国最早的视频网站创始人刘岩的说法,视频直播行业有两条发展轨迹:一是从早期的聊天室而来,例如YY、9158等;二是从原来做在线视频的网站而来,比如“六间房(6Rooms)”。从经济学的角度来说,这两条轨迹的核心差别就是在线用户的规模。前者“本质上还是做少数用户之间的沟通和聊天”。后者“就是一个大的舞台,千万人进来。虚拟礼物不是我们发明的,之前在聊天室里就有,但‘秀场’模式是六间房缔造的,今天它已经成为一个很大的行业”^[4]。

秀场直播的模式被视为是一个“里程碑式的启发”。“你当着10万粉丝的面给我送花,跟当着10个人的面感觉完全不同,咱俩之间开始形成某种关系……我们给大家制定这样一个机制,他们在使用的時候找到了各自的感觉,彼此会再互相强化,最后就形成了一种大的消费氛围。当然这要考

验你的产品能力,要构建一种社区关系,这是基本功。你要在这里面构建不同的阶层,每一个阶层的人都有他存在的意义和价值,而且都有上升到更高阶层的可能性。”^[4]尽管这番话是站在盈利的立场上来谈的,但是其中蕴含了“直播”不同于其他新媒体的独特性。第一,何谓“感觉完全不同”?用经济术语来说就是“并发效应”,用传播学术语来说就是“同步性(synchronicity)”。“当着10万粉丝的面”意味着直播所带来的“感觉”绝非其他社交媒体的互动模式可比,众多的他人必须同时在场。诚然“同步性”指涉的是沟通双方话语轮次的时间间隔,直播媒介创造了一种沟通双方以及众多他人同时在场的同步性。第二,是“关系”而不是“内容”成为形塑直播媒介的核心。经由直播建立的关系也规定了新的礼貌策略(politeness strategies),并且它指向的是“各自的感觉”。亦即,直播媒介的使用与满足在这里并非强调某种分殊,而是被“同时找到”。第三,经由直播的交往“感觉”和“关系”的建立指涉“存在的意义和价值”。

可以说,直播平台的信息流通方式构成了一种新型的沟通情境:直播技术的可供性,使用户们同时交流成为可能,但这与面对面场景中的人际交往不完全类似,主播主要依靠口头语言和肢体语言与观众互动,言语动作神情会被观众尽收眼底,而观众则是通过文字和礼物与主播互动;多人同时在线,为用户们(不论是主播还是观众)提供了一个“秀”出自己的舞台。因此,作为媒介的直播是在“一对多”的沟通情境上,又叠加了一层“多对多”的沟通情境,主播与特定观众的重点互动,又形成了“一对一”的传播实践。也即,主播与数量众多但特定的用户的即时沟通本身,也与众多其他用户发生着互动关系。

结合传播史来看,“直播”的沟通情境是非常独特与罕见的。通常,根据传播活动中参与者的数量与交流互动的本质来划分,会有一对一、一对多,以及多对多三种形态。其中,“多对多传播的先例并不多。”^[5]而整合两种以上传播形态的则更为少见,“二级传播”的观念可以说是对“一对多”和“一对一”传播模式的整合。延森(Klaus Bruhn Jensen)还将这三种传播形态与“同步性”和“异步性(asynchronicity)”进行排列组合,并在丹麦开展了网络用户日常生活中的交流与传播行为调查,结论显示“异步的一对一传播”与“同步的一对多传播”是使用频度最高的两种传播模式。然而,同步和异步的多对多传播是最不受欢迎的传播模式^[6]。那么,直播在中国,又何以使得最不受欢迎的传播模式彰显出崭新的媒介效应呢?

鉴于此,“直播”的沟通情境实际上为我们考察人际交往的新型模式提供了弥足珍贵的案例。一方面,它强调“一对多”“多对多”“一对一”传播形态的整合;另一方面,这种整合的传播形态被严格地置于“同步性”的框架当中。这一在传播史和学术史上的稀有情况,却在现实生活中迸发出令人瞩目的传播力。因此,直播媒介的出现不仅为我们深化理解传播形态和媒介融合提供了可能,而且数字媒介变革的现实也推进这种理解的深入。

将“直播”作为问题提出来,并非重蹈商业逻辑或产业管理的考察路径,而是聚焦于以其作为媒介的新型沟通情境,从人与人之间的交往传播这一视野来看“直播”为我们构建了什么样的关系?而这种人际交往关系又是如何改变了我们的日常生活?这指涉两个层面的回答,首先在理论层面,直播的出现让我们对交往关系、日常生活的理解具有哪些新的可能;再者是经验层面,直播的介入究竟如何改变交往,又如何重塑日常生活。因此接下来笔者将首先对关键概念进行理论爬梳,紧接着诉诸经验研究,并使前后产生呼应。

二、直播媒介的同步性与日常生活脉络

(一) 电脑中介传播与“直播”的媒介特性

前文业已阐明,直播媒介是对多重传播形态的整合。尽管指涉这一新型的沟通情境,但“直播”这一观念本身却并不新。事实上,“直播”作为一种观念在大众传播媒介时代已被广泛采用,例如在报纸上会使用的“现场直击”,在广播上会使用的“在线实时直播”,在电视上会使用的“现场直播”和

各类“直播间”。这种观念与时间有关,它在某种程度上使得新闻生产成为一种“追分赶秒”的组织实践^[7],尤其是在网络技术的影响下,报纸新闻生产的“时间秩序”被重构,新闻人需要应对的是一个不断“加速”的生产节奏^[8]。

大众媒介时代的直播对“同步时间”感受的强调为我们理解网络新媒介提供了一条重要线索。从技术上讲,大众媒介的直播并不是严格意义上的“直”播,报纸、广播、电视对媒介内容的处理都有一个或长或短的周期,哪怕这个周期只有半分钟。这莫不说明大众媒介是作为一种社会机构,并基于不同程度和方式的策划手段来运作的,强调对内容的管控。而作为网络新媒介的直播则更多体现在个体的层面,无论是基于直播媒介的交往实践还是内容生产都与机构式的运作逻辑截然不同。网络直播生成了一种严格的“同步时间感”,这与技术上是否彻底地实现完全的时间同步倒不是首要相关,用麦克卢汉(Marshall McLuhan)的话说是在“感官比率和感知模式的层面”^[9]实现了“秀场”的逻辑,这才是网络直播平台在媒介意义上的独特之处。

除此之外,大众媒介时代的广播、电视是一种“单向”的播放式媒介,但是在某些时刻它依然能唤起观众的共同情感。诸如竞赛、加冕、征服等媒介事件上,在与远方事件同步的过程中,“观众积极地投入庆典之中,喜欢结伴收看,还做些特别的准备——比如特别的食物——以便更充分地投身进去。”^[10]“这些由电视直播的事件之所以产生相应效果的秘密就在于观众从别的机构带来的、使被动观看变为仪式参与的角色。”^[10]

而经由电脑中介的人际传播由于缺乏面对面交往中的非语言线索,与同步性相关的“时间线索”受到了国外学者们较多的关注。在电脑中介的互动中,时间线索可以被用户觉察到,例如当他们收到信息的时候,或者互动过程中,两条信息的时间间隔都有可能影响我们对那些发出信息的人的判断。Walther和Tidwell的研究显示,在电子邮件沟通中,时间线索对于双方关系具有重大影响,发送信息的时间和回复信息的时间,是交往双方评价其沟通伙伴的重要来源^[11]。Kiesler等人也发现,即时电子通讯可能会使人们期待对方的立刻回应^[12]。在交谈过程中,即时的信息交换会给参与者带来认知负担,从而忽视一起交谈中的其他成员^[13]。因此信息超载的问题也成为研究者们关注的焦点^[14]。Dennis和Valacich则认为即时反馈、符号的多样化、频宽(多样化媒介配合使用)、可编辑性、信息的再加工这五种特征影响着沟通的质量,因此他们提议用媒介同步性理论代替媒介丰富度理论^[15]。也有研究发现,在非亲密关系中,对他人的延迟回应表示认为对方不重要,甚至是不喜欢对方^[16]。莱文森(Paul Levinson)在分析Twitter时,也注意到了同步性的巨大潜力:“Twitter革命胜过任何旧媒介、新媒介或新新媒介,其短信的手法几乎与构想和书写同时,都立即完成……如此,Twitter的远程传播就像近距离交谈一样轻而易举、毫不费力。”^[17]

不管是同步还是异步的电脑中介传播,时间都是至关重要的一个变量,人们可以根据自己的需求更直接地操控它^[18]。例如Darics通过研究人们对即时信息的使用与接收发现同步性媒介和异步性媒介不再边界分明^[19]。这些研究都在不同程度上触及了媒介本身的影响,不再局限于描述性的媒介划分。此外它们也将媒介作为一种工具,放到亲密关系、组织工作、新闻生产等别的论域当中来探讨其作用和价值。这对于媒介研究本身来说还是存在一定缺憾。就直播而言,我们首先需要知道,基于直播的新型沟通情境是如何可能的?笔者认为,直播媒介的时间线索是围绕着“同步性”来展开的。从传播过程和互动方式来看,参与者是共同在场的,互动也是实时发生,而且多方传播者的交往关系和认知反馈也都建立在同步性之上。正是基于同步性,直播媒介不仅与大众媒介,也与其他网络新媒介区别开来。从人际传播的角度来看,人际关系固然同时遭遇多重媒介环境,但这里更希望强调经由直播的人际交往是独特的一种。这里的重点并非是想通过直播交往来看这一媒介如何与其他媒介发生关系并影响既有的关系网络,而是反过来,旨在从人际交往的角度来看直播媒介的独特性。

(二)“同步性”及其交往情境

同步性是一个与时间有关的概念。时间是文化、社会和个人生活中的核心部分^[20]。这出自时间学(Chronemics)的范畴,后者涉及我们如何感知、结构以及对时间做出回应,如何解释在时间中的互动;我们从文化中学到的关于时间的规则,即如何使用和解释人的及时性、等待时间、前置时间、时间中的活动等等,以及我们对遵从或者违反这些模式所赋予的意义^[21]。时间学对于传播行为和过程来说具有重要意义。传统上,接触媒介的时间长短是测量媒介效果的核心变量。不久之前,关于媒介时间与媒介空间的讨论在文化批判的意义上也推陈出新。直至当前,后人类时代的媒介融合提供的是多维的时间经验^[22]。而对于“直播”这种在命名上直接指涉时间线索的媒介,时间的维度是我们把握其媒介特质所不能绕过的。

同步性是一种行为以相同的速率和完全一致的方式运动的状态^[23],当个体表现出一种具有共同关注点的协调一致的行为模式时,他们之间就存在同步性^[24]。同步性媒介具有即时反馈的特性^[25]。Carlson 和 George 区分了同步媒介和异步媒介,前者包括:个体或者团体中的面对面互动,打电话、视频会议,即时通讯/聊天;异步媒介包括电子邮件、传真、信件、备忘录等^[26]。但是,就同步程度而言,电子邮件、短信和博客可以在中等和低等级之间交替使用。这类研究将同步性看成是媒介分类的标准之一,而没有将同步性本身作为媒介特质以展开专题研究。此外,这种媒介划分试图横跨大众媒介和网络媒介,这一立场本身就是可疑的。其所谓的即时反馈特性,仍秉持的是大众媒介时代所常见的主客二分的预设,时间线索的进入只不过说明了主与客之间的沟通效率如何形成了特定的媒介定义。在作为网络新媒介的直播中,同步性首先要被视为一种感知比率和交往尺度的变更。

麦克卢汉曾说任何媒介的使用或人的延伸都改变着人际依存模式,正如它改变我们的各种感觉比率一样。^[9]如果以同步性带来的感知比率和交往尺度的变更考察不同形态的传播方式,我们就会有如下发现:面对面的人际交往是同步性传播的例证,它实时发生在人能感觉的范围内。例如翁(Walter Ong)认为“口语词具有声音的物质属性,它始于人体内部,使人能够互相展示仪式分明的内部人格,使人得以为人,使人组成关系密切的群体。一个人向听众说话时,听讲的人一般就成为一个整体,不仅自己结为一个整体,而且和说话人也结为一个整体。”^[27]柯林斯(Randall Collins)坚持认为只有在面对面的情境中才能建立起强烈的团结意识,“亲身在场使人们更容易察觉他人的信号和身体表现;进入相同的节奏,捕捉他人的姿态和情感;能够发出信号,确认共同的关注焦点,从而达到主体间性状态。”^[28]这些声音、视觉、身体、姿态和情感等人际传播线索由于“同步性”的直播情境在很大程度上又被召唤回来。

(三)“直播”的日常生活脉络

以上所论证的主要是“直播”作为媒介的诸个面向,而若要落实到人与人之间的交往传播这一论域上来,就无法忽视其在日常生活中的经验构成。不同于“使用与满足”理论对媒介使用的封闭式测量,受众研究在日常生活脉络这一点上已有长足的探索。

Perti Alassutari 提出接受分析(Reception Studies)的三个阶段^[29],第一代以霍尔(Stuart Hall)为代表,即“编码/译码模式”,已有许多研究讨论过这种解读方式的局限性。从第二代接受分析开始,便强调将受众的媒体经验纳入较大的社会情境脉络,这尤其体现在受众民族志方法的大量运用。有学者总结道,“近十年来,民族志传统,如关注日常生活中的文化实践,强调媒介消费与群体身份认同建构的关系等,在西方受众领域得以延续。”^[30]的确,我们可以从这一阶段的文献中读出日常生活中“媒介”的角色,而非日常生活对受众“媒介使用”的影响。所以这里并不是美国传统的使用与满足理论的复兴,其重点在于媒介介入日常生活之后如何带来不同“关系”的变化,如权力关系、亲密关系、性别关系、家庭关系、社群关系等。例如 Ien Ang 的《达拉斯》研究^[31]和 Dorothy Hobson 的《十字路口》研究^[32],都同时强调受众所属的诠释社群对于观看行为与意义解读的影响;David Morley 的《家庭电视》研究呈现了家庭成员如何使用电视,电视以怎样的形式在家庭中确认了各种关系^[33];

Abercrombie 和 Longhurst 则是从消费与认同的观点研究受众的媒介使用行为,重视受众的媒介消费所展现的自我形象的搜寻和建构。^[34]中国学者也在将媒介与日常生活勾连的同时,发现交往关系的变化:例如周红丰的博士论文从“婆媳剧”的观看行为着手,发现在女性个体化进程中,收视现象从家庭观看模式转移到个人化的观看,日常收视现象越来越具有家庭/个体的双重含义^[35]。

而所谓的第三代接受分析则采取建构主义的视角,加入了“反身性(reflexivity)”的维度,重思日常生活中“媒介”的位置,重思“受众”概念本身,也重思整体文化研究中“媒介研究”的位置等。这一代在针对日常生活脉络的受众民族志上走得更远,研究背后所关切的问题,如受众如何认识/建构自身作为“受众”这一事实?另外,研究者如何理解所谓后现代场景下的“田野”,并且自己也成为田野的一部分?台湾学者张玉佩考察了网咖这一传播技术对兰屿原住民社会日常生活的改变,发现之一即兰屿的青少年透过网咖互动而集结成为诠释社群^[36]。换言之,“关系”也并非既定群体的互动和边界,而是受众和研究者基于不同的情境建构出来的。

在对受众积极参与意义生成的考量之下,港台学者提出用“阅听人”的概念替换“受众”一词的主张,以凸显主动之意涵。张玉佩辨析了两种范式的阅听人概念,分别是行为范式下的先验阅听人,以及接受分析范式下的主动阅听人、情境阅听人^[37]。Abercrombie 和 Longhurst 也提出直接阅听人、大众阅听人与扩散阅听人的概念^[34],前两种阅听人基本可以对应行为范式与接收分析范式。但接收分析发展到晚近以越来越强调所谓后现代场景与反身性思考,亦即在网络上的阅听人愈发对自己的阅听行为有自觉评判能力,这也就对应上扩散阅听人的概念。如此,无论从理论发展中对受众主动性的凸显,还是“受众”这一概念本身所遭遇的新语境,都要求在日常生活脉络中去把握受众对媒介的体验与分析,直播媒介亦复如是。总而言之,日常生活脉络不是可有可无的“背景”,抑或仅仅是充斥着常识会话的地方。直播媒介调解不同传播形态,也就再度编织了人际交往的不同范畴。构建新型沟通情境的过程,同时也是重塑日常生活脉络的过程。

本节旨在说明,在理论的层面,日常生活脉络与人际交往模式何以成为探照直播媒介的必要切口。简言之,在社交媒介及其资讯弥散遍布的后现代场景中,广泛、异步、轻量、碎片、永远在线等似乎才是媒介的典型特征,而“直播媒介”恰恰以其“同步性”勾连融并三重交往关系,在理论上便会浮现出独特的日常生活脉络。接下来我们将转换到经验的层面,考察直播在人际交往和日常生活中的意蕴究竟是什么。

三、经验调查架构

(一)现有“直播”研究

直播研究在近年来愈发成为热点题材,在新闻传播学科以“直播”为主题的硕士学位论文已有700余篇,仅2017至2018两年就占了一半,多以特定类领域的直播现象为焦点,例如电子竞技和体育竞赛类直播。尽管其中也有60余篇以“受众”作为关键词,但比较多地停留在媒介使用的层面,例如通过参与式观察和问卷调查测量直播使用群体的个人成长动机、认同心理动机、娱乐消遣动机和易用性因素等^[38],又如从使用与满足理论来考察直播媒介对受众的影响^[39]。而新闻传播学科以“直播”为主题的期刊论文也超过了2500篇,其中以“受众”作为关键词的成果也显示出与学位论文相似的问题,较多聚焦在受众的行为和心理动机层面。

而在研究课题与学术专著方面,主流的研究角度还是行业分析与产业管理。例如2017年出版的《直播革命:互联网创业的下半场》,就主要是从产业、行业、技术等角度阐释直播平台的兴起原因,乃至直播的各种商业模式及其商业操作^[40]。2017年获得国家社会科学基金青年项目立项的三个直播选题分别是深圳大学王健磊的《网络视频直播管理研究》,华中科技大学刘锐的《网络视频直播的多元协同治理模式研究》,北京师范大学杨雅的《网络视频直播影响力测评研究》,包括若干省级、校级课题在内,也主要是将直播看成某种经济/文化产业。

以上这些角度为我们提供可贵的经验,但同样也印证了前面的分析。不同于行业与实务层面的分析,本文更希望从人际交往和日常生活脉络出发,研究直播媒介何以帮助我们再度认识“关系”,并且怎样改变了人们的日常生活。

(二) 研究目的与研究问题

本研究的目的,在于了解直播使用者对于直播经验的主体诠释。“直播”在本文被视为媒介,介入到人与人之间的交往互动当中,并进而改造了日常生活脉络。故而人际交往与日常生活是为本文的核心论域。笔者认为,直播媒介的独特性在于“同步性”,它整合了多重的传播形态,并生成一种新型的沟通情境。借由同步的互动,使用直播的人群建立起亲密、亲切的关系,脱离了同步,关系也就不存在了,这在我们的经验材料中被许多受访者诠释为“存在感”。在此基础之上的实践经过时间的沉淀,嵌入了新的日常生活秩序。这两条线索便是以下经验调查所要跟进的。据此,笔者提出两个核心问题。

1. 基于直播媒介的人际交往是什么?
2. 这种人际交往如何改变了日常生活?

上述研究问题与前文对同步性及其沟通情境,乃至对日常生活脉络的强调是一体两面的。并非研究者提前设定了理论方向再行寻找经验验证,而正是“媒介”的视野以及受众研究日常生活脉络的重要价值,使我们看到直播产业管理之外的风景。

(三) 研究方法与执行

本文的作者之一于2016年10月16日选取直播网站六间房作为田野地点,进行参与式观察。在田野观察中,该作者并不是一位纯粹的研究者,更多的是以普通“玩家”的身份和其他用户交往。先后常驻过两个直播间,基本每晚10时上线,和玩家一起互动,参与六间房大大小小的活动,共消费约3000元人民币。参与式观察一方面能让研究者对直播平台的重要事项进行记录和分析,另一方面,在和主播玩家的互动中,更容易建立良好的关系从而发展成为深度访谈的对象。此外,该作者将田野扩展到六间房用户的微信、朋友圈以及QQ的群聊,力求对被访者的生活进行更全面的观察。田野时间截至2018年2月,对44名直播用户进行了深度访谈,其中有3位是网络主播。除了个别访谈半小时结束外,其余访谈时间通常保持在1—3小时,针对不清楚的地方进行了2—3次回访。在访谈方式上,选择面访和线上访谈相结合。该作者陆续在上海、武汉、北京、常州、合肥、兰州等地对六间房的11位用户进行了面访,其余用户则采用QQ或者微信语音的方式进行访谈。

四、存在感:直播间中的人际交往

直播间是一个怎样的田野?一个直播间的页面被一分为三。左侧显示的是主播的画面,大约占据了一半的页面,中间公屏栏类似一个小广场,用户进入直播间时,其ID会在屏幕上显示出来,聊天对话也呈现在这一栏;最右边是观众席,座次按照用户的等级和近七天的消费情况排列。上文已提及,延森曾根据传播活动中参与者的数量和交流互动的本质,划分出了六种传播形态。其中,一对一、一对多、多对多的传播实践展开与交往关系建立,在直播间同时呈现,共同依附在同步直播之上。所以,我们根据谁有能力向多少人传递信息,以及能够引起多大范围的反馈,亦即用户能建立起何种范畴的交往关系,尝试划分出三种类型的“存在感”。这里划分在即刻互动中生成关系的逻辑便是传播形态与交往对象的不同。

莱文森认为我们选择媒介的依据在于“它们在多大程度上延伸我们生物有机体传播的能力,在多大程度上维持我们面对面交流的能力或前技术传播的能力”^[41],同步性使直播平台的用户生发出面对面人际交往中的亲近团结之感,他们将这种感觉概括为“存在感”。在现有的直播研究中,也有学者提及“存在感”^[42],但都是在常识的层面一笔带过。本研究从直播媒介的传播特性出发,通过分析经验材料,将其概念化为:基于直播媒介的同步性所生成的关系。它涉及三个层面:首先是在一对

一的互动中所形成的“个人关系”,这意味着玩家与媒介人物之间亲密之感;其次是某位玩家是直播间的互动焦点,众人的回应成为其声望、实力的象征,这是一对多或多对一的互动中所形成的“表演关系”;第三是在多对多互动中形成的“共享关系”,用户们只要涉入其中便无主次之分,分享共同的情感体验。当然不同类型的关系有可能在一场直播中某位玩家身上重叠上演,这恰恰反映了直播媒介复杂的传播形态,为了便于分析,下面将其剥离并呈现。

(一)个人关系:主播 vs 个别玩家

“存在感”意味着玩家与主播之间建立的亲密关系,表现在主播与玩家一对一的重点互动中,这种互动是在送礼/收礼的过程中完成的。作者支持的主播媛媛姐,在没有当主播前是一个演出班子里的歌手。唐山地区哪家有红白事,他们就会被邀请去演绎“助兴”。早年的舞台经验,使她非常擅长察言观色,例如她对直播间里每一位常客爱听的歌熟记于心,并在适当的时候来一曲。建明在媛媛姐的粉丝榜排名第二,他已经消费了5万多人民币。每次建明进入直播间的时候,媛媛姐都会停下和别人的说笑,铿锵有力地来一句:“欢迎我建明哥!”然后再唱一首他最喜欢的《在网络认识你》,这时候建明肯定会出手送出999朵玫瑰花或者掌声。一对一的互动,让建明觉得自己比起直播间的众人,在媛媛姐的心中别有一番分量:“她唱我的歌的时候,我特别激动,好想送礼物!证明她心里想着我!也是对她的鼓励,感谢的一种方式,为啥直播间好几千人,给我唱呢!只要我喜欢的歌,她就会不由自主地给我唱!只要我说,她就会优先给我唱!”建明还特别强调了送主播礼物并非是追逐“虚名”,而是出于对媛媛姐的“爱护”：“你可以去问问浩然(注:一位当红男主播)的粉丝到底追求的是是什么,虚名?那种很牛气的感觉?我也想不通。要说完全没有虚荣心,那是不可能的,但我的出发点,就是爱护她,支持她。”(建明,N11)在访谈中媛媛姐也提及不同的玩家会区别对待:“榜单前三名肯定会更关心一点啊,不然他和其他粉丝一个待遇,怎么会有存在感?”(媛媛,N5)。

笛子哥就没建民那么幸运了。他经常光顾的主播“集万千宠爱”,在她的直播间,笛子只能做一个“默默无闻的小粉丝”。有时候笛子会给主播送一些免费的或廉价的虚拟礼物换来她一句“谢谢”,笛子哥并不愿意用大额礼物换取主播的注意:“这是我最不愿意用的引起她注意的方法,那是看着六币的面子上,等我没币的时候她不是一样不理我了。”更多的时候,他和主播形成的只是一种准社会关系,即和媒介人物是一种想象性的交往^[43]:“没有存在感,就是没人理你的意思,没币怎么引起主播的注意和喜欢啊,找虐啊,就像虎牙(注:一位当红主播),其实人家大部分时间是无视我的,但我就是喜欢在她那里。每场直播她能回我一句或者念我的发言我就会感觉很荣幸的样子。这就是喜欢啊,我说的喜欢就是喜欢一直陪着她,听她唱歌,只要她直播,其他的我都没兴趣了。然而这些并没有什么用,我对她倒是很熟她跟我不熟啊,所以说没有存在感喽。”(笛子,N7)

在直播礼物的收送互动中,交往溢出了传统意义上各种屏幕两端的“准社交(para-social)”范畴。礼物的流动表明了个人关系在事实上即时的确认,亦即,不再如准社交那般属于纯想象性的关系。即便这种确认是脆弱的,甚或在大部分时候是单向的,可恰恰是这种事实上确认的可能性,赋予了“存在感”的话语合理性。这在传统虚拟互动中是没有的,因为缺乏事实上“存在”的可能,那样的关系几乎完全系于媒介使用者的主观臆动。因此,当“同步性”加上直播屏幕中介的人际互动,便使得经由直播建立的个人关系处于准社交与面对面交往之间。

(二)表演关系:个别玩家 vs 全场观众

有些玩家并不满足于和主播一对一的交流,他们渴望整个直播间的瞩目乃至全站的威望。不同于聊天室或者微信群的言语互动中弥漫式话语之绵绵不绝地流淌^[44],大多数时候,直播间中有一个相对清晰的中心化话语主体,这个话语主体既可能是主播又可能是某位玩家,经验丰富的主播,往往会把全场的注意力引向有消费潜力的玩家。这意味着直播间里的传播方式就会切换到了以某玩家为话语中心多对一传播,主播和众玩家成为“观众”,都以某位特定的玩家为关注焦点。先来看一场高级别玩家进场时,全场“观众”的表演:

六房一哥浩然正在和直播间的玩家们有一搭没一搭地闲聊,不时按下鼠标放出虚拟的笑声,这时斌哥开着他的凯迪拉克进场了,伴随着持续3、4秒钟的动画特效,浩然顿时提高嗓门来了一句:“欢迎我大哥,大哥驾到,鸡飞狗跳。兄弟们给大哥抱个拳儿!”边说边不忘按下鼠标,放出掌声和欢呼声的特效,直播间的公屏上开始滚动起众玩家对斌哥打招呼的表情。浩然不失时机地放出了《非诚勿扰》男嘉宾的出场曲,并且跟着音乐的节奏摆动着上肢,摇头晃脑,看起来既兴奋又投入地欢迎斌哥的到来。直播间里有七千多人,聊天公屏上玩家们抱拳的表情滚动得非常快,甚至无暇找出某个玩家。斌哥来了句:“兄弟们好!”由于近一周的礼物消费屡次达到全站第一,他的昵称前挂了十来个徽章,所以斌哥的发言格外醒目。浩然站起身子,戴上了墨镜,调高了话筒:“给我大斌哥来首《祝大哥》,兄弟们666走起!”浩然喊麦的时候,斌哥接连送出三个火山,即使关闭了直播间的声音,也能听到“隆隆”的特效,房间众“兄弟们”纷纷送出对斌哥的感谢,如“大斌哥,中国好大哥!”“666,没毛病”“威武霸气粗!”。访谈时,斌哥还提到了喜欢送价值1000元人民币“火山”的原因:“火山响啊,火山有噪音啊,大家都注意你啊,还有全站通知,存在感就出来了,自己也玩过了嘛,就知道怎么玩了,就在里面找存在感了嘛。”(斌哥,N29)

在这场即时性的互动中,斌哥通过他的凯迪拉克座驾、消费获得的徽章、有声画效果的礼物展示自己的身份,吸引着全场的注意力。主播也声情并茂地带领直播间里一千人,为斌哥来了场欢迎仪式:不但有出场音乐还有亲自献唱,“我大哥”“大斌哥”“我哥”等称呼方式也彰显着与其关系的亲近。直播间里的其他人也被号召起来纷纷对斌哥致以欢迎和感谢,斌哥并没有与他们一一互动,只是礼貌性地回复大家“兄弟们好”。主播的奉承,玩家的拥戴,这一切让他有种“指点江山”的感觉:“在直播间里,存在感就是有很多人和主播一起吹捧你,舔你,让你刷礼物,大家都说你是真大哥!走到哪都前呼后拥的!”在玩儿直播的后期,当他对这套吹捧无以回报时,只能放弃“存在感”,以隐身的方式进入直播间:“要玩六房不刷礼物就低调不说话看热闹就可以了,不要找存在感!”(斌哥,N29)

正如前文所述,在电脑中介传播的脉络里,时间线索进入人际关系的评估时,讲求的是反馈时间与不同媒介的组合给人带来怎样的情感期待,因此,重点是媒介技术中的时间特性如何发挥作用的问题,但经由直播媒介的“表演关系”展示给我们的是“同时在场的他人”如何发挥了作用。如果没有他人,就构不成表演;而如果不是同时在场,也不成其为直播。这在一定程度上也提示我们,当直播加上诸如政治互动、线上教育、文艺、公益、体育赛事、游戏竞技、亚文化等主题场景时,我们的情感期待除了显而易见的技术同步外,究竟落在什么地方。并且,受访者的诠释更展示了表演关系的微妙一面,即“找”或者“不找”存在感都为建立关系提供了可能。所以,人际传播研究不见得一定要强调新媒体的联结能动性,其否定性(反联结)何尝不是在通往某种关系。

(三)共享关系:主播—玩家群体

第三类存在感是指在多对多的交流中,主播和玩家们一起涉入其中,分享共同的情绪或情感体验。这种情形中直播间里的话语主体并不像前两种那么清晰,无主角与配角之分,不论主播还是玩家更常用“一家人”的话语表达彼此的亲昵。跨年之夜,媛媛姐的直播间热闹极了。离零时还差两分钟的时候,她放了一首《神曲》,随着音乐的韵律摇摆着身体:“不要控制,是媛家军的全嗨起来!”屏幕上出现了媛家军们给媛媛姐送出的三三两两的礼物。马上零时了,媛媛姐提高了嗓门:“此时此刻心情无法用语言形容,一会儿大家该谁上谁上,我来一首《一把火》大家不要控制。”媛家军们早已经商量好了要给媛媛姐开“守护”(注:一种虚拟礼物,代表对主播的长期支持)的次序,不到10分钟的时间,媛媛姐的礼物收入总额已经超过了3000,媛家军的另一位成员大周还升级成为侯爵,大家忙着互相祝贺,还彼此送出小礼物表达心意。港湾哥在公屏上感慨:“这样一大家人多好啊,哪像现在独生子女一个人孤零零的”,大周:“谢谢大家送我的礼物,这个家庭真温暖!”建民:“一起谈笑风生才热闹!”媛媛姐笑容满面地说:“今晚的气氛真好,就像是面对面聚会似的”。

然而平日里在直播间最活跃的阿美却没怎么冒泡。作者之一在公屏上问了一句：“阿美今晚怎么不活跃了”，媛媛姐：“不知道啊，睡着了吧？阿美，出来嗨皮！”其他人似乎还沉醉在共同跨年的喜庆中，也无过多追究。这时候阿美私聊了作者：“别在公屏找我了，我不想说话，今天没帮上媛媛，心里不得劲儿。”后来在访谈的时候，阿美描述了那晚的感受：“虽然我也在，他们的话题是跨年开守护。你也知道要刷礼物啊，一个个都在开守护，媛媛忙着和他们说话呢，我没存在感啊（问：存在感是什么意思），就是投入不进去，没人理你，体会不到温暖。”（阿美，N21）

“送礼物庆贺”是媛媛姐这场直播的主要话题。在多对多的传播中，大家用“一家人”表述彼此感情的亲昵和所享受到的关爱和照顾。虽然阿美也在直播间，但是她无法享有和其他成员共同的关注焦点，是置身事外的，所以在大家一起庆祝跨年的时候，感到了疏离即没有“存在感”。

不难看出，“共享”而非“传递”情感体验，在这层关系中至关重要。仅就此一点，即可看到直播媒介与大众传播媒介的重要分野。譬如前面理论探讨中涉及的电视直播，戴扬（D. Dayan）与卡茨（E. Katz）笔下的“媒介事件”确实也形成了某种情感体验的仪式，但从媒介实践上来讲，电视归根结底是媒体机构的内容传递，而本研究所指涉的直播媒介是个人层面同步生产的内容共享。

统合个人关系、表演关系、共享关系来看，经由直播媒介的人际关系丰富了传统虚拟互动的层次，凸显了技术中介互动的人文要素，昭示了网络新媒体独特的实践方式。应该说，达致这一关系视野，在于同步性上的存在感起到了关键作用，无论是同步反馈、同步在场，还是同步情感，莫不如此。

五、直播化的日常

如前所示，直播间中的人际交往离不开同步“直播”，基于不同交往范畴的“存在感”的获得也由此呈现出脆弱的一面。所有的存在感都依赖在礼物和文字中与他人即刻互动。“个人关系”有赖于送礼/收礼的同步流转；“表演关系”要求更高，需要直播间众人的同时参与；“共享关系”也离不开某具体时间的同步感受。礼物的中断、众人的离场、错误的时机，都会对关系的建立与维系产生显著的影响。在某种意义上，同步性之于交往关系犹如水之于鱼，脱离了同步性的媒介条件，后果不言而喻。

展开这样的交往当然会影响到日常生活。日常生活是定位在某一时空情境中的重复性活动，“‘日常’这个词所涵括的，恰恰是社会生活经由时空延展时所具有的例行化特征。各种活动日复一日地以相似方式进行，它所体现出的单调重复的特点，正是我所说社会生活循环往复的实质根基”^[45]。用户在直播间所获得的“存在感”，影响了其日常生活时间的选择重心。时间的使用是一种零和现象，各项活动需要在有限的24小时相互竞争，花费在新活动上的时间肯定会挤压或者占有旧有活动的时间^[46]。也就是说，看直播意味着对其他活动的中断，甚至是重新安排个体在日常生活中的各项事务。

此外，虽然这些在直播间寻求“存在感”的被访者都疏于现实生活中的人际交往，选择沉浸到经由直播媒介而获得的愉悦当中，但对于不同群体的用户，直播所构成的日常生活变化则不完全相同。因此，接下来固然要探讨直播媒介何以在不同层面重塑了日常生活，但同时也指涉背景各异的直播玩家。

（一）生活序列：作息规律的更改

有三分之一的被访者或是离异或是常年分居，他们向我们的作者之一表示无法从家庭关系中获得人际支持，还有将近一半的玩家和主播有过“恋爱”的经历。为了巩固和主播的私人关系，他们无一例外会更改自己的作息规律，以和主播的直播时间相契合。正是由于直播玩家和主播的私人关系建立在同步性的基础之上，要维系这一关系，就不简单是投入更多时间，而是改变时间安排。亦即，由于经由直播的交往关系在同步性上的要求，使得日常生活在线性时间上的延宕被重新安排。

明松是一家私人银行的高管，表面上看他风光无限：“我2009年就正处级了，做了大老板一年半

秘书,就外放了。我不算成功人士,算个小半个吧,人品,长相,素质,修养”,明松在现实生活中也不乏漂亮优秀的女性:“我身边美女多了,你想私人银行多少美女,学历也不低。”然而他依然用“寂寞孤独的灵魂”形容自己的处境,这尤其表现在和家人的关系中:“家其实对我是冷冰冰的,前妻给我的感觉也是夫妻本是同林鸟,大难临头各自飞……在家里,我是被指指点点,被孤立的那个人。”明松在六间房遇到了一位女主播晓君,在她的主动关怀之下,两人迅速地发展出一段恋情:“她给我的温暖和关心,是这小五年多时间里,没有任何人给我的。只有在直播间里,我才是活着的。”明松每天的作息大致如下:早上7点多起床,在家吃完早饭,开车去单位。午餐在单位附近解决,不加班的情况下,五六点下班。吃完晚饭后,明松会打开电脑,登陆进六间房,开始在晓君的直播间“挂机”。晓君开始直播往往是凌晨了,这个间隙,明松会睡一觉,直到直播间的声音将他唤醒,凌晨5点,晓君结束直播,明松休息两个小时,又开始新一天的工作。“我养成习惯了,我也依赖她,就像到饭点,就该吃饭了那种感觉吧,习惯每天看到一个人,习惯每天跟这个人说话,生物钟都一致了。这一年多,她直播的时候,我都在。怎么办?晚上下班,先吃口饭,然后睡觉,把电脑挂在她直播间,声音开到最大,她一般都是两点多才直播,然后直播完5点多,我再睡觉。”(明松,N30)

(二)生活构成:对其他业余活动的替代

2017年,中国流动人口规模为2.45亿人^[47]。当农村青年离开父母、家庭和社群,从中国的各个角落到大城市寻求一份工作,这便是通向脱嵌之路的明显一步。我们的被访者,有的是频繁失业的深漂;有的是东奔西走的施工者或者业务员;有的是跨国工人。尽管人生轨迹各有不同,但是频繁的漂泊使他们无法对所在地形成认同,更无法发展出长久稳固的关系。

对这些被访者而言,直播媒介替代了诸如网上斗地主、音乐网站听歌、看电视等休闲娱乐活动。大刘在深圳待了5年,换了十来份工作,他戏称“换工作比换直播间还频繁”。结构性失业使他和周围的人无法深交:“如果在那个地方走了以后,同事就和陌生人一样了”;城市的生活方式使他无法完全融入,避免和同事外出社交可以“少惹麻烦”,对大刘而言“网络上最起码安全”。在没有接触直播前,大刘觉得自己的生活“可简单了”:“看看电影、听听歌。就在电脑上看啊,去海边到处转转。”但是所有的这些业余活动因为缺乏即时的互动性,后来都被玩直播代替了:“听广播就插了个耳机,也互动不了,只能听啊,这就和听天书没什么区别。你只能在里边得到一些情感的东西,却没办法和他们交流这些情感的东西,你说是不是?”(大刘,N25)

由此可见,经由直播的交往关系成为人们改变生活构成的重要理由。尽管很难说这样的关系就是长久而深刻的,但正是由于这样的交往建立在同步性之上,人们只需要进入直播的这一媒介条件之中,通过打赏或文字互动就能够马上获得同步关系。至少对于流动群体来说,直播媒介的同步关系是便捷的、低门槛的、立即的、随时随地可以实现的。由是,直播媒介的可供性为人们重新规划日常生活的构成提供了动机。

(三)生活习惯:生活琐事与直播的交织

那些居住在农村的被访者,他们或是留守在家庭照顾小孩的妇女,或是在村子附近做长工的男子;还有遭受着疾病折磨的残疾人。这类人在我们的被访者中有六位,他们缺乏流动的能力,囿于生于斯长于斯的熟人圈,拥有一个稳定的身份,直播成为他们拓展朋友圈子的重要媒介。

因为不受制度化的工作时间束缚,“有闲”是这些被访者的主要特征,他们养成了随时随地的观看习惯,甚至在进行其他活动时将“直播”作为背景音。阿美是位农妇,丈夫一年有三分之二的时间在外打工,她在家照看两个孩子。阿美一天的活动可以概括为接送孩子、做家务和玩手机:“我一天天的,除了伺候孩子,就是玩儿手机。”当问她一般在什么时候看直播时,阿美的回答很简短:“闲了就看看。”后来我们又换了一种询问方式:“一般在什么场合中会打开直播?”阿美一一列举了如下场合:“洗脸的时候啊,吃饭的时候啊,干活也会听听啊……除了送孩子和去我婆婆家,我醒着,直播就开着!”除了在六间房支持媛媛姐以外,阿美还分别在快手、YY有支持的主播。只要打开直播,就有朋

友：“不会有没人的时候啊，只要我点开，我关注的总有直播的。”值得注意的是，阿美把看直播、听直播、玩直播区分得特别清楚，这是依据生活琐事中所需要的注意力的不同：“比方说我吃饭的时候就是看直播，拿着筷子呢，怎么打字啊；秋收忙地里的活我就打开听听；晚上了就认真到直播间嗨皮，帮帮媛姐‘接待’。”（阿美，N21）可见对部分用户而言，这种随时随地的观看行为，已经不是对用户空闲时间的占据，而是和生活中的各项琐事交织在了一起。

与直播媒介相伴的生活习惯，在某种程度上还改变了家人、邻里之间的关系。阿美的娘家距她结婚后的婆家有1小时的车程，村子里和她年岁差不多的“媳妇”都出去打工了，阿美自认为是年龄的缘故，和村子里的其他人“说不到一起”，反而认为“在直播间和你们嗨皮热闹！”虽然婆婆家和阿美家只有一墙之隔，但是阿美并不喜欢去婆婆那，因为婆婆干预了她玩儿直播：“我总头疼，我婆婆说我是手机玩儿多了，去她那就不能玩手机了，所以我不怎么去。”（阿美，N21）

直播媒介中的人际交往对日常生活的改变可用“直播化的日常”来概括。在现代化的进程中，既有的社会形式解体，以至于贝克将表示固有人际纽带亲密的概念如“家庭”“邻里”“社区”等划归为僵化范畴^[48]。但互联网革命和移动革命，让原子化的个体能够构成极为广泛、具有鲜明异质性并超越时空的社会网络。个体以自己为中心和他人以网状的形式连接起来^[49]。个体在其自身所处的关系网络中，针对不同面向所投入的精力不同。在直播间中生出的人际羁绊，重构了用户的日常生活。这体现在作息规律、业余活动、生活习惯等方面，这些玩家视直播间为其生活的意义之所。正如有学者所说由关系所编织的网络，使得个体裂变成多个身份存在于形形色色的日常生活中^[44]。

六、结论与建议

埃利亚斯(Norbert Elias)曾说，当人们突然对一种语言中某些词汇感兴趣，几乎总是意味着人类生活本身的改变^[50]。“网络直播”近年来逐渐成为业界、学界讨论的热点，从刊发论文的数量上可见一斑。似乎从诞生之初网络直播便被冠以“低俗”“无聊”“无内容”之名，这种标签正应了麦克卢汉的那句名言：媒介的“内容”好比是一片滋味鲜美的肉，破门而入的窃贼用它来吸引看门狗的注意力。^[9]不同于行业与实务层面的分析，本研究从直播媒介本身的特性即“同步性”出发，将使用者的媒介体验与其生活经验相勾连，阐明直播如何改变了人与人之间的交往关系和日常生活脉络。

如果说诸如手机、电脑等是个体化的媒介，那么它同时也以网络的方式将这些个体联结在一起。深入到直播用户的日常生活中，则会发现寻找“存在感”实则反映的是脱嵌个体寻求连接、纽带与被认可的社会心态。同步性中的“存在感”指涉了直播媒介建构的三种关系：主播与玩家一对一的个人关系，个别玩家针对直播间其他人的表演关系，主播与玩家群体之间的情感共享关系；同时个体为“再嵌入”这些关系网络，确证、享受并维持这种关系，便不得不更改自己的日常生活序列、生活构成，以及生活习惯。

同步性是一种独特的时间线索，与碎片化、私人化、加速化、异步化的媒介环境及社会生活有着微妙的落差。新媒介的无远弗届与永远在线似乎是要给人更多自由，但移动媒介的自由并非对“关系”的保证。Communication就其含义来说不止传播工具(communications)，还有“交往”，其本身就是目的。在某种意义上，直播媒介在新媒体背景下再次揭开了传播的这层含义。但值得注意的是，直播关系不是来自一般的交往。社交媒介的甚嚣尘上，曾激起学者对诸如“围观”等新媒体力量的想象，但在日常生活脉络中这种力量也很可能止于想象。而直播关系所赖以生存的交往，在同步性的时间线索上乃是切实的存在：真实的人、具体的时间、可感的空间、即时的反馈，等等。本文开篇就提到的直播“秀场”，也更像是面对面交往时代的“广场”。诚然，直播媒介并没有复制所有面对面的交往线索，但它却召唤出了面对面最重要的在场感——同步反馈。正如广场在近现代都市生活中的地位，“秀场”在多大程度上有潜力成为后现代媒介语境下的广场，这无疑对直播研究者是极大的刺激。面对主播、观众、自己，直播玩家在一套三重叠加的交往关系中获得存在感，这何尝不是在呼应城市

初兴时熙来攘往的目光交错,其中的可能性与价值仍然有待挖掘。在此意义上,直播媒介是独特的。在流动化越强的社会,公共联结的成本也会越来越高,而直播媒介在当代社会便是那个无须长期积累的社会文化资本就可以进入的广场。

最后需要指出,囿于现实条件,本研究的44名经验调查对象中,主播只有3位。在有限的材料中我们已然看到双方关系,以及各自关系网络的纠缠与再造,所以未来研究还需在经验材料上补足。此外,本研究主要从人际交往与西方受众研究的脉络切入,但欧陆的日常生活理论仍有强调“抗拒意识形态”的一面,诚然在书写策略上笔者侧重于勾勒“同步性”的影响和作用,但日常生活实践的抗拒或另类属性亦值得未来研究的关注。例如现有直播研究中就不乏“直播+教育”的思路,这是是否能够成为直播媒介另辟的蹊径,还有待另行撰文分析。

参考文献:

- [1] 2016 中国娱乐直播行业白皮书. 易观智库, 2016-06-21. [2016-06-24] <http://www.199it.com/archives/487972.html>.
- [2] 中国互联网络信息中心. 第41次中国互联网络发展状况统计报告(2018-01-31). [2018-03-05] <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201803/P020180305409870339136.pdf>.
- [3] 艾媒报告:2017—2018 中国在线直播行业研究报告. 网经社, 2018-01-25. [2018-03-29] <http://www.100ec.cn/detail--6442906.html>.
- [4] 刘岩, 刘建强. 六间房:虚拟社会的税务局. 创业家, 2013, 11:84-89.
- [5] 克劳斯·布鲁恩·延森. 媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度. 刘君译. 上海:复旦大学出版社, 2016:75-76.
- [6] K. B. Jensen, R. Helles. The Internet as a Cultural Forum; Implications for Research. *New Media & Society*, 2011, 13(4):517-533.
- [7] 陈百龄. 追分赶秒:新闻组织的时间结构化策略——以报社图表产制为例. *新闻学研究*, 2016, 127:75-117.
- [8] 王淑美. 网络速度与新闻:转变中的记者时间实践及价值反思. *中华传播学刊*, 2018, 33:65-98.
- [9] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介:论人的延伸. 何道宽译. 南京:译林出版社, 2011:30.
- [10] 丹尼尔·戴扬, 伊莱休·卡茨. 媒介事件:历史的现场直播. 麻争旗译. 北京:北京广播学院出版社, 2000:13;17.
- [11] J. B. Walther, L. C. Tidwell. Nonverbal Cues in Computer-mediated Communication, and the Effect of Chronemics on Relational Communication. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 1995, 5(4):355-378.
- [12] S. Kiesler, J. Siegel, T. W. McGuire. Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communication. *American Psychologist*, 1984, 39(10):1123.
- [13] C. Cornelius, M. Boos. Enhancing Mutual Understanding in Synchronous Computer-mediated Communication by Training: Trade-offs in Judgmental Tasks. *Communication Research*, 2003, 30(2):147-177.
- [14] J. Cho, D. I. Ramgolam, K. M. Schaefer, et al. The Rate and Delay in Overload: An Investigation of Communication Overload and Channel Synchronicity on Identification and Job Satisfaction. *Journal of Applied Communication Research*, 2011, 39(1):38-54.
- [15] A. R. Dennis, J. S. Valacich. Rethinking Media Richness: Towards a Theory of Media Synchronicity. *Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on Systems Sciences*, 1999, 1:1017.
- [16] R. V. Levine. The Pace of Life Across Cultures. *The Social Psychology of Time: New Perspectives*. Newbury Park, CA: Sage, 1988:39-60.
- [17] 保罗·莱文森. 新新媒介. 何道宽译. 上海:复旦大学出版社, 2011:39-40.
- [18] J. W. Chesebro. Computer-mediated Interpersonal Communication. *Information and Behavior*. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1985, 1(1):202-222.
- [19] E. Darics. The Blurring Boundaries between Synchronicity and Asynchronicity: New Communicative Situations in Work-related Instant Messaging. *International Journal of Business Communication*, 2014, 51(4):337-358.
- [20] E. T. Hall. *The Dance of Life: The other Dimension of Time*. Garden City, N. Y.: Anchor Press/Doubleday, 1983:3.

- [21] J. K. Burgoon, T. Saine. *The Unspoken Dialogue: An Introduction to Nonverbal Communication*. Boston: Houghton Mifflin, 1978: 103.
- [22] 孙玮. 赛博人——后人类时代的媒介融合. *新闻记者*, 2018, 6: 4-11.
- [23] S. B. Flexner, L. C. Hauck. *Random House Dictionary of the English Language*. New York: Random House, 1987.
- [24] S. Herring. *Dynamic. Topic Analysis of Synchronous Chat*. Paper presented at the New Research for New Media: Innovative Research Methodologies Symposium, University of Minnesota School of Journalism and Mass Communication, Minneapolis, 2003: 47-66.
- [25] R. I. Swaab, A. D. Galinsky, V. Medvec, et al. *The Communication Orientation Model: Explaining the Diverse Effects of Sight, Sound, and Synchronicity on Negotiation and Group Decision-making Outcomes*. *Personality and Social Psychology Review*, 2012, 16(1): 25-53.
- [26] J. R. Carlson, J. F. George. *Media Appropriateness in the Conduct and Discovery of Deceptive Communication: The Relative Influence of Richness and Synchronicity*. *Group Decision and Negotiation*, 2004, 13(2): 191-210.
- [27] 沃尔特·翁. *口语文化与书面文化*. 何道宽译. 北京: 北京大学出版社, 2008: 56.
- [28] 兰德尔·柯林斯. *互动仪式链*. 林聚任, 王鹏, 宋丽译. 北京: 商务印书馆, 2012: 105.
- [29] P. Alasuutari. *Introduction: Three Phases of Reception Studies. Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. London: Sage Publications, 1999.
- [30] 熊慧. 范式之争: 西方受众研究“民族志转向”的动因、路径与挑战. *国际新闻界*, 2013, 3: 74-81.
- [31] I. Ang. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Routledge, 2013.
- [32] D. Hobson. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen Publishing Ltd, 1982.
- [33] 戴维·莫利. *电视、受众与文化研究*. 史安斌译. 北京: 新华出版社, 2005.
- [34] N. Abercrombie, B. J. Longhurst. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: SAGE Publications Ltd, 1998.
- [35] 周红丰. “我的电视, 我的家”: 女性个体化进程中的电视经验研究——以婆媳剧为例. 上海: 复旦大学博士论文, 2014. [2014-05-15] <http://cdmd.cnki.com.cn/Article/CDMD-10246-1015418465.htm>.
- [36] 张玉佩. 初探传播科技在部落: 网咖与兰屿原住民日常生活. *资讯社会研究*, 2012, 23: 96-119.
- [37] 张玉佩. 阅听人概念的探索: 从网络经验出发. *中华传播学刊*, 2004, 1: 37-71.
- [38] 张倩. *网络直播的受众使用动机研究*. 郑州: 郑州大学硕士学位论文, 2018. [2018-04-01] <http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CMFD&dbname=CMFD201802&filename=1018105779.nh&v=MjEzMDh-HOWJMcHBFYlBJUjhlWDFMdXhZUzdEaDFUM3FUcldNMUZyQ1VSTE9mWk9SdkZDamxWYi9MVkYyNkZySzQ=>.
- [39] 尹鹏远. *基于受众视角的网络直播研究*. 南宁: 广西大学硕士学位论文, 2017. [2017-06-01] <http://www.doc88.com/p-7384956071588.html>.
- [40] 王冠雄, 钟多明. *直播革命: 互联网创业的下半场*. 北京: 电子工业出版社, 2017.
- [41] 保罗·莱文森. *软利器——信息革命的自然历史与未来*. 何道宽译. 上海: 复旦大学出版社, 2011: 1.
- [42] 彭兰. 移动互联网时代的“现场”与“在场”. *湖南师范大学社会科学学报*, 2017, 3: 42-49.
- [43] D. Horton, R. R. Wohl. *Mass Communication and Parasocial Interaction. Psychiatry-interpersonal & Biological Processes*, 1956, 19(3): 215-229.
- [44] 孙玮. 微信: 中国人的在世存有. *学术月刊*, 2015, 12: 5-18.
- [45] 安东尼·吉登斯. *社会的构成——结构化理论纲要*. 李康, 李猛译. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 11.
- [46] B. Vilhelmson, E. Thulin, E. Elldér. *Where does Time Spent on the Internet Come from? Tracing the Influence of Information and Communications Technology Use on Daily Activities*. *Information, Communication & Society*, 2017, 20(2): 250-263.
- [47] 中国流动人口发展报告 2017. 我国流动人口规模为 2.45 亿人总量连续两年下降. *新民晚报*, 2017-11-10. [2018-02-01] <http://shanghai.xinmin.cn/xmsq/2017/11/10/31332612.html>.
- [48] 乌尔里希·贝克, 伊丽莎白·贝克·格恩塞姆. *个体化*. 李荣山, 范譞, 张惠强译. 北京: 北京大学出版社, 2011: 235-247.
- [49] 李·雷尼, 巴里·威尔曼. *超越孤独: 移动互联网时代的生存之道*. 杨伯淑, 高崇译. 北京: 中国传媒大学出版社,

2015;2. .

[50] 诺贝特·埃利亚斯. 文明的进程:文明的社会发生和心理发生的研究. 王佩莉等译. 上海:上海译文出版社, 2013;52.

"Sense of Being" in Synchronicity: Interpersonal Communication and Everyday Life Mediated by Live Video Streaming

Zhang Lihua, Luo Shicha (Fudan University)

Abstract: "Synchronicity", as the unique feature of live video streaming platforms (LVSP), is the focus of this study. From the theoretical and empirical perspectives, this article examines how does LVSP change the interpersonal communication relationship among the participants and how does such relationship reshape people's everyday life. The authors bridge the concept "Sense of Being", which constantly emerges from the interviewee's interpretation, and "Synchronicity". According to the ability of information transmission and feedback range, they conceptualize sense of being as a relation based on the Synchronicity of LVSP, including three types. Firstly, the personal relationship formed in one-to-one interaction, which refers to the intimacy between users and media figures. Secondly, when a player became the focus of interaction on live videos, the response of others would act as a symbol of their prestige and strength. This is the "performance relationship" formed in either one-to-many or many-to-one interaction. The third is the "sharing relationship" formed in many-to-many interaction, in which users can share a common emotional experience as long as they were involved. Based on the research, the reshape of everyday life caused by these interpersonal communication on the LVSP can be described as "live-video-streamed everyday life". This article points out further that the interpersonal bonds on LVSP reconstructed everyday life of its users, which can be identified in the life routine, life constitution content, and the living habit.

Key Words: live video streaming; synchronicity; sense of being; interpersonal communication; everyday life

■ 收稿日期: 2018-11-19

■ 作者单位: 张丽华, 复旦大学新闻学院; 上海 200433

骆世查, 复旦大学新闻学院、俄亥俄州立大学

■ 责任编辑: 刘金波