

刷礼物：网络直播的交互屏幕与身体实践

张丽华 骆世查

摘要：数字时代是多屏幕的时代，网络直播作为典型数字技术之一，其屏幕不再是模拟和表征物质实在的“窗户”，而是允许人们身体进入并创造的具有纵深度的空间。刷礼物作为数字媒介时代的全新实践，意指身体与屏幕的交互。与既有屏幕分析不同，研究将这种经由交互屏幕的身体实践具体化为三个层面：肉身屏幕上的操作，化身嵌入直播屏幕，以及分身游走在屏幕之间。进而，此种交互得以在具体经验中证成，网络直播用户将其表述为“现-场”：用户创造并经历着屏幕中的活动，这是无法回放、不可重复的时间体验；并且，用户不再以肉身所处的位置为中心感知远近，交往双方身体图像在屏幕空间中的远近成为用户衡量距离的新尺度，同屏即在场。

关键词：网络直播；刷礼物；交互屏幕；身体实践

中图分类号：G206 **文献标志码：**A **文章编号：**2096-5443(2023)04-0071-11

项目基金：甘肃省社科规划青年项目(2022QN007)；2019年西北师范大学青年教师科研能力提升计划项目

网络直播研究在今天实为热门议题，无论是针对主播或受众，还是针对平台和关系，相关研究已不少。但其中有一项特殊的实践活动却鲜见专题分析，即刷礼物。笔者在初涉网络直播时，就发现直播平台用户大多数时候使用的是“刷”礼物，而不是“送”礼物。这一字之差，凸显了研究滞后于日常实践之处，研究者理应对刷礼物这一实践本身有更自觉的认识与辨析。遗憾的是，目前的研究多倾向于以物理空间中礼物流动的视角阐发网络直播平台中的刷礼物现象^[1]，或以商品化/货币化情感概括直播间中的关系特征^[2-3]。当人们以旧事物隐喻现象时，在增进理解的同时，也可能会忽视新现象的新特征。拉尼尔提醒我们：“对赛博空间的此而言，一杯虚拟的茶根本就不是存在于虚拟世界另一边的世界里的某种东西的显现。”^[4]他的意思是说虚拟空间中的茶并非如物理世界一样发挥着“饮用”的功能。以此推之，尽管虚拟礼物冠以礼物之名，但它的本质真如物理空间中的礼物吗？相近之“名”下，蕴藏着的也许是断裂和矛盾^[5]。在我们的访谈中，被访者对为何是刷礼物这一表述的阐释，多与直播屏幕有关，也有学者指出研究者们普遍忽略了网络直播情境是屏幕中介下的情境^[6]，但他们主要关注的是经由屏幕中介的主播和观众的关系，观众^①与屏幕的关系仍待厘清。也许，当“刷”频繁出现在我们的生活中时，意味着数字化生存时代，用户与屏幕间新的实践方式。

一、身体与屏幕的关系：从窗户到交互

在探讨身体和屏幕的关系时，人们往往把视觉放在突出的地位，多以“窗户”隐喻屏幕。这个占统治地位的阐释模式来自文艺复兴时期的阿尔贝蒂：“我首先在将要作画的平面上画出一个理想大小的直角四边形，对我来说这是一扇关照历史的窗口。”^[7]窗口模式首先意味观看者和对象物之间有一段空间距离，空间以屏幕为界被分成了内外两部分：“窗的境况意味着观看者和被看物体之间存在

^①在本研究中，“观众”“玩家”都是直播平台的用户，表示和直播屏幕的不同关系类型。

一条界限。这条界限在观看的主体和被观看的世界之间建立起一道正式的分野。”^[8]其次,观看者的身体形象在其观看的屏幕上缺席的。“屏幕化身行为动词,使观看者变成不可见的,让观看者远离了存在于其框中的世界。”^[9]最后,基于看的身体是被固定的:“观众在观看某一画面时,其身体必须在空间中保持不动。”^[10]“魔术灯、全景画、透视画——这些掩盖其机械装置的设计——靠的是他们的观众相对来说不可移动。”^[11]目前,网络直播研究中也触及屏幕与身体的关系,但并没有超出这个路子。例如,解释“看直播”的原因时,“凝视”^[12]成为一个很顺手的分析概念:处于暗处的观众将带有性欲的目光投射到屏幕上的主播。

对费尔赫夫而言,屏幕是一个再现、模拟和感知的场所,本质上是一个时空域。基于屏幕,人们获得的是一种移动的视觉经验,她称之为导航(navigation)模式。这不同于人们面对电影、电视屏幕时被动的观看,导航的视觉机制是一种主动的、参与式的观看,屏幕上显现的内容是伴随着人们在物理空间中的移动同时出现的。^[13]费尔赫夫注意到身体与屏幕的交互,可惜整全的身体经验被她用移动的视觉经验打发掉了。针对计算机屏幕,弗莱伯格也是从视觉的角度区分了窗口和视窗的不同:单一视点的瓦解和交互视觉的出现,“计算机屏幕这块白话‘空间’和立体派绘画中的平面有更多共性——正面视角、压抑深度、多层堆叠——反而远离了文艺复兴的透视深度。”^[9]然而,如果仅以视觉分析数码时代的屏幕,那么身体与屏幕,仅是一种“在屏幕上”(on the screen)的关系:一切交往都在一个扁平的界面上进行,在我们的知觉结构里,屏幕是扁平的,仅是我们目光掠过的表面,身体无法进入其中。唐·伊德认为身体与屏幕还有其他两类关系:通过屏幕(through the screen)、在屏幕中(in the screen)。“通过屏幕”是身体以透过屏幕的知觉结构与赛博空间发生关系,我们的身体可以投入其中,参与赛博空间中的活动;“在屏幕中”是赛博空间能够使人进去,并且能使人拥有所有的感知维度,能感到赛博空间在包裹着他。^[14]尽管“在屏幕上”也牵扯到身体姿态和行为的卷入,例如在屏幕界面上的点、划、刷,但身体和屏幕是彼此分明的;“通过屏幕”和“在屏幕中”则是分身进入屏幕,这都表明身体的参与超越了视觉上的看与被看。

数码媒体时代,屏幕不再将身体拒之门外。人类有两个身体:“表现的身体以血肉之躯出现在电脑屏幕的一侧,再现的身体通过语言和符号学的标记在电子环境中产生。”^[15]与许多学者一样,我们也用“交互”阐释基于屏幕的身体实践,但又有所不同。“交互”是人或计算机或网络系统之间的互动^[16]。但是,当前的研究多将交互窄化为用户对屏幕界面的操作和屏幕内容的呈现。例如马诺维奇在梳理屏幕的谱系时,认为计算机屏幕是交互界面的代表,“现代人机交互界面允许用户通过操作屏幕上显示的信息来实时控制计算机……当某一对象被呈现在计算机上时,就自动具有了交互性。”^[10]若以用户在屏幕上的操作或控制理解交互,那么此处的屏幕不过是一个“控制面板”^[10],它和作为窗户的屏幕并无太多不同,只不过前者似乎给用户以更多选择,而后的观众只能被动地“观看”。马诺维奇的谱系梳理作为重要参照,其理论预设有两点:首先,他是从符号或语言的角度来解读,交互界面相当于一个承载文化信息的符码,新界面的出现所期待的是新的文化元语言^[10];再者,其出发点是观看者所在空间与屏幕中空间的关系,所以是一种空间之间的形式关系。^[10]而我们在一个略有不同的意义上使用“交互”,首先是凸显“身体”的在场方式,然后是聚焦“实践”的诸种意涵。

应该说,不少学者已经注意到交互对身体的更深层卷入,对此我们更熟悉的是麦克卢汉的观点:“看”电视何以成为“触摸”电视屏幕的关键,就在于观者对电视图像的参与式建构和格式塔补充,也即一种观众与电视屏幕交互的方式。但即便电视作为身体的延伸,这里更多的还是一种视觉接触,今天的网络直播平台则并非由于不够“清晰”而凸显某种深度参与,恰恰是用户的亲身参与互动才完成了网络直播,刷礼物牵涉“通过屏幕”以触觉凝视,借由刷的系列活动创造出“深度”来,甚至于“在屏幕中”虚拟凝视,用户与其参与生成的影像存在某种递归的循环。^[17]在这个意义上,网络直播屏幕的交互才与传统大众传播媒介的屏幕区别开来,或者说只有在数字媒介屏幕上,这种触觉和虚拟的凝视才不仅仅局限于某种想象,而指涉身体实践。近年国内学者也陆续关注用户在阅读数字新闻

时,何以通过“滑屏、点击等身体动作建构起自己有关这一新闻的故事线”^[18],用户在虚拟空间中又如何展开多重交互,涉及人与信息、人与环境、人与人,并且这些交互不是信息文本内容的抽象符号交换,而是在多重感官中展开的,视觉、触觉、听觉都参与其中。^[19]这亦指涉“实践”的哲学意涵,按照唐·伊德的讲法,实践观念与身体—知觉的牵连(involvement)密切相关,重点在于把握动态的分析与行动的感觉。^[20]可见,刷礼物一方面是物质性的实践,即网络直播用户的具体情境,另一方面也是观念性的实践,即经由特定交互屏幕牵连的知觉体验,这涉及我们如何组合不同感知,又如何描述与诠释不同体验。^①由此观之,身体与网络直播屏幕究竟如何在物质实践与观念实践层面展开交互,基于此种交互所形成的身体体验是怎样的?尚待系统性的回答。

二、研究方法与研究问题

本研究采取质化取向的研究方法,主要包括参与式观察和深度访谈。传统的田野工作时长至少是一年的完整生产、生活周期。依此要求,笔者之一曾于2016年10月16日至2018年2月底,在直播网站六间房进行了为期16个月的田野作业,对44名直播用户进行了深度访谈。第二次的田野作业从2021年3月持续到9月,此次访谈了15位用户。六间房近年来在网络直播行业中的排名并不突出,笔者将其作为“田野”原因有二:一方面,六间房是我国创立最早的视频直播网站,通过其发展可以窥见整个行业的发展历程;其次,不同于快手、抖音等后起之秀只有手机端,也不同于YY、虎牙等需要下载PC客户端才能登录,六间房网页版和手机客户端兼备,操作轻便。

在田野观察中,笔者之一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。先后常驻过三个直播间,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,共计消费5000余元。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。在深度访谈中,笔者一方面关注被访者刷礼物的动机、行为和感受,另一方面意在探究被访者为“刷”所赋予的意义。在访谈方式上,选择面访和线上访谈相结合。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。被访谈的对象中有3位是主播,他们在平台中的账面收入均超过了30万元;在作为玩家的被访者中,有3位平台消费超过了100万元,有14位平台消费介于100~10万元,有24位平台消费介于10~1万元,15位玩家平台消费1万元以下。

本研究拟回答以下问题,在物质实践层面:①何处“刷”,即刷礼物之所系屏幕有何独特意蕴?②怎么“刷”,即在刷礼物这一过程中,玩家是如何与网络直播屏幕交互的?而在观念实践层面:③“刷”意味着什么,即刷礼物如何重组知觉体验?通过对以上问题的回答,本研究尝试和近几年传播学中流行的“交互”这一概念进行对话,借此说明“交互”不仅是用户在屏幕之上的操作,通过用户在虚拟现实层面的身体实践与全新感知,网络直播屏幕真正成为交互屏幕,屏幕不再是交互的工具载体,而是此种直播交互的构成要素。

三、身体的不对称出场:“唤醒古老传统”

借用一条被引用甚广的对“秀场直播”的界定:“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。”^[21]这是对近代茶园、会馆中“听戏打赏”场景的模拟。秀场直播创始人刘岩认为“直播平台现在做的事就是唤醒中国的古老传统”,这个古老传统就是“台上的人唱戏,台

^①唐·伊德在解读胡塞尔的现象学时指出这两种实践:“物质实践”指的是具体而实际的活动,如木匠打造家具的现实操作过程;“观念实践”指的是观念和理论的起源,如木匠挑选和偏爱材料的一些抽象方面,即点、直线、面等几何化思想的成型。伊德进一步修正,区别出对应物质实践(实际的看、听等)的微观知觉,以及对应观念实践(文化诠释)的宏观知觉,以此进行一种人—技术关系的双向分析。对应本研究,刷礼物作为物质实践(网络直播技术中介情境)与观念实践(感知体验阐释)是相互支撑的,并且也需要在人—技术(玩家—直播)的交互中予以分析澄清。

下的人扔金戒指打赏”^[22]。在茶园、会馆这些场所,唱戏人和听戏人处在同一空间,并且通过“台上”“台下”这类有形的建筑区分出了两者的身份,“扔金戒指”是台下人与台上人的互动。在网络直播屏幕中,主播和观众的身份是借由身体出场的不对称进行区分的:主播的肉身以影像的方式在场,观众的肉身是缺场的。观众要凸显其在场,必须通过“打赏”的方式与主播互动,将身份转换为玩家。

(一) 观众肉身的缺场

如果对现今流行的秀场直播这种传播形态作个考古,则会发现,它脱胎于两类双向去中心化的传播模式:YY语音和“99情缘”社交网。前者是辅助游戏的一款多人语音沟通平台,后者是多人视频交友网站。这两类传播模式中,每个参与者被感知到的机会是均等的。

然而,秀场模式不再以多对多的交往形态为主。主播和观众所能调动的传播资源是不一样的,交往双方的“能见度”也是不一样的。只有和平台签订了协议的用户,才能成为主播。在实际的直播过程中,他们可以动态影像的方式使自己的“肉身”呈现在直播间,主要依靠口头语言、肢体语言和玩家互动,言语动作神情会被尽收眼底。另一类用户则成了观众,他们既无法使用语音更不能呈现自己的影像。观众在他所注视的屏幕上缺席的。因此,网络直播平台生成并区分出了两类用户:肉身可见的主播和肉身缺场的观众。从关系结构上看,这与传统听戏打赏类似,但又将“可见”聚焦在人数更有限、更明确的主播身上,将“不可见”更扩展到一种数量级意义上的观众基础,并用不断变动的数字替代肉身在场,也就是从“可见”切换到“可数”,概言之,即精简了“秀”,量化了“场”,肉身被双重转化。

(二) “预留”身体位置

虽然在直播间中,观众的肉身形象是缺场的,但是,直播屏幕的页面设置为他们的可见预留了位置。在PC端,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,主播画面下方留出四个空位,是沙发席,当有观众送出“沙发”这种礼物时,玩家的头像会显示在沙发席上。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。右上方是“守护”栏,如果主播一个守护都没有,那么这一栏是空的。右下方是进入直播间用户的座次排序,按照用户的等级和近七天的消费情况排列。最极致的情况就是,直播间里只有主播,守护栏、沙发席都是空着的。主播们经常把这两个位置看作一个直播间的门面:“守护越多越好,大家一进来就可以看见,有排面嘛。”(雨风,青岛)“沙发是离主播最近的位置,空着多没面子,就是说没人挺你。”(璐璐姐,唐山)

直播屏幕为刷礼物提供了最基础的物质情境。一方面,观众相对于主播的身体呈现是匮乏的:不仅缺乏可见的肉身形象,也通过变动的数字转化了肉身的在场。并且,交流的时候既无法发送语音又不被鼓励发送文字,虚拟礼物才是网络直播过程中预设的通行语言。不过另一方面,观众可以通过打赏进入屏幕,和主播共置同一空间,并被他人感知,网络直播屏幕中的守护栏与沙发席就是传统出场的翻新舞台。由此,古老传统被唤醒。借用弗莱伯格的话:它被设计来传送——而不是限制——观察的主体^[11]。不过打赏在直播平台中更贴合经验的叫法是刷礼物,这也暗示了当实物变成了数码物,玩家不仅是通过虚拟礼物在与主播互动,更意味着其与网络直播屏幕的交互。在下一节中,我们将分析刷礼物的具体方式,试图发掘用户身体与屏幕关系的新特征。

四、刷礼物:身体与屏幕的三重交互

打开一个直播间页面,屏幕上不仅有某位主播的图像,也可以看到用户们的文字符号交流。并且,这些实时的界面还会被不时出现的各种虚拟礼物所覆盖。主播、玩家以及礼物的实时流动生成了屏幕空间中不断上演的内容,“刷”作为物质实践在这里意味着媒介技术与玩家身体的交互。我们将此类交互具体化为与身体实践相关的三个层面。当然,在实际的“玩”直播过程中这三者是同时发生的,这恰恰反映了交互的复杂形态,为了便于分析,我们暂且将其剥离开阐释。

(一) 在屏幕上:对礼物图标的操作

打开主播影像最下方的菜单栏,会发现平台为消费能力不同的用户提供了各档虚拟礼物。这些礼物的图标约莫拇指指甲大小,图标下面的文字标识着礼物的名称。刷礼物首先是一个点击鼠标或触摸屏幕的动作,以调动出礼物画面的呈现,不过这还需要玩家配合具体的直播情境,根据屏幕空间中上演的内容,把握好送出礼物的时机,这是手、眼、屏幕三者的互动协调。按照伊德的观点,这仍是一种身体“在屏幕上”的运作:眼与手属于生活世界,虚拟礼物类似于电脑上的图标被调用,这时候的屏幕是扁平的,观众虚拟的身体还未进入屏幕之中。

首先,“刷”改变了虚拟礼物的状态。使其由不可见的、静置的图标变为动态的图像展示在屏幕上。礼物的价格越高,呈现在屏幕上的视听效果越丰富。璐璐姐做主播六年了,她强调虚拟礼物必须通过屏幕展示出来,才能称为“刷”。“这里边的礼物,你不刷出来,就不知道长啥样儿。不管是小可爱(注:价格低的虚拟礼物)还是大礼物,它必须出现在屏幕上,所以就叫刷礼物。”(璐璐姐,唐山)雷哥的等级是“创世神帝”,在六间房已经消费了700多万人民币。他自称为“刷客”。“刷礼物是要放在台面儿上的,是要经过屏幕的,不管游客、玩家、主播都能看得到。”(雷哥,南京)

其次,刷礼物在大多数情况下,是一种有意识的操作,何时呈现何种礼物,很多时候是经过玩家有意设计的。按弗卢瑟的说法,“刷”是一种物质与技术中介的感官实践^[23]。在直播平台中,最常见的活动是“连麦”。这是两个主播在视频通话的时候,互相比拼谁在规定的时间内获得的礼物数量多。无极是芊芊主播直播间里的大哥,他喜欢支持主播连麦,在六间房有“麦王”之称。在无极看来,“刷”蕴含着对送礼物时机的把握:“‘刷’是一种策略,要有时机。直播间里盲目一味上礼物的都是傻子。”(无极,大连)在连麦中,常见的刷礼物的策略是“跟”和“秒榜”。“跟”是此方刷多少,彼方接着刷多少,“秒榜”是在连麦最后一刻,刷出来的礼物数量超过对方。这些具身行动中,需要眼疾手快屏幕触感的流畅,才能在恰当的时机呈现出礼物画面。即使在非连麦的时刻,玩家对刷礼物的时机也是有一定判断的。惠文也是芊芊主播的“铁粉”,他财力比不上无极,但依然颇受欢迎,惠文的心得就是:“刷礼物要应景。”惠文说的这个景就是直播屏幕中上演的场景,“刷”在这里有了精心谋划的意味:“刷礼物不是随心所欲送礼物。大哥升级的时候你得放个小烟花(注:一种见者有份的礼物)吸引玩家吧;主播过生日的时候,你不能刷得太多抢了大哥的风头吧;主播唱你喜欢的歌的时候,你就可以多刷点……”(惠文,成都)

在手指与鼠标或者屏幕的接触之前,是没有礼物画面出现的。也就是说,在网络直播中,礼物以“刷”而存在。在这一层面上,刷礼物是一种观众“在屏幕上”的身体实践,这需要屏幕外的眼对屏幕内容的判断,手对页面上礼物图标的点击,使礼物画面呈现在屏幕上。不过,这仍然属于马诺维奇意义上的“交互”,屏幕是一个平面,交互即点击礼物图标,以使礼物画面呈现在屏幕上。

(二) 嵌入屏幕空间:“抛头露面”

刷礼物还指在使虚拟礼物可见的同时,屏幕前匿名的、面目模糊的观众也嵌入直播屏幕中成为可见的玩家,即玩家的化身与某一直播间屏幕的交互。刷礼物“实现了受众身体的在场……可以将受众的身体还原至社交互动过程之中。”^[24]这表现在两个层面:

一是,头像、动作、表情等身体元素嵌入直播页面的某个板块中。“踢沙发”“秒榜单”“开守护”是具体直播情景中刷礼物更细化的称谓。我们在前文中提到,沙发价值100“六币”(注:六间房的“六币”为虚拟币),在玩家刷出时,屏幕上会显示出一只脚踢出的特效。通常玩家们会争抢直播画面正下方这四个沙发席位,这被称为“踢沙发”。送的沙发数量最多的玩家,这个位置会显示该玩家的头像,其发言也会出现在头像上方。“所以我进去第一件事情,踢个沙发,找存在感嘛,踢沙发是我在那坐着呀。那个位置一直有我的名字、头像呀!”(雷哥,南京)榜单是对一场直播中玩家送出礼物的记录,位于公屏栏最上方;秒榜指玩家在短时间刷大量礼物,使自己在该直播间的礼物榜排第一名。“砸出礼物的那一瞬间,榜单也跳转了,榜头立马换成是我的名字,霸气嘛!”(雷哥,南京)最为

特殊的是页面右上方的守护栏。即使主播结束直播,该玩家退出直播间,守护栏依然会显示出送过此礼物用户的头像,30天为一个周期。并且开了守护的玩家在发文字时,还能调用各种表情符。“开守护是对这个主播的长期支持,而且我算了下,这个礼物最划算。一天七块多钱,头像一直挂在那儿。即使聊天,还能发专属表情,也不会很单调。”(明远,南通)

二是,玩家在直播屏幕上的虚拟形象逐渐丰满。在被访者们看来,“刷”是个“一出一进”的过程。“出”是上文中,私人菜单栏中的虚拟礼物出现在公共的屏幕上;“进”则是玩家的徽章、座驾等虚拟形象嵌入直播屏幕中,在直播场景中凸显出来。雷哥在任何一个直播间发言时,公屏区都会显示其头像、带有翅膀的等级标识、标识上还有熠熠生辉的闪电特效、一长串礼物消费徽章。雷哥发的文字信息,在公屏栏里是红色字体,在淡紫色框的衬托下格外醒目。“玩儿这个,不刷礼物你永远就是一个干巴巴的代码。‘刷’就是一出一进。只有礼物刷出去了,等级提升了、发言还有礼物徽章、昵称会闪星、平台会配座驾,你发言也比别人的字号大,形象就立起来了,你在直播间才有了头面,抛头露面嘛!”(雷哥,南京)明远的等级是“伯爵”,只消费了不到一万人民币,他的形象比起雷哥来“单薄”了许多:发言时没有头像显示,等级标识上也没有特效,仅在支持的直播间里才会显示出一个守护的徽章。明远认为刷礼物就是用真金白银换一个虚无缥缈的形象:“‘刷’的是真金白银,进来的是座驾、徽章、闪星……,我是属于比较实际的人,不会在乎那些虚无缥缈的东西,说白了玩家最后得到的就是虚无缥缈的在六房才有的形象。”(明远,南通)

直播间里,作为观众的用户其肉身形象是无法显现在屏幕上的,他们需要通过刷礼物这种“凭证获取的实践活动”^[15],才能“处在虚拟的、人们通过机器眼和机器声屏幕看到的空间”^[25]。刷礼物的第二层交互即虚拟的身体嵌入屏幕空间,从屏幕外的观众变成了屏幕里的玩家,成为直播屏幕上上演内容的一部分。

(三)穿梭于屏幕之间:同步生成的超链接

直播平台50元以上的礼物,在被玩家“点击”出来的同时,官方系统则会同步生成各式的礼物播报,推送到所有的直播间。这些穿插在直播页面上的播报,既是实时的广播,也是超链接,玩家们只需点击它,便可凭借分身来回在不同直播间屏幕穿梭。可以说,“刷”是一种生成链接的方式,它使虚拟的身体同时与直播平台中数个屏幕进行交互,网络直播屏幕具有了纵深度。

不同于日常生活中赠送礼物时的不事张扬,直播平台对用户“刷”出的礼物极尽渲染之势。雷哥认为只有送出50元以上的礼物,才是刷礼物。这是因为在直播平台,50元以上的虚拟礼物,被称为“紫光”,意味着收礼物的主播由于官方通报会“红得发紫”:“小打小闹的叫送礼物,‘刷’就是创造轰动效应,霸屏,要的就是这种感觉。礼物一出来,全站通知也有了,是不是全站的人都知道?”(雷哥,南京)在无极看来,刷礼物有了宣告的意味:“现实中送礼物是两个人的事,有时候是不是还得偷偷摸摸的,‘刷’就是向全站发出通知,刷礼物是要所有直播间的屏幕上都能看得到礼物信息。”(无极,大连)

屏幕各处的礼物播报,还是超链接,它们是系统根据礼物数据实时生成的。这些超链接如同一条条分叉的小径,其他玩家只要点击一下,便可凭借分身,穿梭于各个直播间,这在直播平台被称为“跑骚”。“刷礼物要带来的是人流和关注度的,哗哗哗大家都顺着广播来你直播间了,这就是‘刷’”(璐璐姐,唐山)“一个直播间待时间长了,会乏味……如果没人刷礼物,就不知道哪个直播间热闹,还得在主页上找半天,刷礼物屏幕上有播报,你顺着它就点进去了,不用返回主页面,这不就很方便嘛。”(惠文,成都)

刷礼物联通了直播间内外。一方面,用户们“身”在某一直播间,便可知晓全站动态。送礼者、收礼的主播及其直播间,成为屏幕空间中的一个强节点,在全站直播间变得“可见”。另一方面,他们可以通过任一直播间页面上的播报,穿梭到其他直播间,使收礼物的直播间“可达”,整个直播平台变成了一个超文本。这与大众媒介所营造的联结——想象他人在同一时刻消费着同样的媒介内

容^[26]——是不一样的。直播平台中,用户之间不但相互看见,还相互走动,即时互动,他们之间所形成的是切切实实的链接。

刷礼物意味着身体与屏幕空间中一种新的行为方式——交互。这使作为玩家的用户与作为其实践对象的屏幕空间,融为一体,“我们不仅观看图像,而且还能够进入图像空间,并且在没有(可感知的)延时情况下对图像环境发生影响”^[27]。首先,刷礼物是用户表现的身体对直播屏幕上礼物图标的操作,需要手指与鼠标或者手与屏幕的接触,配合屏幕空间中的内容,选择适合的时机,将虚拟礼物展示在屏幕上。其次,“刷”意味着屏幕外的观众进入屏幕空间。虚拟礼物呈现在屏幕上的同时,用户使自己再现的身体嵌入屏幕空间。最后,与刷礼物伴生的是同步生成的超链接。经由礼物播报,用户之间可以看见,并且借分身可以走动,直播平台成了超文本。由此,大众媒介时代的“看”直播和网络媒介时代的“玩”直播,可谓两种不同的身体实践,前者是受众的目光“掠过”屏幕的表面,而后者强调屏幕内外两个身体(表现的身体和再现的身体)的参与和卷入,“表象不是通过图像,而是通过具身活动的演员被给出的”^[28],屏幕空间里所有上演的内容是用户在“玩”的过程中同步创造的,网络直播空间真正包裹着他。

五、“现-场”:刷礼物的知觉体验

在上一节中,我们借由“交互”这一概念阐释了刷礼物这一经验行为,而在本节中我们再尝试以用户体验表达中反复提及的“现-场”一词来概括他们与屏幕交互时的身体体验。从字面意义上看,“现”是时间,“场”是空间,时空架构了人们的基本知觉经验。当然,基于网络直播屏幕的“现-场”,它的时间指向既不是过去也不是将来,而是实况的当下,或可称其为“现时”;并且,就赛博空间或交流空间而言,地理上的距离消失了^[29],用户不再以肉身所处的位置为中心感知远近,而是以身体图像衡量屏幕空间,同屏即“在场”。值得强调的是,不能将这些体验与一般网络媒介特征相混淆。其实,维利里奥早在电影电视时代就强调其影像生产的实时性,他认为这种时间性已经成为一种主导模式,我们通过注视来经验诸世界事件并虚拟地制造当下。^[30]进而在当代社会,技术速度越快,移动就会变得越困难,直至实际空间让位于实时。^[31]这几乎就预示了网络媒介的种种情境,但这些理论想象终归并非基于网络直播屏幕,以下论及的“现时”之不可逆与同屏的新尺度便是其未曾料想的局面,而这些恐怕也很难在非直播的网络体验中得以证成。

(一) 现时之流

一场直播,以主播开启自己的摄像头,出现在屏幕中为起始,以主播从屏幕中消失,即“下播”为终了。在这个过程中,直播间里有玩家进进出出,也有礼物“此起彼伏”。不同于在互动中没有延迟或等待的“实时”^[32],“现时”指的是用户们“置身”屏幕空间,正在创造和经历屏幕内容。“流”则强调每一场直播都是一次性的经历,此种经历是不可逆的,稍纵即逝。

如果说电视直播塑造的是一种延迟于生产的、公共的“同时观看”^[33],那么网络直播则是玩家亲历其中的,主播的实时影像、文字、礼物的流动,让玩家“置身”于一个不断流动的当下。在泡泡哥看来,一切电视节目都是“录像”,而网络直播是主播和玩家同时“生产”的:“电视上的节目及人都是固定的,也就是播放的录像。而你看直播是跟着主播及粉丝互动的,主播要跟着粉丝点歌,点舞及聊天而进行下去的。”(泡泡哥,上海)相比线上影视、网络游戏、社交媒体、音乐网站等,玩直播是不可重复,不易“捉摸”的时间经历。惠文喜欢听歌,每当他进入直播间,芊芊主播都会主动唱起他最喜欢的《美人吟》,这给他一种“衣来伸手,饭来张口”的感觉。相比听音乐网站,惠文用了“抓不住”形容网络直播中时间流动的不可逆:“音乐网站你能很直观地看到一个女生,让她给你唱歌吗?你不用花钱听音乐网站看的是现场吗?(问:现场是什么意思?)现场看的是活人,你刷了礼物,在屏幕上一打,立刻下一首就是。音乐网站你能前进、后退、暂停。这个是活的啊,除非你录屏,不然你抓不住它。”(惠文,成都)

不论电影或者电视屏幕,显示的都是已发生之事。即使电视直播也是对远地发生之事的极端接近,但它仍然是“即刻的过去,它使当下过渡,从而构成一个已经在此”^[34],因而,我们是在见证历史^[35]。“现时之流”,不仅意味着和真人的互动、反馈的及时^[36],更强调玩家是以刷礼物介入屏幕中,创造并经历着屏幕内容,并且这是无法回放,不可重复的时间体验。

(二) 同屏即在场

前文中已提到,直播屏幕被区分为不同的板块。直播间里的用户们,不再以地理空间界定彼此的距离,玩家再现的身体与主播的影像出现在同一个屏幕中即在场,身体图像的远近意味着用户们在屏幕空间中的距离。

建民一生孤苦,他生命的最后几年,在璐璐姐的直播间里“找到了慰藉”。即使建民的经济来源只有低保和姊妹们的补贴,他会每月不落地给璐璐姐开守护,并且每天晚上都会占据一个沙发席。虽然肉身局限了他的行动,但化身却能在直播空间里与他人“贴”近:“挨着璐璐,和老大、你们‘平起平坐’嘛……守护每个月要开的,为啥叫‘守护’呢,不就是在她身边守着她护着她嘛!”在建民看来,屏幕空间甚至比物理空间的社交距离更近:“在直播间,只要我刷得多,是榜一,我的位置肯定紧挨着主播啊。现实中,别人离我太近,我呼吸上不来。再说了,除非是两口子,不然都要保持距离的,谁会一个贴着一个呢?”(建民,天津)还有一次,璐璐姐直播间里大家起哄让新来的月哥开守护,月哥问:“守护是什么,有什么用?”璐璐姐用手指了指右侧的守护栏:“成为我的守护,你就离我更近了啊!哥你在我右边这一栏里,是不是离我很近?”接着阿美也应和道:“开个守护我们就能坐一起了啊!”(田野日记,2017年12月5日)

不论是麦克卢汉的“地球村”,还是维里利奥的“大光学”,都在宣告电子通信设施消灭了地理意义上的距离。地理距离的消失并不意味着空间感的消失。交往双方身体图像在屏幕空间中的远近成了用户衡量距离的新尺度。就网络直播而言,玩家们通过刷礼物的方式,使自己的身体图像与主播的影像邻近,刷得越卖力,物质和精神的付出就会越多,玩家与主播的空间距离感越被拉近,玩家化身图像与主播影像的邻近正是由刷礼物勾连出来的空间感。

网络直播中的“现-场”,是用户们依靠化身置身屏幕空间,通过礼物、文字、语言的交往即时创造的,这已不同于存在论中此在当下的在场。后者强调的是时间和空间的直接性:“通过一个此处和此时活着的身躯的存在,才有真正的在世界——在感性经验所特有的世界——上在场。”^[37]“现-场”也不是通常所说的“远程在场”。“远程”意味着存在于物理空间中的“远地”与肉身所在之地的时空间隔;“在场”是“媒介与现实的时间缝隙与空间距离正在被抹平”^[38],这仍然暗示着距离的变短,时间的压缩。网络直播的用户,不需要克服时空距离,“抵达”或“接近”某个实体空间的影像,同屏即在场。

六、结语:刷礼物作为数字身体实践

“每当人们开始以显著不同的方式利用他们的身体时,不管是因为技术创新还是其他的文化转变,处于变化中的具体性经验就像冒气泡一样不断进入语言,改变正在这种文化中发挥作用的隐喻网络。”^[15]也就是说,与我们身体实践有关的知识会被编码到语言中。刷礼物正是数字媒介时代以身体书写话语的一个例证。以阎云翔为代表的中国礼物研究将“礼物”既看成一种符号,又视为一种依靠关系传达人情的工具^[39]。这类研究将焦点放在礼物交换的文化规则与运作逻辑上。但在数字时代,这样一种“总体性的社会制度”^[39]也要顾及“媒介文化规则”与“媒介运作逻辑”。传统礼物往往是可以保存、转手的实物,在送出之前即已存在,而虚拟礼物在“刷”前后的状态是不一样的:在网络直播中,有“刷”才有礼物,礼物背后的人情关系经由网络直播屏幕的“刷”这一“现-场”实践来构成、维系。若以面对面馈赠礼物为中心探讨其流动过程中的(不)可让渡性,仍然是从传统人际关系的角度阐释新现象,刷礼物作为媒介实践的发生条件与独特过程就有可能被卷帙浩繁的社会结构分

析所遮蔽。

通常我们理解的“交互”即用户对屏幕界面的操作和屏幕内容的呈现;本研究中的“交互”与刷礼物这样一种特殊的身体实践相连,在观念上它蕴含一种刷者与屏幕的关系可能性,在物质实践上至少包含三个层面:首先,刷礼物是观众在直播屏幕上的身体实践,需要手指与鼠标或者屏幕的接触,配合屏幕空间中的内容,选择适合的时机,点击礼物图标,使礼物画面呈现在屏幕上。其次,刷礼物使虚拟礼物呈现的同时,也将玩家虚拟的身体嵌入屏幕空间。最后,礼物播报生成的超链接,使用户之间可以看见,并且借分身于不同的直播屏幕间游走,直播平台成了超文本。

刷礼物是身体与网络直播屏幕的实时交互,还牵连出一套独特的时空知觉体验——不可逆的时间与无须克服的空间尺度。“现-场”是用户刷礼物的时空体验。“现时之流”,强调玩家是以刷礼物介入屏幕中,创造并经历着屏幕内容,并且这是不可逆的时间体验。交往双方身体图像在屏幕空间中的远近成为用户衡量距离的新尺度。网络直播的用户,不需要克服空间距离,“抵达”或“接近”某个实体空间,玩家们通过刷礼物的方式,使自己的化身图像与主播的影像邻近,同屏即在场。

如同20世纪初,显微镜、橱窗、摄影等技术促成了“看”这一视觉实践^[40],刷礼物是21世纪人们基于交互屏幕的新实践。有学者从文化批判的角度将当前屏幕膨胀的“超现代时代”解读为一种基于“电影视角”的世界-屏幕,现今我们所经历的是“被电影精神改造的现实”。^[41]这类分析落在屏幕内容特质上,至少无益于理解网络直播实践的交互性。也有学者从存在论角度指出“刷手机”与“看电视”截然不同^[42]。我们则通过刷礼物这一现象,以“交互”为核心概念,阐释了数字媒介时代身体与屏幕的新关系。从某种意义上说,数字媒介的“交互”至少有两类理论观照:一是将交互理解为用户在屏幕上的控制与操作,以马诺维奇为代表的取径即作如是观;另一种是本文所力图呈现的身体与屏幕之间新的实践方式。不妨将此意义明确为如下两个方面:首先,是区别于听、读、看等实践的“刷”。大众媒介的使用经验是对实体空间的“再现”或镜像式的“反映”,观众——这一大众媒介时代的特有称谓——主要是以“看”这一视觉实践,并且依靠想象的、逻辑的、理解的方式和屏幕内容进行交互。然而,刷礼物与刷脸、刷卡等实践更有家族相似,特性各异的媒介实践不断重塑着身体,至少刷礼物是生理机体的、虚拟形象的、在超链接中游玩穿梭的身体实践。其次,是区别于大众传媒界面,刷礼物之所在的“交互屏幕”即原型。人们以点击、触摸的方式进入其中,以化身呈现在屏幕中,并且以分身打通不同的屏幕空间,可以说“现-场”屏幕空间的内容就是用户以“身体”即时书写的。

参考文献:

- [1] 孙信茹,甘庆超。“熟悉的陌生人”:网络直播中的刷礼物与私密关系研究. 新闻记者,2020,1:25-35.
- [2] S. Wang. Live Streaming, Intimate Situations, and the Circulation of Same-sex Affect; Monetizing Affective Encounters on Blued. *Sexualities*, 2020, 23(5-6), 934-950.
- [3] 董晨宇,丁依然,叶蓁. 制造亲密:中国网络秀场直播中的商品化关系及其不稳定性. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2021, 3: 137-151.
- [4] 约斯·德·穆尔. 赛博空间的奥德赛——走向虚拟本体论与人类学. 麦永雄译. 桂林:广西师范大学出版社, 2007:151.
- [5] 詹佳如. 文本之外:媒介视野的阅读史研究//黄旦. 中国传播学评论(第九辑). 北京:中国传媒大学出版社, 2020:79.
- [6] 张杰,缪倩玉.“亲密关系”的购买?——接合性情境中网络主播的类社会关系研究. 国际新闻界, 2021, 12: 29-52.
- [7] 莫罗·卡波内. 屏幕,画布与窗口——以及其他四方形垂直表面//高宣扬. 法兰西思想评论·2014(秋). 曲晓蕊译. 北京:人民出版社, 2014:260-261.
- [8] Robert D. Romanyshyn. *Technology as Symptom and Dream*. New York:Routledge, 1989:43.
- [9] 安妮·弗莱伯格. 虚拟的窗子//唐宏峰. 现代性的视觉政体:视觉现代性读本. 杨柳,汪瑞,吴啸雷译. 郑州:河南

- 大学出版社,2020:232;209.
- [10] 列夫·马诺维奇.新媒体的语言.车琳译.贵阳:贵州人民出版社,2021:104;54-55;15;64-65;102.
- [11] 安妮·弗莱伯格.移动和虚拟的现代性凝视:流浪汉/流浪女//罗岗,顾铮.视觉文化读本.桂林:广西师范大学出版社,2003:336;332.
- [12] 陆绍阳,杨欣茹.俯视手掌的权力:重回男性凝视的网红直播视频.新闻爱好者,2017,2:53-55.
- [13] N. Verhoeff. Mobile Screens;The Visual Regime of Navigation. Amsterdam: Amsterdam University Press,2012:13.
- [14] D. Ihde. "Multistability in Cyberspace" in Transforming Spaces//H. Mikael, L. Andreas, V. Dirk. The Topological Turn in Technology Studies,2002. [2023-06-14] <https://studylib.net/doc/7644857/multistability-in-cyberspace-1>.
- [15] 凯瑟琳·海勒.我们何以成为后人类:文学、信息科学和控制论中的虚拟身体.刘宇清译.北京:北京大学出版社,2017:6;53;277.
- [16] J. Strömer-Galley. Interactivity-as-Product and Interactivity-as-Process. The Information Society,2004,20(2):391-394.
- [17] 唐·韩德尔曼.通往虚拟偶遇之路:霍顿与沃尔的《大众传播与类社交互动》//伊莱休·卡茨,约翰·杜伦·彼得斯,泰玛·利比斯等.媒介研究经典文本解读.常江译.北京:北京大学出版社,2010:148-150.
- [18] 李梦颖,陆晔.虚拟可导航空间与情感体验:可视化作为数字新闻核心叙事的中国经验与理论前瞻.新闻界,2021,7:33-42.
- [19] 孙玮.媒介导航的数字化生存.国际新闻界,2021,11:6-22.
- [20] 唐·伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世.韩连庆译.北京:北京大学出版社,2012:29-30.
- [21] 易观智库.中国娱乐直播行业白皮书2016(简版).2016-09-13. [2022-09-04] <https://www.analysis.cn/article/detail/1000100>.
- [22] 刘岩,刘建强.六间房:虚拟社会的税务局.创业家,2013,11:85.
- [23] V. Flusser. Gestures. Minnesota: University of Minnesota Press,2014:3.
- [24] 余富强,胡鹏辉.拟真、身体与情感:消费社会中的网络直播探析.中国青年研究,2018,7:5-12+32.
- [25] 弗罗里安·罗泽.第二个和第三个身体,或者:成为一只蝙蝠或住在另一个行星上会是什么情景?——一篇随笔//西皮尔·克莱默尔.传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒.孙和平译.北京:中国社会科学出版社,2008:129.
- [26] 本尼迪克特·安德森.想象的共同体:民族主义的起源与散布.吴叡人译.上海:上海人民出版社,2011:32.
- [27] 西皮尔·克莱默尔.传媒、计算机和实在性之间有何关系//西皮尔·克莱默尔.传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒.孙和平译.北京:中国社会科学出版社,2008:4.
- [28] 格诺·伯梅,王旭.作为具身性在场的空间与作为表象媒介的空间.清华西方哲学研究,2016,2:149-161.
- [29] 曹继东.现象学与技术哲学——唐·伊德教授访谈录.哲学动态,2006,12:31-36.
- [30] 伊恩·詹姆斯.导读维利里奥.清宁译.重庆:重庆大学出版社,2019:83-84.
- [31] 约翰·阿米蒂奇.维利里奥论媒介.刘子旭译.北京:中国传媒大学出版社,2019:72.
- [32] 许煜.论数码物的存在.李婉楠译.上海:上海人民出版社,2020:165.
- [33] 黄旦.“千手观音”:数字革命与中国场景.探索与争鸣,2016,11:20-27.
- [34] 贝尔纳·斯蒂格勒.技术与时间:2.迷失方向.赵和平,印螺译.上海:译林出版社,2010:278.
- [35] 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,2000:1.
- [36] 张丽华,骆世查.同步性中的“存在感”:经由直播媒介的人际交往与日常生活.新闻与传播评论,2019,4:64-77.
- [37] 保罗·维利里奥.解放的速度.陆元昶译.南京:江苏人民出版社,2004:51.
- [38] 孙玮.论感知的媒介——兼析媒介融合及新冠疫情期间的大众数字传播实践.新闻记者,2020,10:3-14.
- [39] 阎云翔.礼物的流动:一个中国村庄中的互惠性原则与社会网络.李放春,刘瑜译.上海:上海人民出版社,2017:239;27.
- [40] 唐宏峰.看的自觉与双重“世界-图像”——近代中国的视觉现代性.跨文化研究,2021,1:1-30+267.
- [41] 吉尔·利波维茨基,让·塞鲁瓦.总体屏幕:从电影到智能手机.李宁玥译.南京:南京大学出版社,2022:262.
- [42] 孙玮.技术文化:视频化生存的前世、今生、未来.新闻与写作,2022,4:5-14.

Flood the Gifts: The Interactive Screen and Body Practices of Live Video Streaming Platforms

Zhang Lihua (Northwest Normal University)

Luo Shicha (Sichuan University)

Abstract: The digital age is a multi-screen era. As one of the typical digital technologies, the screen of live video streaming is no longer a "window" that simulates and represents material reality, but a space with vertical depth that allows people to enter and create. As a new practice in the digital media era, flood the gifts means the interaction between users and screen space. Unlike former research on screens, this paper clarifies the body practice through live video streaming screens on three levels: the operation of the flesh on the screen, the embedding of the avatar into the live screen, and the walking of the avatar between the screens. Furthermore, this interaction can be recognized in specific experiences, and users express such situations as "live-scene". Users create and experience screen content, which is an unrepeatable time experience. Moreover, users no longer perceive the distance centered on the position of the body but measure the screen space with the body image, and being-in-the-same-screen equals co-presence.

Key words: live video streaming platforms; flood the gifts; interactive screen; body practice

■ 收稿日期: 2022-10-05

■ 作者单位: 张丽华, 西北师范大学传媒学院; 甘肃兰州 730070
骆世查, 四川大学文学与新闻学院; 四川成都 610065

■ 责任编辑: 汪晓清