

# 社交媒体礼仪: 数字关系情境下的伦理方案与效果辨析\*

■ 晏青 支庭荣

**【内容摘要】** 社交媒体是沟通的媒介,更是关系生成之所,它作为一种新的讲述形式及交往媒介,有其自在的语法逻辑和动力系统。基于社交媒体出现的交往问题,自我规制的兴起,以及新媒介技术下的新文化规则,提出了“社交媒体礼仪”的概念,用于描述当下社交媒体的这种崭新的交往情境,并试图发现交往方式以及情境重组的理论规律。作为现实礼仪的一种延伸和重塑,社交媒体礼仪具有技术性、符号性、比特化等特征,它能够提升人际交往效能、缓和国际矛盾、加强国际对话、促成世界性议题的讨论。同时,作为一项符号性伦理方案,需要建立现实机制,与之配套和互动,促进现实问题的解决和公共性实现。

**【关键词】** 社交媒体; 数字关系; 虚拟交往; 礼仪; 伦理

## 一、引言

社交媒体与伦理变迁的关联主要有两条路径:一是工具或平台论。社交媒体除了成为道德和伦理的讨论焦点,还可以作为一个工具或平台,促进道德的讨论。<sup>①</sup>比如 YouTube 这样的视频分享网站就有成为一个道德问题的讨论和辩论的平台潜力,增强道德价值意识和道德行为模范作用。<sup>②</sup>二是建构主义视角。其中信息、技术的政治化,换句话说,它就已经包含/排斥特定的利益,这就直接关系到伦理。因为建构主义以利益置入技术和实践的方式,对伦理影响很大。信息技术有一套复杂的规则与逻辑,一般用户无法将偏见嵌入系统。因此要实现信息技术下的伦理,不仅要审视它最终的设计,还要上溯到上游,重新反思嵌入其中的利益和价值。<sup>③</sup>媒介伦理是一个内涵丰富的概念。但研究主要呈现这样两种趋势:一主要围绕内容生产者及环节的伦理规范研究;二数据安全和隐私保护的研究越来越多,但是专门针对社交媒体与礼仪关系很少。其中,关于网络礼仪的关注较早,最早是1985年有学者谈电子邮件礼仪<sup>④</sup>。到90年代就提出网络礼仪(netiquette)概念,认为网络礼仪是一个综合的常识,是计算机技术规定的常见礼貌和互联网大用户建立的文化。<sup>⑤</sup>随后出现在线礼仪(online etiquette)、互联网礼仪(internet etiquette)等词汇或概念。网络礼仪被视为世界的通行证<sup>⑥</sup>,也称为当今国际礼仪所重视的新形态之一<sup>⑦</sup>。网络礼仪教育也因此

成为一些国家和地区重视。例如,有研究关注美国医学专业学生在社交媒体上发布酗酒行为、性行为、病人隐私等信息。<sup>⑧</sup>中国台湾地区教育部门将使用信息技术过程中的礼仪规范议题纳入学生范围。有学校已开始进行网络礼仪教育。<sup>⑨</sup>

因此,社交媒体时代,我们是通过科技体系去感知世界,形成了科技的生命形式,并在这种科学编码中成就人的社会性。所以本文研究的是社交媒体礼仪作为一个理论议题的现实背景是什么?它的概念、特征是什么?作为媒介化生存社会的伦理方案如何构建,以及效果如何?

## 二、富媒体与穷礼仪: 一个被忽视的极化现象

套用罗伯特·麦克切斯尼的“富媒体,穷民主”,笔者认为当下社交媒体现状是“富媒体,穷礼仪”。因为社交媒体蓬勃发展,但充斥着无序规则。在媒介社交化、社交媒介化的背景下,社交媒体已无缝地作用于整个生活,并提供了新的意义生成方式。

### (一) 问题倒逼: 呼唤新的交往规范

社交媒体仍在迅速增长,成为我们日常生活不可分割的一部分。新型的社会交往模式,为建立人与人之间新的社会关系提供了平台,但也出现大量失范行为。一是无意之失。比如自恋式的“晒族”,将经历、情绪、兴趣等表露出来,甚至直播私生活。大众媒介的普及,媒介技能已不成问题,问题是过度使用

\* 本文系国家社科基金青年项目“移动传播情境下中国优秀传统文化传播与融入研究”(项目编号:17CXW002)的研究成果。

造成伦理问题。用户能够有效组织措辞,熟知图片美化、视频剪辑等应用软件、最大化地传播自己;却不重视传播伦理。这种晒族行为类似于面对面交流无法遏止的自说自话。二是出于种种目的造成的犯罪行为,诸如泄露他人信息、人身攻击、谩骂、骚扰等充斥网络。三是各种思想价值的非理性争议。因为各种思想观念差异和观点分歧,自由主义、民粹主义等,分别有各自立场,情绪化地相互攻击,造成信息对立、言语不合、打压异见、阻塞言路等问题。但是,只要认真剖析各种非理性争论肌理,就可以发现,其实很多讨论涉及价值,但价值无法证伪,而需要更多理性的探讨。

### (二) 自我规约: 互联网行为的主要规制维度

以上所述种种失范行为,不仅会削弱社交效果、破坏在线交往体验,甚至导致误解和大众内部分化。对此,世界各国对社交媒体的管理,一般形成政府主导、行业协调和自我约束相结合的管理格局。政府层面出台相关法规,比如英国出台了《社交媒体法》《数据保护法》《RPC 隐私法》《网络身份保护法》等。日本提出《交友类网站限制》《网络事业者伦理准则》等。我国将新兴的网络媒体纳入其监控视,要求实行注册实名制,利用赋予VIP身份。2014年实施《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》。中国三大微博运营商也制定了一系列详细的规制手段。比如《新浪微博违规行为处罚条例》规定的处罚方式有:公开违规账号、禁止被关注、封号等。司法部门也开始探索社交网络的言论定罪问题。但总的来说,现阶段还是摸索尝试。但是,由于社交媒体信息的碎片化、巨量化,规制也难免挂一漏万。而一旦规制过于严厉,又将影响用户使用的积极性,压抑与异化人际交往。在种种外来力量的挤压下,用户失去信息生产的积极性,沦为信息的接受者,或者集体逃离,另辟表达平台。

另一方面,单一的国家规制方法也存在种种不足。在新自由主义影响下,国家也力图避免互联网的“霍布斯式”的倾向。20世纪90年代以来,反国家规制的理念是许多互联网倡导者的主导思想,并演化成一个新的共识:在可能的情况下,互联网由用户和专家来管理,而非政府。在内容监控、域名分配和隐私保护等方面,国家(至少一部分国家)让出了唯一的仲裁者的角色。<sup>⑩</sup>同时,自我规制(self-regulation)的治理方式成为趋势。<sup>⑪</sup>有学者认为,自我规制更适合网络世界,首先在互联网这个互态的系统中,

非正式的处理更适应变化,不会压制创新;其次最能理解和执行规章的是企业家和软件工程师,而非法官和政府人士。<sup>⑫</sup>在非传播者主导的环境中,消费者自主性较大,可以选择内容,因此自我规制是比较适合的。社交媒体礼仪是用户主体建设、实现自我规制的条路径。所以,社交媒体礼仪这样一种更温和,从用户体验出发的规则手段,规范当下网络社交行为,为问题的解决提供了新的可能。

### (三) 社交媒体下的虚拟交往需要新关系伦理

麦克卢汉指出,每一种媒介都有自己的文本建构规则,并以自己特有的方式梳理和呈现事实。经过20多年的发展,社交媒体已有广泛而深入的实践,积累了丰富的交往体验和社交规则。比如,“以关系基础”为前提的人际关系分层决定了中国社会人际交往仍然是以“亲缘关系外推”作为人际认知的起点。<sup>⑬</sup>基于强关系的SNS推介机制、微信手机号码推介制、QQ圈子的成立、新浪微博改版后的密友圈等。传统的“熟人社会”在工业化的生产中被消解,重新在信息化的消费浪潮中复活,并促成更大范围的“泛熟人化”关系圈。整个世界的距离如此之近,似乎触手可及,恍若真正实现天涯若比邻。因此,社交媒体礼仪是现代礼仪文化建设的重要内容。社交媒体伦理建设的中国资源为研究者所重。针对伦理资源丰富的儒家思想,有观点认为儒家价值和互联网相冲突。<sup>⑭</sup>也有学者从儒家视域出发认为社交媒体的礼仪生产,要引入责任,重新设计社交媒体情境;熟练使用社交媒体、线下生活优先、重振线上礼仪;结合儒家思想,有必要进行语境融合以实现社交媒体新的礼仪方式。<sup>⑮</sup>中国的伦理学主要在孔子经典框架下发展和阐释,主要集中于规定个人与他人的关系。当下的媒介伦理学需要在全球化、跨文化、跨国界的模式中来重新审视现有的理论。

## 二、社交媒体礼仪的概念及逻辑

社交媒体礼仪,是基于社交媒体进行数字化交往的程序与方式。它是社交媒体时代交往的艺术,用于描述当下社交媒体的这种新交往情境,并试图发现交往方式和情境急剧重组和建构的理论规律。

### (一) 社交媒体礼仪与媒介素养

它首先要与“媒介素养”<sup>⑯</sup>相区别。媒介素养概念有其既定的内涵与外延,无法囊括社交媒体礼仪。两者有一定的交界,但更多的是差异。媒介素养是一个复杂的概念,它的复杂源于它自身的历史发展与文

化变迁。经历了“家长制”“免疫”模式的保护主义,到解读和批判模式,再到“赋权”和使用模式的发展过程。<sup>⑦</sup>20世纪30年代,为了应对大众文化的消极影响,欧洲学者最先提出媒介素养思想,通过媒介教育,帮助青少年对“低劣”的大众文化予以甄别与抵御。20世纪中期,其内涵逐渐从审美欣赏转向意识形态批判。20世纪后期,“家长制”的媒介素养概念受到挑战与质疑,加之以受众为中心的研究范式兴起,媒介素养开始强调“人的能力的培养”,其概念是公众需要通过培养获得的一种基本的社会技能和个人素质。总得来讲,媒介素养是通过教育和自觉行为而获得的与媒介及其文本信息有关的一系列知识和选择、理解、批判、评估、创造、生产、传播、控制等能力,是一种针对传媒信息这一客观的技巧和能力。它与社交媒体礼仪概念有交叉之处,但与社交媒体礼仪的概念有明显差异。(见图1)

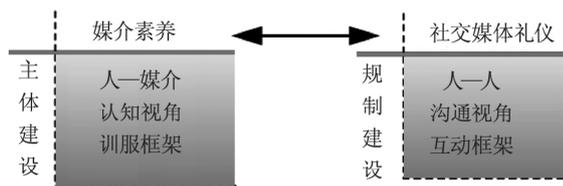


图1 社交媒体礼仪与媒介素养的关系示意图

如上图所示,媒介素养基于人的“主观能动性”,更多强调主体面对客体的“能力”,以及改造世界的“改造力”;媒介素养的作用对象是媒介本身,是一种基于受众主体性塑造,主观能动性的发挥。理论旨趣基于“人—媒介”的二元逻辑上的,准确地讲,是一种认知视角、驯服框架以及预设限定的理论思路。而社交媒体礼仪强调新“规则”的重新约定俗成与再制度化,更强调与文化、情境的关联,兼顾对人的主体建设。社交媒体礼仪的诉求是人,是一种强调文化整体性的营造,文化涵养性的发挥。两者之间具有这些差异,但也存在互动关系,良好的媒介素养与规范的社交媒体礼仪,是彼此促进的,两者共同促进社交媒体中的伦理生态。

## (二) 社交媒体礼仪概念与特征

有台湾学者在不同研究议题概括网络礼仪的精神内涵<sup>⑧</sup>,笔者立足已有的成果与社交媒体的交流特征,将社交媒体礼仪的精神内涵分为:礼貌与友善、有效传递信息、理解与尊重、隐私安全。总得来讲是出于沟通效率与隐私安全出发而衍生的规则。因此,

基于这些精神内涵,所谓社交媒体礼仪,是指基于社交媒体进行虚拟交往的程序与方式,旨在促进有效沟通与隐私安全的数字化交流。

社交媒体礼仪作为传媒时代的新问题具有继承与重塑现实礼仪之功。同时因其技术基因,礼仪呈现了现实延伸性、情境再造、技术性、电子化等特征。

### 1. 社交媒体礼仪是现实礼仪的一种延伸和重塑

现实生活中,礼仪作为协调人际关系的行为规范,具有实用性、约束性和灵活性。比如公务礼仪、商务礼仪、社交礼仪、职场礼仪、饭桌礼仪等。礼仪由礼仪实践主体“携带”到媒介使用当中,慢慢编织成媒体话语规则,成为构成大众传媒“编码—解码”的一环。在互联网发展中,大多经数人面对这种虚拟空间的态度和使用经历了从尝试到信任,再到沉浸三个阶段。在尝试阶段,现实礼仪是最主导的思维模式,互联网这一符号系统只是一个被现实礼仪规训的对象;在信任阶段,互联网作为一种可以用于交往的工具,逐渐在资本运营、工业生产、生活服务和人际交往方面显露出极大的便利和优势,提供了一种前所未有的生存体验,成为人们托付理想和价值之所。社交媒体最初以有用性、工具性进入,直到人们完全沉浸其中,社交媒体礼仪渐而以重构的姿态,打破现实与虚拟时空的疆界,有效融合,共同发生作用。当下社交媒体礼仪便是沉浸状态的产物,一方面仍汲取现实礼仪的整体框架、要素组合,甚至语气语态,以利于延伸;另一种以基于技术使用、应用方式的社交媒体的思维重新塑成礼仪,比如互联网思维。人与人交往,实现从“邻国相望,鸡犬之声相闻,民至老死,不相往来”到“天下谁人不识君”。

但是需要注意的是,这种延伸性也带来了一些变异。例如,社交媒体中的“好友”不再是“传统概念上的友谊”<sup>⑨</sup>,格兰诺在《弱连接的力量》中也认为,社交网络中的社交是一种“弱连接”,这种连接具有不经常联系、情感不太亲密以及不存在互惠互利的来往的特征。微博、BBS、人人网等社交媒体中的“好友”更多属于一个模糊的社会关系类别,甚至校友网络、校友会等其他所谓的“小群体”基本上都是松散的组织,因为彼此了解甚少。在资本的趋动下,金钱交易和商业行为逐渐实行更合理的经济制度,不再是基于个人忠诚度,不只再基于个人感情影响,所以“资本主义膨胀是建立在人们不需要紧密个人联系就可以指导经济交换的理念之上的”。<sup>⑩</sup>“好友”关系是基于“弱连接”动力机制,在此机制下

的礼仪呈现出新的特征和机制。

2. 社交媒体礼仪的媒介化生存状态下人类新的文化样态

区别于“老死不相往来”的乡土社会的交往有限性、牵制在流水线上的工业逻辑的礼仪形态, 社交媒体礼仪是媒介全息化的结果。随着新的技术进步, 新的大众媒介系统开发, 礼仪表达方式也随之修正、改变。又将人类从数字化生存推前了一步, 走向社交媒体化的生存, 并成为文明向前推进的又一佐证。正如埃利亚斯在《文明的进程》一书中所谈的, “礼貌”“吐痰”“就餐”等日常行为在不同历史时期具有不同的表现方式, 现存的文明是累积而成。文明的表现绝非天然如此, 文明是一种过程, 是历经数百年逐步演变的结果, 是心理逐步积淀规范的结果。<sup>①</sup>新的媒介形态造就新的情境, 情境再造也引起新礼仪文化, 而现在正处于这个阶段。

3. 礼仪编码与表达的技术性、数字化

社交媒体礼仪无法运用各种约定俗成的规范或现场各要素, 包括人、空间、技巧、环境和反馈信息等进行合理有效的整合, 从而无法像现场交往那样直观可感。但是, 新的电子关系会扩大、丰富人们的社交网络, 这是人际关系建立的新方式, 而社会线索和社会情感内容的缺乏也可通过使用各种语符和图式来弥补。<sup>②</sup>现实礼仪中的外表(如容貌、服饰、表情、姿态等), 待人接物的方式(如拜会、致意等)、行为规范(如尊老爱幼、遵时守约、礼尚往来等), 运用到社交媒体当中, 呈现其符号性的一面: 现实中的个人外在形象被“头像”替代, 比如有网友总结不同的QQ头像代表不同人的性格; 现实表情被种类繁多的电子表情替代; 可以用免费或有价的电子礼物送人, 比如, 利用Wishareit这样一个协作赠送平台, 帮助找到完美的礼物送人。现实中的电话礼仪、书信礼仪, 在社交媒体中有@、转发、评论、私信、微博、微访谈等。语音短信、视频录像、文字和图片(包括表情、照片)等成为重要要素进入礼仪交流。社交媒体礼仪的技术性、符号性是在模拟性下完成的。现实中的表情、动作、礼物等被比特化, 从而实现虽不在场, 但可制造在场的礼仪体验。礼仪的技术性、符号化、比特化已形成了大家广为接受的符号系统, 在使用与满足中, 社交媒体礼仪通过约定俗成操作的符号网络被制度化。可贵的是, 随着社交媒体技术更新、应用软件升级和更便捷的社交需要, 将会不断地产生新的礼仪符号, 由此产生一个由相互关联的

意义构成的系统, 共享意义。

社交媒体礼仪作为一种新的传媒现象, 因此关于社交媒体礼仪的生成规则尤为必要。现实生活中的礼仪是基于传统文化、物质空间的, 而社交媒体中的礼仪是基于后现代文化、媒介技术的。区别于前者的人文主义, 社交媒体礼仪是集实用主义、娱乐主义, 夹杂着商业资本、政治话语、民粹主义、自由主义、个人主义等思潮, 以动态、多变为常态的一种仪式形态。在这种基于多元文化、技术依托的礼仪有着怎样的生成规律、发展模式, 礼仪的分配逻辑是以什么为轴心的, 如何建立属于社交媒体时代的礼仪系统, 这些都是需要深入研究的。

三、作为催化剂的伦理方案: 效果辨析

社交媒体“是一种受交流引导的媒介形式, 而不是受信息驱动的媒介形式”<sup>③</sup>。与现实礼仪相比, 它在文化底色、表达方式和语法逻辑上都具有独特性。基于web 2.0的社交媒体为公共性提出更为理想的生成环境。虽说存在管理混乱、主体素质等原因, 但是社交媒体的开放、互动、大规模协作、社会化生产等特性, 为公共领域的有效建立提供了可能性。

首先, 社交礼仪能够提升网络主体的技术技巧, 提升交际效能。有实验和研究表明, 网络社交比现实社交存在较低的焦虑水平。因为网络社交活动能够为现实社交焦虑者锻炼社交技能提供良好的条件, 如果能成功将网络社交中学习到的社交技能迁移到现实社交中, 将有助于改善他们在现实生活中的社交焦虑症状。<sup>④</sup>关于社交媒体的交往作用, 有学者认为在社交媒体中可以通过想象跟自己互动的是谁, 这一策略有助于减少不确定性, 因为用户能将他们的行为与实践限制在自我的想象当中。<sup>⑤</sup>不确定性削减理论者查尔斯·伯格认为, 人际交往就是通过传播获取对别人的了解, 减少焦虑感和不确定性的过程。针对自我信息分享行为, 传播边界管理理论家桑德拉·佩特罗尼奥认为在交往中公共领域和私人领域的边界是动态变化的。与人分享信息和保护自我需求之间是矛盾的, 这就需要交流中商议和协调两者之间的边界。这便是管理信息规则的协商过程。<sup>⑥</sup>网络社交的虚拟性、匿名性, 不需要处理现场交往的那些瞬息万变、复杂的社交情境, 而网络社交的非同步性使个体有足够的时间组织、表达, 能让个体有机会更好地修饰自我表征, 从而做到预期加工、自我关注和事后加工, 缓解

现场社交的紧张与不适。社交媒体礼仪作为一种在技术使用中形成的规范,并且它是建立在良性交往的基础上,能够有效打开交往,减少交往摩擦。避免因为沟通技巧不够,礼仪没做到位,疏于关系的维护和管理造成的问题。有研究表明有六个因素促成在线发言去抑制效应:游离的大众(dissociative anonymity)、隐匿性(invisibility)、非同步(asynchronicity)、唯我论(solipsistic introjection)、游离的想象力(dissociative imagination)和权威最小化(minimization of authority)。<sup>②</sup>这些因素促成言论相对自由,在一定程度上讲,这也为社交分享提供了更多空间。加强微博、微信、QQ群等运用中的礼仪建设,能够增强社会各阶层成员的融入感;通过点击围观网络事件,自主发表评论,形成舆论,完成赋权,从而在社交媒体中形成共识,凝聚人心。在一定程度上讲,由于交往效能的提升,社交媒体礼仪能够有利于国内社会矛盾的缓和。转型期的中国矛盾重重,比如城乡矛盾、贫富差距、官民冲突等。由于交往的匿名性,网络“恢复了公共领域信息交流的对话性、多向性,而且在某种程度上还比口头交往更加平等、民主”<sup>③</sup>。规范的社交媒体使用能够促成对社会问题、矛盾的有效沟通,更好实现集体与公共利益,以及社会质量的提升。

网络社交作为一种新的社会交往形式,已经而且还会继续改变人们的社会交往结构和方式。它为公共利益提供了平台,可是要形成良性的媒介空间和公共领域,这远远不够。这要求网民不能再集中在攻击、申言和问题上,而更多倾向妥协、建设性地争论和寻找解决之道,培育充满活力的公共话语。<sup>④</sup>建立协商、讨论以及公共话语,礼仪可以发挥作用。社交媒体礼仪的规约可能为各种矛盾和对立提供更多理性的对话,从而在一定程度上缓解现实的阶层矛盾、社会冲突。

与此同时,社交媒体礼仪有益于建立国际礼仪文化,更好建立国内外交流对话机制,促成世界性议题的讨论,以及更开放的公共领域的建立。整个世界因网络而联结,世界各国赖以交流的互联网的整体架构、原理类似。国内外社交媒体发展和功能趋于同步,比如微博与Facebook、QQ与MSN、人人网与YouTube,微信与Twitter等都有大致相同的操作原理和功能。相对而言,技术的相通性,较低的意识形态性,能够有效突破因为“中国特色”(比如汉字、中国模式)的障碍,以开放、互动的心态在与世界主流媒体话语体系接轨的同时,也与世界共同创建话语体系。正如有学者研究互联网模式与语言的全球化现象

时指出的那样,尽管语言文字特征各异,但在包括多形态(multimodality)、互文性(interactivity)、碎片化(fragmentation)、多作者(multiple authorship)、文本图标化(ionization of text)等特点的互联网中,其表述是趋同的。<sup>⑤</sup>从理论上讲,中国与整个世界相通,通过网络相互交流,从事经济活动和日常交往。在这种频繁交流中,媒介使用习惯、礼仪方式趋向最大化的统一,有利国内外共同认可的社交媒体礼仪逐步形成。所以,这就可能导向礼仪的国际融合,实现国际化、普世性的交往方式。

社交媒体中的公共性问题需要综合治理,社交媒体礼仪只是其中的一个维度和可能性方案。社交媒体礼仪的作用层面只是符号学意义上的,其现实有效性会被质疑的原因可能有两个:第一,从本体论来看,社交媒体礼仪是一种媒介理性,而互联网的DNA是开放、自由、不受压制的,更是情绪化的。它的物理结构是分布式结构,是一种真正开放的知识结构,是自由主义的话语结构。在这种无中心、多节点的后现代文化语境,用户可以自由表达,尤其社交媒体中情绪性的、非理性化宣泄,有不满、矛盾、愤怒、冲动、欲望等情绪化信息和表达。作为理性的社交媒体礼仪,在多大程度上与社互联网精神实现了兼容、平衡呢?这就涉及引导方法的创新和实践,将情绪引向理性的反思,用包容、开放、互动、文明的心态引向理性沟通,促成理解,实现不同舆论场的融合,以及公共空间的建设。第二,来自技术无限膨胀的忧虑,以及技术有限作用的认识。柯兰等在《互联网的误读》里谈到,互联网其实无法促进全球理解,加深了互联网控制,商界革命遥遥无期等,认为技术崇拜源自对技术潜能的无限放大,“它们是从互联网的技术推导出来的,并没有把握一个要点:互联网的影响要经过社会结构和过程的过滤”<sup>⑥</sup>。“这是一种受交流引导的媒介形式,而不受信息驱动的媒介形式,它突出的是互动参与的心理动机和个人动机,为公众消费的媒介内容的政治色彩则通居其次。”<sup>⑦</sup>诚然,技术乐观主义确实有无限放大技术潜能的现象,技术潜力也受到社会过滤机制的制约,可是柯兰忽视这个问题:大众传媒的权力规制,一直都有。在任何社会形态下,都会有自由、民主的阻力存在。虽说互联网为这种控制提供便利,但不能忽视的是大众是能动的,是“生产型的消费者”,而不全是被动、受宰制的对象。在互联网技术支撑下的反抗,大众能够获得更多的觉醒意识和反抗武器,比如中国的网络反腐。我们应该说

柯兰的观点,它只道出一部分真理,或者说,互联网正在发展当中,终极性、革命性的目标虽还未实现,但是量一直在积累。

但值得注意的是,社交媒体礼仪是技术发展下现实礼仪的延伸物,是一种符号学意义上的行动方案,要最大化发挥它的效度需坚持两点:一是合理运用社交媒体礼仪,不能压制互联网精神的发挥,而应在一定程度上保持两者之间的平衡,实现社交媒体的多元化沟通,推崇彼此尊重的平等对话方式,在多元沟通中实现互信互动,营造社会各界自觉使用、维护这些平台,主动参与公共问题讨论,实现立体化的公共空间。二是社交媒体礼仪的实现,需要现实机制相配套,实现 O2O 模式的相互促成。一方面我们要重视“社会过滤机制”的存在,过滤机制也从反面警示我

们:技术潜能和符号方案的实现,不能忽视社会现实存在。另一方面在未来很长一段时间,大众媒体只是人类的一种载体、渠道,而不是人类生活的本体性存在。生活的本体意义仍在现实社会。因此,社交媒体礼仪虽有独特的特征、战略价值,但仍要与现实社会体系相结合,也就是说,要能够从线上走到线下,实现礼仪在 O2O 模式中的交流、互动。这样的社交媒体礼仪才能走向现实,实现媒介形式上的话语平等。所以说社交媒体礼仪作为一种规则建设方案,涉及技术使用、制度配套、文化建设等内容,对现代中国礼仪文化系统培育和完善的,重构某种自治的社会礼俗架构,对社会进步具有巨大的潜能。但由于多元复杂的使用者、目标、技术和进入交往情境,这对研究社交媒体礼仪也是新的挑战。

#### 注释:

- ① Sullins J. (2012). *Information Technology and Moral Values*. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Retrieved March 2 2013, from <http://plato.stanford.edu/archives/fall2012/entries/it-moral-values/> Web of Science? Times Cited: 1.
- ②③ Koh C. (2014). *Exploring the Use of Web 2.0 Technology to Promote Moral and Psychosocial Development: Can YouTube Work?* *British Journal of Educational Technology*, pp. 619-635.
- ④ Shapiro N. Z. Anderson R. (1985). *Toward An Ethics and Etiquette for Electronic Mail*, The Rand Corporation Santa Monica.
- ⑤ Miller S. (2001). *E-mail Etiquette: Do's, don'ts and Disaster Tales from People Magazine's Internet Manners Expert*. New York: Warner Books.
- ⑥ 梁朝云《网络社会素养:电子邮件的礼仪》,《新闻学研究》,1997年第54期。
- ⑦ 许南雄《现代国际礼仪的新情势、趋向及其特色之研究》,《通识论丛》2009年第8期。
- ⑧ Harrison B., Gill J. & Jalali A. (2014). *Social Media Etiquette for the Modern Medical Student: A Narrative Review*. *International Journal of Medical Students*, Vol. 2, No. 2, pp. 64-67.
- ⑨ “教育部”中小学资讯教育白皮书, <https://eportal.stust.edu.tw/eshare/View/194808> 2013年12月29日。
- ⑩⑪⑫⑬ [英]詹姆斯·柯兰、娜塔莉·芬顿、德斯·弗里德曼《互联网的误读》,何道宽译,中国人民大学出版社2014年版,第152、115、144、179、127页。
- ⑭ Ang P. H. (2008). *International Regulation of Internet Content: Possibilities and Limits* in W. Drake and E. Wilson III (eds). *Governing Global Electronic Networks: International Perspectives on Policy and Power*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 305-30.
- ⑮ 谭天、苏一洲《论社交媒体的关系转换》,《现代传播》2013年第11期。
- ⑯ Bockover M. (2003). *Confucian Values and the Internet: A Potential Conflict*. *Journal of Chinese Philosophy*, Vol. 30, No. 2, pp. 159-175.
- ⑰ Pak - hang Wong (2013). *Confucian Social Media: An Oxymoron?* *Dao*, Vol. 12, No. 3, pp. 283-296.
- ⑱ 伴随不同技术环境以及传播媒介系统的社会地位与功能,出现信息素养、多媒体素养、计算机素养、网络素养等概念。这些概念都是媒介素养内涵和对象的进一步具体化或深化。
- ⑲ 汤书昆、孙文彬《“媒介素养”演变的历史与文化探析》,《东南传播》2009年第1期。
- ⑳ 苏怡如、周倩《国中学生网路礼仪课程设计、发展与评监》,《课程与教学》2008年第11期。陈佑诚、欧阳闾《情境式网路礼仪学习网站设计、发展与成效评估》,《课程与教学季刊》2015年第18期。
- ㉑ [加]马修·弗雷泽、[印]苏米特拉·杜塔《社交网络改变世界》,谈冠华、郭小花译,中国人民大学出版社2013年版,第50、61页。
- ㉒ [德]诺贝特·埃利亚斯《文明的进程》(第一卷),王佩莉、袁志英译,上海译文出版社2009年,第65页。
- ㉓ Lea M. & Spears R. (1995). *Love at First Byte? Building Personal Relationships over Computer Networks*. In J. T. Work & S. Duck (Eds.), *Understudied Relationships: Off the Beaten Track*, Newbury Park, CA: Sage.
- ㉔ 贺金波等《网络社交存在较低的社交焦虑水平吗》,《心理科学进展》2014年第2期。
- ㉕ boyd J. (2010). *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics and Implications*. In *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. Ed. by Z. Papacharissi. New York: Routledge.
- ㉖ 薛可、余明阳《人际传播学》,同济大学出版社2007年版,第91-107页。
- ㉗ John Suler (2004). *The Online Disinhibition Effect*, *Cyberpsychology & Behavior*, Vol. 7, No. 3.
- ㉘ 陶东风《网络交往与新公共性的建构》,《文艺研究》2009年第1期。
- ㉙ 胡泳《在互联网上营造公共领域》,《现代传播》2010年第1期。
- ㉚ Crystal D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*. Routledge. Grzenia J. (2007). *Komunikacja językowa w Internecie*. Wydawn. Nauk. PWN.

(作者晏青系暨南大学新闻与传播学院副教授;支庭荣系暨南大学新闻与传播学院执行院长、教授)

【责任编辑:潘可武】