

数字视线与关系维系：数字平台自互动直播的观众感知体验生成

杨沛瑾

华中科技大学，湖北省武汉市 430000

摘要：基于兴趣的开放直播平台模式和移动互联网技术引发信息交互观念及方式的深刻变革，改变了公众的感知体验与网络行为。近年来，自互动直播作为一种新型直播形式备受学界、业界关注。相比于传统的电视直播，自互动直播中的互动体验主要由观众自发创造形成，体现出“去中心化”“去设置化”的特点。目前学界对自互动直播的研究多集中于分析自互动直播的传播效果、自互动直播的受众特征及观看动机等方面，而从智能时代交往模式革新的角度切入，对自互动直播这一形态所引发的观众体验、感知、互动模式更新等方面的研究较少。因此，本研究通过爬取自互动直播间中的弹幕数据并对此进行文本内容分析，以解读自互动直播间聚合分众化的观看兴趣的过程，以及观众形成即时化互动空间的路径，并对自互动直播中互动关系的更新、直播情境中的群体感知构建等方面进行论述。

关键词：数字交往；直播情境；感知构建；文本分析法

DOI: 10. 69979/3041-0673. 24. 2. 027

引言

近年来，随着互联网等数字技术的纵深发展，各类直播平台不断兴起，由直播生发出的新业态不断涌现。2019 年，美国互动广告局（IAB）发布报告中显示，全球范围内，超过 66% 的消费者存在直播观看行为（詹新惠，魏雪婷，2019）。^[1]据相关数据显示，截至 2021 年 6 月，中国网络直播用户规模达 6.38 亿，与 2020 年同期相比增长 47.2%，占网民整体数量的 63.1%。^[2]可见，“直播”这一样态的出现与发展深刻引发了媒介传播生态的更新与公众感知行为的变迁。直播通过“去地域化”的在线形式，在行业发展、群体交往与个体表达等多维层面实现了场景重塑与信息交往方式革新。

移动互联网时代，由直播衍生的参与者观看行为、反馈行为及互动的行为更新等也成为传媒领域的新现象。相较于以往以单个或少数人类主播为主角，“主播中心”式的直播样态，以 5G 为代表的通信技术与多样化的终端设备革新，引发直播行业的新一轮革新，也使得长时段、多场景、去中心化的即时直播成为现实。相较于传统“主播中心”式直播，自互动直播的直播方式类似于“监视器”，主要对直播对象进行较为客观地录制转播，缺乏主播对观众活跃度和互动关系的主动管理。因此，自互动直播中的互动关系与传统“主播主体”直播中的观众观看行为动机、互动关系生成路径与呈现方式具有明显差异。因此，在自互动直播在近年来迅猛发展的背景下，本研究将围绕自互动直播与观众互动行为进行探索，并回答自互动直播引发了怎样的传媒场景更新、“去中心化”直播间中的观众观看行为、互动关系的生成路径与传统“主播主体”直播的区别、“去中心化”直播间中的内容呈现与观众互动是否能够凝结观众情感，建构集体感知等问题。

随着移动网络的兴起，直播产业得到迅猛发展。而伴随着各项科技的发展速度加快，网络直播作为技术融合的产物，也将在形态上出现创新。在线直播以视频的方式来向用户输出内容并与其产生交互行为。因此，直播的流畅性和交互情境的呈现将对用户的体验产生显著影响。

5G 通信技术等技术的发展使以手机互联为技术基础、以观众偏好为内容导向的开放式直播模式进一步颠覆了传统的信息交流观念与模式，重新塑造用户的社会生活与在线行为，重新构建人际交往模式、商业模式与消费习惯，产生新的情感体验与互动关系。

1. 作为中台的直播：弱主体直播的情境转移与关系转化

基于兴趣的开放直播平台模式和移动互联网技术引发信息交互观念及方式的深刻变革，改变了人们的网络使用行为习惯与社交行为，重塑了人际纽带、商业运作模式及消费交易习惯。在 Web2.0 与 Web3.0 的交汇期，体现智能传播技术优势且具备线上大规模参与基础的自互动直播作为切入点，对智能时代直播传媒生态的新发展进行研究就成为较好选择。

相比于目前为大众所熟知的、活跃于抖音等新媒体平台的网络直播或是传统的广播电视直播，“自互动直播”是时长更长、更具持续性的对事件发生整个过程的直播。此类直播直播既无主持人参与，也没有解说与后期剪辑制作。相较于其他直播形式，自互动直播播放时间极长、总体进行节奏平缓，缺乏刺激、夸张、反转等直播内容形式，通常全程采用固定机位进行录制与画面呈现，力求削弱人为加工把关的痕迹，展示原生态、真实的事件现场。

自互动直播作为一种较为新兴的直播形式,目前学界对自互动直播的研究多集中于分析自互动直播这一形式的创新之处、自互动直播的受众特征及观看动机、自互动直播的传播效果等方面,而从智能时代的媒介形态革新与信息交互革命的角度切入,对自互动直播这一形态所引发的体验、感知更新等方面的研究较少。因此,本部分将在学界已有研究的基础上,在智能媒介时代的背景下对自互动直播中互动关系的更新路径、直播情境中的群体感知构建等方面进行论述。

1.1 智能时代“中台情境”的泛化与混合

Erving Goffman 以戏剧表演理论的视角检视人在日常生活中的自我呈现行为,并提出了“前台”“后台”“角色表演”“互动”等系列概念。(戈夫曼,2008)^[3] Goffman 认为,人在日常生活呈现中存在角色表演行为,且就像戏剧中的前台、后台一样,人的自我呈现中也有前台与后台之分,且前台与后台之间界限清晰且不可逾越。前台主要是在特定的舞台设置背景下,那些符合大众标准的表达性事物,包括了个人的外表、举止等部分。后台主要指那些隐藏在公共区域之外的,不希望被大众窥视的深层部分。受众在前台场景下,通过印象管理等方法谨慎地扮演自身的社会角色,而在不允许他人进入的后台中,则相对随意、放松。随着信息技术的发展和媒介生态的变迁,日常生活中的前后台的界限划分发生了新变化。Merowitz 在拟剧理论的基础上,结合媒介发展的现实境况提出媒介情境论,认为电子媒介打破了传统的场景建构模式,使前台与后台之间场景距离缩短、场景信息共享;场景交往行为从在固定地域内进行转换成为“去地域”化的场景交往行为模式。在电子媒介的虚拟环境塑造下,人类前后区的行为区隔逐渐模糊,人类在前后区之间的行为也逐渐发生移位。(梅罗维茨,2002)^[4] 当代社会,网络直播可以视作这种电子媒介场景“去地域化”发展的代表之一,它使身处异地的用户也能即时参与场景互动,实现直播场景距离、信息、行为的混合化。直播主体将以往隐匿的后台展示在观众面前,将后台的真实情境与前台的虚拟情境混合;观众也通过观看及互动行为,对直播主体及直播场景进行再形塑。由此,直播逐渐成为一种虚实混合、前后区泛化的中台化情境。

1.2 智能时代互动关系的分众化与即时化

随着媒介技术发展进程的加快,新的媒介形式层出不穷,媒体平台与内容越发细分,受众分化的趋势日益明显。受众分化的观看兴趣、碎片化的观看模式日益对直播媒介的内容呈现提出更多挑战。与此同时,受众的互动关系的时间滞后性进一步降低。网络空间内,公众在消息发出的即时范围内就能够形成互动场域。而这种即时性互动场域的形成,在能够在最低时滞范围内产生互动关系的直播中体现最为明显。

2013 年, 央视频联合成都大熊猫繁育基地推出以中国国宝大熊猫为主题的多媒体网络频道 iPanda 熊猫频道, 7×24 小时直播大熊猫的日常生活。用户进入 iPanda 熊猫频道的官方网页或熊猫频道 APP 后, 能够

沉浸式观看园区的全景景观。总之，iPanda 熊猫频道通过应用智能技术，为熊猫爱好者们提供了一个可以边观看直播边互动的“虚拟空间”。自开播以来，iPanda 熊猫频道在微博、抖音、b 站平台分别拥有超过 1100 万、410 万和 104 万关注度，收获了良好的传播效果。聚焦于直播熊猫日常行为、内容高度垂直的 iPanda 熊猫频道聚拢起大量关注，也成为探究智能时代直播互动关系变迁的契合案例。

本研究采用文本分析法,通过爬取@iPanda 熊猫频道直播中的弹幕数据并对此进行文本内容分析,以解读iPanda 熊猫频道聚合分众化的观看兴趣的关键过程,以及巨量的观众评论形成即时化互动空间的路径。

本研究采集了从*@iPanda* 熊猫频道播放量在 8000 人次以上直播中的弹幕数据，经文本清洗后共得到 10346 条文本数据。本研究对清洗后的 10346 条全量文本数据进行总体特征分析。在内容主题分析部分，本研究主要运用在中文环境下运行的 KH coder 内容分析软件对评论文本进行分析统计。

iPanda 熊猫频道的直播频道具有直播弹幕发送功能。观看用户能够在观看直播的同时发送信息,与弹幕用户交流互动(图 1-1)。



图 1-1 iPanda 熊猫频道直播间截图

iPanda 熊猫频道将直播镜头对准熊猫基地,呈现熊猫日常生活景象,呈现熊猫舒适的生活状态与憨态可掬的性格特征。在当下快节奏生活下,“萌”化的直播对象和轻松的直播氛围成为受众在繁忙生活外纾解劳累的出口。iPanda 熊猫频道以上述特征,对观看受众形成吸引。本研究通过对 iPanda 熊猫频道直播的弹幕文本进行词频统计(图 1-2)和关联性(图 1-3)分析,发现直播中出现频率最高的词语分别为:“花花”“可爱”“拿来吧你”“可爱”“生日快乐”等,且上述词语在出现次数上数倍高于其余词语。可见,成都大熊猫繁育研究基地的熊猫花花(本名:和花)成为直播观众关注讨论最多的直播对象,熊猫花花也成为吸引观众持续讨论的关键锚点。



图 1-2 iPanda 熊猫频道直播弹幕词频统计

在获取 iPanda 熊猫频道的高频词汇后,本研究选取出现频率最高的词汇“花花”进行词汇关联性分析统计,可见在弹幕文本中,观众多聚焦于讨论花花生日、花花外貌神态等话题。其中“过生日”和“花花”同时出现的频率最高;此外“眯眯眼”“第一次(做某事)”“小宝宝”“日常”等词汇和“花花”同时出现的频率也较高。

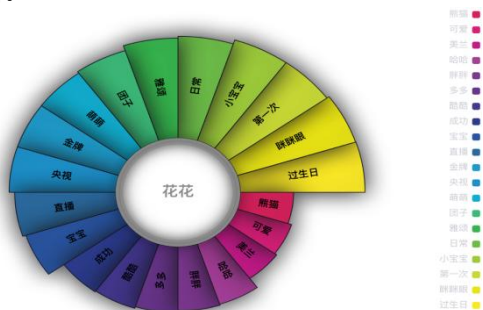


图 1-3 iPanda 熊猫频道直播弹幕词汇关联性分析

此外,本研究对弹幕文本进行词汇共现网络分析(图 1-4)与词汇多维尺度分析(图 1-5),可见观众的直播互动讨论的聚焦主题主要有熊猫生日、熊猫生产、熊猫亲缘关系等。其中“生日”相关的讨论聚焦度最高。进一步分析弹幕文本,本研究发现在熊猫的生日直播中,花花生日直播的弹幕数量达到了 iPanda 熊猫频道同期数场直播的峰值水平。同时,“人气”熊猫生日等节点类直播在观众日常关注熊猫等基础上,再次形成观众关注留存峰值。可见,高内容垂直度的熊猫直播在通过其本身内容调性吸引观众后,凭借更为聚焦的少数“人气”熊猫实现了直播间的用户留存。此外,直播频道选取头部人气熊猫的关键事件节点进行直播,通过“细分的细分”的内容取向策略实现观众的强留存与高互动。

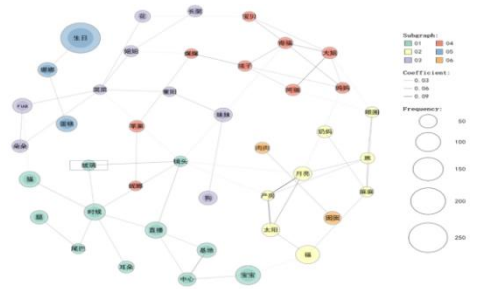


图 1-4 iPanda 熊猫频道直播弹幕词汇共现网络分析

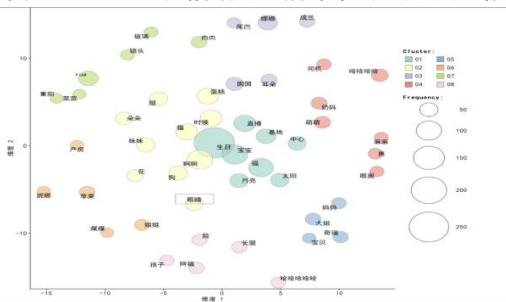


图 1-5 iPanda 熊猫频道直播弹幕词汇多维尺度分析

2. 作为场景的直播: 观众自互动的体验更新与

情感凝结

值得注意的是,通过对 iPanda 直播间的内容分析,本研究发现,“拿来吧你”是排名第三的弹幕文本高频词,而“拿来吧你”在 iPanda 直播间的原意为官方对熊猫主动抢夺饲养员手中食物的行为的“网感化”称呼。在 iPanda 熊猫频道官方使用“拿来吧你”一词后,该词迅速流行于弹幕中,“拿来吧你”成为 iPanda 熊猫频道直播间忠实观众心照不宣的群体互动符码,观众通过发送与即时回复“拿来吧你”,构建出虚拟的、流动的兴趣伙伴关系。“这么多南瓜,肉姐馋死啦”“祝我们酷盖小公主妮娜生日快乐呀 4 岁了”观众在这种即时互动交流的形式中创造出表达喜爱、熟悉等特殊意义的群体符码,营造出基于分众兴趣的虚拟空间。

以媒介的视角观照媒介环境的变迁,可发现“媒介情境论”的既有框架是在传统媒介时代构建完成的,但其前瞻地洞察到,媒介形态属性与媒介互动特征间会互相影响。从媒介本身的视角出发,对直播活动进行宏观审视,可以发现,移动互联网时代的传播活动已经使 Merowitz “场景与信息的断裂”预言走向现实。信息环境和物理环境中的“场景”元素逐渐从博弈走向融合,意味着社会的日常交流场景开始分裂为“虚拟生活”和“真实生存”两个互相独立的场景空间。

总结

总之,在以收音机、电视机等为代表的传统媒介向互联网、VR/AR、元宇宙等为代表的数字媒介发展的过程中,“直播”作为融合了前后时代特征的具体媒介产品之一,其本身包含了媒介形态、媒介渠道等的变迁缩影,具备进一步研究智能时代传媒产业的样本价值。此外,媒介形态变迁与社会交往模式更新也互相深刻形塑。媒介塑造的场景与受众参与的场景不仅仅作为承担内容的载体,而是作为一种新的内容,发挥着更为强大的影响力。未来,在数字平台自互动直播感知体验与互动空间建构的基础上,考察“直播”的媒介情境建构与其本身作为一种场景对观众互动体验与情感凝结的影响路径,对解释探究智能时代的数字社会互动具备参考意义。

参考文献:

- [1] 詹新惠,魏雪婷(2019)。5G时代资讯类移动视频直播发展前瞻。《新闻战线》,(7),100-102。
- [2] 艾媒咨询(2022)。《2022 年中国直播行业发展现状及市场调研分析报告》。检索于<https://www.iimedia.cn/c400/84858.html>。
- [3] 戈夫曼(2008)。《日常生活中的自我呈现》。北京:北京大学出版社。
- [4] 梅罗维茨(2002)。《消失的地域:电子媒介对社会行为的影响》。北京:清华大学出版社。