

中国网络交友历史中“缘”文化观念的隐喻流变

肖 珺 常 乐

摘 要 中国互联网始终浸润着中国传统文化底蕴。“缘”作为中华优秀传统文化的标识性概念,深刻影响着中国人的情感观念与交往行为,在中国网络交友26年的历史中栖息、转化与发展。依据钱钟书之“隐喻有两柄而复具多边”的本土理论工具,可以说中国网络交友中“缘”呈现三阶段的隐喻流变:用户主动“搜索有缘人”的可寻可控式缘分(1998-2010年)、个性化推荐“匹配意中人”的分配式缘分(2011-2017年)、“从相亲角到迪士尼”的游戏化消费式缘分(2018-2024年)。数字媒介生态中的“缘”从传统意义上由宿命决定的人际关系,转向复合式数字化亲密关系,形成媒介变迁、隐喻内涵与情感态度三维交织的意义生成机制。随着“数字中国”建设的持续推进,“缘”文化观念具备了全球对话的可能性,成为兼容确定性与不确定性的意义容器。“缘”蕴含的兼容性与调适性,或可应对关系流动性带来的情感焦虑,成为人类抵御数字化孤独的积极性力量。

关键词 缘;中国互联网史;网络交友;数字化亲密关系;隐喻

中图分类号 G21 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2025)06-0089-11

基金项目 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(22JJD860013);武汉大学新闻与传播学院学术拔尖人才培养自主科研资助项目(2025)

“缘”,作为中华优秀传统文化的标识性概念,深刻影响中国人的情感观念和交友行为。据《说文解字》:“缘,衣纯也。”缘本义是衣服的边。在被用于翻译梵语佛经中的“pratyaya”后,“缘”逐渐有“因果”“缘起”的含义。“缘”在华人社会常常被用作“命运”的代名词,成为解释交往行为的认知框架。自1994年,中国全功能接入国际互联网后,数字化信息技术范式深度嵌入人们的日常生活,逐步调整和改变人们的交往方式。具体到作为实践方式和文化观念的“缘”,中国网络交友成为“缘”栖息、转化与发展的全新土壤。以中国第一个交友网站(1998年)诞生为标志,中国网络交友已有26年的发展历史。服务商、新闻媒体和网民等多元传播主体与网络婚恋、交友等产业模式紧密交织,共塑“缘”在数字沟通中的多重意义。互联网作为全球意义之网的物质性基础,“缘”居于其间而辗转流变的内涵指涉与情感态度,亦映射出传统文化观念面向数字化亲密关系转向的跨文化解释力。

一、中国网络交友史亟待挖掘的“缘”隐喻

为深入考察“缘”的隐喻流变,需首先把握在传统媒体环境中“缘”的隐喻表达。

1979年,社会心理学家杨国枢率先在现代化背景下对“缘”开展实证研究^[1](P565),指出“缘”是中国传统宿命观在人际关系领域的体现,解释了一段关系发生和走向的原因,根据时间长短可分为缘分(长期之缘)和机缘(短期之缘)^[2](P4)。这些研究将“缘”直接音译为yuan介绍给英文世界,yuan被界定为命中注定的关系^[3](P263)。1997年,英国心理学学者罗宾·古德温等人发表一项跨文化研究成果,比较英国与中国香港两种文化背景下,人们对“缘”认同度的差异。研究发现,虽然中国人对“缘”认同度更高,

但英国人对“缘”也持有中度水平的认同^[4](P85-92)。这表明,英国文化中有类似的隐喻表述和观念,只是在程度和细节上与中国文化存在差异。21世纪初,中国台湾传播学学者张慧晶等人将“缘”视作藏在华人集体潜意识里的根隐喻,“缘分转瞬即逝”“百年修得同船渡,千年修得共枕眠”等“缘”隐喻渗透在文化中,让人们将每一段关系视作不可再生的宝贵资源去珍惜,在冲突情境中保护他人的面子^[5](P19-38)。在日常传播实践中,“缘”隐喻不仅适用于恋人、婚姻、亲属、友谊等人类中心的交往关系,凡宇宙间的关系都可被称为“缘”^[6](P461)。心理学研究描摹出“缘”的现代性转化和跨文化认同,传播学者则从华人传播实践中挖掘“缘”的关系向度。

遗憾的是,相较“面子”^[7](P43-49)等中国文化观念,“缘”的理论潜力尚未被充分挖掘。冯友兰曾提出对待传统知识概念的“抽象继承法”,提示研究者不必照搬具体概念在传统社会的内涵,可以接续其中有用的抽象意义和普遍规范^[8](P956)。比如,挖掘儒家元典关键词“和”的跨文化传播话语意义生成与转换^[9](P31-53)。类似的“抽象继承法”研究能深入解释中华优秀传统文化在新兴传播生态中所发生的创造性转化、创新性发展。据此,本文将考察中国互联网历史中“缘”的隐喻流变和意义转换。基于篇幅等考量,我们将从“缘”隐喻中最具普遍性的婚恋关系切入,揭示中国社会内部的文化变迁。

从中国互联网历史观之,中国第一个交友网站——中国交友中心1998年在深圳诞生,这是“缘”数字化构建的标志性事件。8年后,中国交友中心正式更名为珍爱网,与世纪佳缘、百合网等交友网站一并成为寻觅“缘”的重要工具。以1998年为起点,中国的网络交友已历经26年的发展,“千里姻缘一线牵”所述之“月老红线”演变成一条条“赛博网线”。近年来,学界对中国网络交友的关注逐渐增多,研究主要涉及三方面:一是网络交友技术的可供性,如会员制在网络交友中的角色和功能^[10](P137-155),实名认证、算法匹配对网络交友参与意愿的影响^[11](P84-101)等;二是具体的交友行为模式,如交友中的自我呈现^[12](P582-610)、不同关系阶段的对话风格^[13](P342-359)等;三是网络交友中的社会文化观念和规范,如陌生人交友模式对中国熟人关系组带的跨文化影响,这种新型的交往关系被称为中国式世界主义^[14](P122-139)。既有研究的共识在于,中国现代网络交友的亲密关系正与传统情感观相背离,与个体化、流动性和消费主义的文化发展趋势一致,即趋向于齐格蒙·包曼所述之短暂的、快速的、骤然波动的液态之爱^[15](P63)。但这些研究通常基于某一时间截面的经验材料,未能对26年的中国网络交友历史作出历时动态分析。这类社会生活实践所展示的极其丰富多样的“缘”话语、隐喻和行动,其实对当代中国的情感观、婚姻观、家庭观等产生了巨大影响。基于此,有必要以中国网络交友史为背景,重访“缘”隐喻在传播生态中的内涵及其流变,挖掘中国互联网历史的“中国传统和中国风格”^[16](P1)。

本文以“缘”隐喻为焦点,追溯网络交友史中的隐喻流变,阐释潜藏于中的文化观念生命力,拟回答两个问题:从互联网发展史的角度看,中国网络交友史可分为哪几个阶段?在不同历史阶段,不同网络传播主体通过“缘”在隐喻什么?^①

二、基于“两柄多边”框架的互联网隐喻分析

本文在搜集和辨析复杂浩瀚的互联网史料基础上,选择有代表性的14个平台展现中国网络交友26年(1998-2024年)的演变历程。论证中采纳钱钟书先生提出的“隐喻有两柄而复具多边”学说作为分析工具,对史料文本中出现的“缘”隐喻进行深入探讨,追踪其观念演变的历史。史料中可见,“缘”隐喻的主要使用者是互联网服务提供商、新闻媒体和网民。

(一)方法基础:钱钟书之“隐喻有两柄而复具多边”学说

作为一种理解和解释世界的语言方式,隐喻涉及两个语义场的互动,汉语中分别称为“喻体”与“本体”。美国学者乔治·莱考夫等人称前者为“源”,后者为“目标”^[17](P218)。我国学者习惯采用莱考夫的

① 网络交友史料中“缘”和“缘分”经常混用,但所指并无明显区别。为与既有理论形成有效对话,本文将统一采用“缘”来表述。

“概念隐喻”作为分析工具,但本文分析“喻体(源)→本体(目标)”的映射关系,尝试遵循钱钟书的“隐喻有两柄而复具多边”学说(以下简称“两柄多边”)。

“两柄多边”认为,要关注隐喻映射关系的情感态度(“柄”)与隐喻内涵所指(“边”)的差异。“两柄”指同一喻体在映射不同的本体时具有褒贬态度。钱钟书以“水中月”为例,解释道:“水中映月之喻常见释书,示不可捉搦也。然而喻至道于水月,乃叹其玄妙,喻浮世于水月,则斥其虚妄,誉与毁区以别焉。”^[18](P37)“多边”指同一喻体可表达不同的主题。钱钟书仍以“月”作例,以“月”喻镜,凸显月亮形圆且明的特点;以“月”喻茶团,仅凸显月形之圆;以“月”喻眼,仅凸显月之皎洁,表达“洞瞩明察之意”^[18](P39)。钱氏“两柄”是一种隐喻,并非将人们的态度简化为赞成或反对两种极端情形,而是具有多元的认知倾向。

考虑到本文探讨的“缘”隐喻是自古而来的中国文化观念,相较莱考夫等西方学者的解释系统,钱钟书理论更为契合。莱考夫也认同人们使用隐喻往往是在特定语境下选择性地摘取片面意涵加以凸显,即隐喻的系统性使我们能由彼概念来理解此概念的某一方面(如以战争来理解争论),但也必然会隐藏此概念的其他方面(如争论中也存在合作)^[17](P7)。从分析路径的角度看,莱考夫与钱氏二者差异明显。莱考夫偏向从上位层次的人类隐喻系统切入,旨在从神经科学的角度对隐喻的认知机制进行分析。钱钟书“两柄多边”侧重细致地解构喻体。在分析要素上,“两柄多边”关注传播主体、使用情境对隐喻的影响。就隐喻和使用者关系而言,莱考夫极端地主张人类思维完全受隐喻制约;钱钟书则认为,个人在使用隐喻时,不完全受隐喻支配,而是具有一定的主动性和创造力^[19](P180)。

(二) 方法执行:研究对象的选取与史料分析

本文抓取互联网公开的交友平台排行榜名录后,基于排行榜采用的指标、平台上榜次数、平台出现时间、现存史料丰富度和相关度等多项指标的考察,获得14个符合研究目的的对象。表1显示,自2011年开始,“缘”栖身的媒介渠道历经PC端到移动端的转移,平台的核心服务从早期的在线聊天室和用户搜索逐步转变为各类个性化推荐。近些年,平台开始出现直播和在线游戏等新功能。

表1 中国网络交友26年(1998-2024年)历史中的代表性平台

编号	名称(曾用名)	媒介渠道	上线时间	核心交友服务功能
1	珍爱(中国交友中心)	PC端	1998年	在线聊天室、搜索
		移动端	2012年	个性化推荐
2	世纪佳缘	PC端	2003年	搜索
		移动端	2011年	搜索、个性化推荐
3	百合(友联无限)	PC端	2004年	根据用户人格测试结果进行推荐
		移动端	2012年	根据用户人格测试结果进行推荐
4	有缘网(红豆网)	PC端	2007年	搜索
5	缘来客	PC端	2011年	搜索
6	陌陌	移动端	2011年	搜索、基于位置服务(Location Based Services,简称“LBS”)的推荐、直播
7	遇见	移动端	2011年	聊天室、LBS推荐
8	网易花田 (网易V交友中心——缘分的天空)	移动端	2012年	基于文本语义分析的个性化精准推荐
9	爱聊(陌声)	移动端	2012年	个性化推荐、直播间
10	探探	移动端	2014年	基于用户照片的推荐
11	Soul	移动端	2016年	个性化推荐、直播、在线游戏
12	Summer	移动端	2017年	个性化推荐、在线游戏
13	伊对	移动端	2018年	个性化推荐、直播
14	对缘	移动端	2019年	个性化推荐、直播

互联网档案馆、数据库、网络社区的网帖等,相对完整地留存26年的史料。这些史料是中国网民、互联网服务提供商和新闻记者等各类传播主体使用“缘”隐喻来完成传播实践时所留下的历史痕迹,便于我们通过纵向研究设计探索“缘”隐喻在网络传播活动中的动态变迁。本文所获史料的来源主要包括五类:(1)互联网时光机(Wayback Machine);(2)慧科新闻搜索研究(WiseSearch)等数据库;(3)交友平台、百度贴吧、知乎、豆瓣等各类网络社区;(4)学术论文数据库;(5)公开的互联网产品研究报告。研究者将上述全部史料导入NVivo 20软件,建立14个案例库。两位作者对栖身其间的“缘”隐喻进行多轮编码,提取其中的“边”和“柄”。最后,通读并反思史料,不断验证和补充,形成研究结论。

三、搜索有缘人:可寻可控的“缘”(1998-2010年)

“缘”曾长期被用于描述个体能动性在“命中注定”因缘际遇之下的渺小无力,那么,如何让现代社会的人们相信“缘”是一种可借助媒介技术去主动找的幸福关系呢?基于“缘”的文化背景,作为“舶来品”的交友网站要想在肇始之初立足,首要任务是建构“缘”中可寻可控之“边”的新观念。

(一)奠基:乐观期待之“柄”

1998年是“缘”与网络交友建立关系的奠基之年。此时,“缘”隐喻的使用者多是网民。紧密相关的标志性事件有两件。其一,中国交友中心诞生后,用户可以通过搜索或创建聊天室同其他用户即时通讯。以2000年10月18日为例,通过互联网时光机追溯至当日49个聊天室,其中10个聊天室以“缘”命名,如“缘分的天空”“相识是缘”“缘来是你”“缘,妙不可言”“有缘自然相见”“有缘无缘慢慢聊”“缘聚爱聊”“聚爱聊慢慢缘聚”等。放眼“碧海银沙”等同时期门户网站上的聊天室栏目,“缘分的天空”也是常见的聊天室名。在聊天室内,聚集了一批在赛博空间寻找爱情、排遣孤独的中国网民。其二,来自中国台湾的水利工程博士蔡智恒以笔名“痞子蔡”发表小说《第一次亲密接触》。小说讲述了男主角“痞子蔡”和女主角“轻舞飞扬”在网络聊天室中相恋,但无奈天人相隔的爱情故事,收获了大量读者。分析网页历史快照,我们发现当时的聊天室内时有网名为“痞子蔡”或“轻舞飞扬”的用户。小说中男女主角的对话生动展现了这一时期用户对“缘”隐喻新一“边”的理解。痞子蔡:“你我相逢在黑夜的网络上,真是有缘。”轻舞飞扬:“痞子,跟缘分无关,因为我是刻意从两点多等到现在的。”网民对“缘”隐喻的使用体现出其积极争取情感的“柄”。在网民的认知中,“缘”具有神秘玄妙的特点,其内涵中偶然性的一“边”被用来隐喻个体在网络空间偶遇。网民使用“缘”隐喻时,清晰地认识到网络交友语境下“缘”本质是人为创造并把握的机会,是人与即时通信技术的多次共谋。“缘”的形成有赖于用户主动建立交往渠道,辨识彼此的在线状态,建立同步沟通。这为后来互联网服务提供商建构“缘”隐喻可寻可控之“边”提供了认知基础。

2003年,互联网服务提供商成为“缘”隐喻的建构者。当年,还在复旦大学新闻学院求学的龚海燕创办了世纪佳缘网站。互联网时光机显示,龚海燕在网站介绍语中写道:“中国有一句老话:缘分可遇不可求。这句话看似有理,实际上却让人觉得悲哀无奈,到哪里才能遇到自己心爱的人呢?我们究竟还要等待多久呢?我想说,缘分,同样也是可求不必等的东东。”这段话采用将“缘”从“不可求之物”转变为“可寻之物”的隐喻阐释逻辑,标志着“缘”隐喻的建构者开始从用户转向网络交友服务提供商。网络交友服务提供商看到“缘”对中国青年用户仍存在一定的吸引力,并持续用“缘”隐喻来包装其平台技术。

这一时期,新闻媒体对网络交友的规模效应与良缘故事均有记载。2006年10月23日“搜狐新闻”发布的《中国交友中心正式更名“珍爱”网》,介绍了网络交友参与群体的扩大:“2005年中国网络交友的人群规模达到4630万人,实现了41.2%的增长,预计2006年将继续保持超过40%的增长速度,规模达到6520万人。到2008年,中国的网络交友规模将超过一亿人。”这段文字从宏观层面呈现当时中国网络交友的规模增长。2007年2月12日,上海《青年报》的报道《13对闪婚族举行婚礼,千里赴沪为谢媒》通过采访个案,生动描述了网络交友结下的良缘:“段先生介绍说,自己当时是通过世纪佳缘的搜索平台,在庞大的数据库中搜到了中意的人选,在视频聊天中他看到刘小姐清秀的样貌,突然感到眼前一亮,感到‘这

就是我今生要找的新娘’。”网络交友服务提供商也在新闻中以“缘”的生产者出现,在《解放日报》2007年5月22日的报道中,世纪佳缘创始人龚海燕被称作“500万人的红娘”,其自身在交友网站上寻觅另一半的故事,也被描述为极具传奇色彩的“自办网站结良缘”。

从散见于网络聊天室、网络文学、婚恋平台和新闻媒体中的“缘”隐喻,皆可见1998年至2010年网民、服务提供商和新闻媒体对网络交友乐观期待的态度。交友网站作为当时的新兴媒介,承载着为中国网民在人海中寻觅亲密关系的美好期许。

(二) 初探:可寻可控之“边”

在此历史阶段,何种技术既能体现用户“找缘”的主动性,又能凸显网站对“缘”的控制作用?我们通过对这段时期世纪佳缘、珍爱网、百合网、有缘网、缘来客网站历史页面的分析,发现了答案。

首先,“缘”隐喻主要用于描述搜索引擎功能。例如,2005年12月10日,珍爱网显示可以提供“同一天下,同城同乡同生缘”的检索服务,帮助用户快速选择出有地缘关系或同一天出生的其他用户。2007年2月2日,世纪佳缘用“搜索有缘人,在几百万会员中邂逅自己的佳缘”引导用户使用搜索引擎。2010年,有缘网页面显示其提供“缘分搜索”服务。交友网站频繁调适搜索规则,以增强“缘”的可寻可控性。以世纪佳缘为例,2007年2月2日的网页除了将人口统计学变量作为检索类目,还引导用户:“搜索校友,或许有一份意想不到的缘”。同年7月的页面中,世纪佳缘增设“佳缘标签”,引导用户添加词汇描述自己性格,以便对方检索。其解释称:“使用此种搜索,或许会收获到意想不到的缘分呢!”搜索规则的变化折射出人们对“有缘人”想象的不断具象化,“缘”从模糊未知的关系变成可被预知追寻的特定对象。

其次,除搜索引擎外,服务商调整盈利模式和收费策略使“缘”的可寻可控程度产生差异。策略一,会员制下差异化的检索系统与信息管理系统。2007年7月,百合网“帮助中心”的文本,介绍道:“使用免费的搜索功能,您可能会迅速得到成千上万个搜索结果,要花大量宝贵的时间去挑选,而通过超级匹配引擎,您可以迅速从中筛选出数百个和您双向匹配的对象”。同年,世纪佳缘页面显示高级会员可使用高级搜索功能精准化检索,选择性地向不同用户展示自己的照片、查看其他用户的最近登录时间和浏览时间,管理个人信息的可见性。策略二,设置付费模式控制沟通环节。当用户搜索到对方后,网站在发起沟通环节设置阻碍,让用户只有付费才能与“有缘人”互动。世纪佳缘2008年开始向用户收取查看站内信件的费用,这是其商业化转型的里程碑。互联网时光机历史页面显示:“会员查看异性的第一封信件需要花费一张看信专用邮票或佳缘邮票。”“佳缘邮票”每张2元,需要购买。有缘网采用类似做法,不过定价较低且具有性别差异。低定价使得网络生产的“缘分”不再是一线城市白领等高收入群体的特权,也为三、四线城市中低收入群体交友提供可能。策略三,基于性别差异设置交友规则,激励女性网民参与。有缘网采用“男性付费、女性免费”的交往规则,鼓励女性网民参与。这种做法也让“缘”的生产呈现更复杂的样态,不同职业、性别、城市的网民所能获得的“缘”类型日趋迥异。

从1998年至2010年,交友网站主要依赖用户的搜索行完成“缘”的生产,由此出现“搜索有缘人”这类隐喻表述,体现出“缘”可寻可控的一“边”。网络文化产品的普及、服务商的宣传、新闻媒体的正面报道为“网络情缘”奠定了乐观期待的“柄”。“缘”从可遇不可求的“命定之物”成为个体可以自主追寻选择的关系,又保留了神秘偶然性。这一历史阶段,“缘”成为值得期待的幸福关系,为早期用户积累奠定了基础。“缘”可寻可控的程度与交友网站类型、盈利模式及收费策略密切相关,使得基于有限社会交往产生的“缘”,在互联网发展初期便被消费主义浪潮裹挟。

四、匹配意中人:个性化推荐的“缘”(2011-2017年)

2010年,中国互联网开始进入移动互联网时代。中国网络交友的移动化转向则始于2011年,世纪佳缘上市,与百合网、珍爱网一道从传统PC端的网络交友服务逐步转移到移动端。新兴的网络交友社交媒体相继诞生,网络交友的核心功能从人工搜索转向各类个性化推荐。

(一) 分化: 匹配逻辑之“边”

传统语境下,“缘”的分配法则被放置于“命运”的黑箱中,难以预测,只能苦苦等候。命运之“边”在中国交友类网站建立的早期(1998-2010年)曾被搜索引擎扭转,然而,2011年起,“缘”隐喻再次被建构为不必寻找的关系。2012年11月,“缘分的天空—网易V交友中心”网站升级并更名为“网易花田”。网易花田使用“缘”隐喻时,着重将其同自身技术革新关联,强化平台生产双向匹配关系的作用。据2013年1月界面信息显示,其初代技术革新是“显示每个异性与你的推荐度,不止能帮你寻找意中人,也会把你推荐给正在找你的人,为你把握住每一次缘分”。相较互联网早期具有自由自主特征的“搜索有缘人”,以个性化推荐为基础之“缘”的吸引力在于便捷高效。依托搜索引擎的交友效率较低,“当身高、体重、年龄、学历等等都一一框定,一看还有2000个姑娘(小伙)符合要求。”网易花田的技术团队尝试用自然语言处理和语义分析挖掘用户发表的内容,实现个性化精准推荐。2014年,网易花田在App Store中称这一功能的宗旨:“回答QA,寻找真正匹配的缘分。”这种以个性推荐为核心的模式将识别“有缘人”的工作委托给技术,普通用户对其运作规则知之甚少。就隐喻之“边”而言,上述话语中,“缘”被描述为可量身定制的“个性化”服务,但“缘”的分配法被放置于“技术”的黑箱中,仍然是神秘不可捉摸的。随着不同网络交友媒体匹配逻辑算法差异化,“缘”具体的“边”继续分化。

“缘”的一“边”指涉同一时空内偶然相遇的亲密关系,故有“有缘千里来相会,无缘对面不相识”一说。2011年,基于位置服务的交友类产品——陌陌,开始尝试为线下“对面不相识”的“无缘”之人建立线上关系。这种“无缘错过”式的隐喻此后出现在平台营销话语中,如:“人们总是在错过,错过身边的美丽、善良、感动。也许你的生活中不乏朋友,但我还想给你一个选择:寻找身边的人。”2012年1月,遇见的微博官方账号写道:“装个遇见,来段邂逅情缘,让这个回家的旅程不再冰冷。@遇见,缘分从身边开始!”直至2017年5月,遇见在App Store上的表述仍在沿用这类隐喻。此时,“缘”与空间(附近)和时间(擦肩而过)密切关联。对“缘”时空邻近性的凸显并未采用正面直接的方式,恰恰相反,网络服务提供商采用的策略是从反面描述“错过”后的孤独、冰冷和遗憾,让这份身边的缘显得难能可贵。

“缘”还有一“边”,指在正式聊天交往前,被对方第一印象中气质和外貌等视觉线索吸引。一些人用“合眼缘”来描述视觉吸引力带来的心理感受。杨国枢认为,这是“缘”的一种心理归因活动,当事人即便尚未正式见面,但经由媒介“神交”,有助于减少第一次见面的焦虑,对发展长期关系起到了预先接受的作用^{[2](P9)}。2014年,探探一经问世就开始尝试将“眼缘”作为生产缘分的关键,其官网广告语被沿用至今:“向右滑喜欢,向左滑无感,翻动探探推送的照片,……眼缘不错,趣味相投,向陌生人尴尬地搭讪说再见吧。”当时,探探的启动页界面也醒目可见“左右滑动,揭晓缘分”字样。从现存的互联网历史文本中可观察到,以探探为代表的交友软件所使用的“眼缘”隐喻的本体已经被狭义化为“颜值”,影响了当时的交友文化。2015年,“颜值”一词被选入《咬文嚼字》编辑部年度十大流行语可为旁证。“眼缘”的形成依托于用户的滑动行为,通过快速浏览图像数据库,“缘”被简化为一种“左滑/右滑”的二进制判断^{[20](P7)}。

(二) 污名: 欺诈色情之“柄”

2016年10月,世纪佳缘实时数据显示:“已经有13943420人找到幸福”。2017年7月,陌陌官网宣称:“每天数十万人加入陌陌,找到新朋友”。网络服务提供商以数据强调匹配之“缘”的正面效果,但其实际生产的“缘”带来的一些恶果,也必须得到整治清理。2015年,中华人民共和国国家互联网信息办公室开展了“婚恋网站严重违规失信”专项整治活动,主要有三项任务:“一是利用婚恋网站涉嫌实施有组织诈骗行为的团伙坚决查处;二是利用婚恋网站涉嫌实施卖淫嫖娼行为的团伙坚决查处;三是婚恋网站涉嫌弄虚作假、不正当运营、纵容严重违规失信行为发生的坚决查处。”^[21]第一条针对诈骗行为,第二条针对色情交易,第三条则直指平台对二者的监管。当“缘”从一种主动的可控关系转为一种被动的分配关系,作为“缘”的分配者,互联网服务提供商被社会寄以更多的责任期待,结合此阶段的媒体报道和网民讨论,我们看到了当负面事件发生时,“缘”隐喻的另一“柄”——由谎言和色情组成的孽缘。

其一,欺诈行为的频发令“缘”的真实性面临质疑。2011年4月,网民刘某在天涯社区发表公开信,讲述自身经历,引发热议^[22]。刘某花费498元成为世纪佳缘的女性包年会员,与自称是企业高管的刘某国结识。但刘某国的身份信息均为伪造,曾欺骗过多位女网友。刘某的身心健康和财产都受到了损失,于是公开控诉世纪佳缘:“你不是你标榜的功德无量的红娘,你是骗子的温床。世纪佳缘不是你所标榜的‘真实严肃婚恋网站’,是遍地谎言的人间丑剧!”这段控诉虽未直接出现“缘”,但已然明确指向网络交友的虚假性,为“缘”之“柄”的建立创造了基础。这场被称作“婚恋网站第一案”的诉讼以刘某败诉而告终,但网络交友服务提供商生产的“缘”在舆论上的污名窘境却不曾消失。以该事件为标志,网民相继在天涯论坛中发帖讲述网络交友中遭遇诈骗的经历。2012年11月,从事互联网商业调查新闻的《IT时代周刊》发现,以“世纪佳缘诈骗”关键词在百度搜索中得到相关结果约471万个,谷歌搜索为37.6万个^[23]。“缘”隐喻中虚假不可信的“柄”还与影响的恶劣性相关。2017年3月,WePhone创始人苏某花费数万元成为世纪佳缘的付费会员,与翟某结识成婚,6个月后,苏某自杀,在微博留下遗书称,翟某不但隐瞒婚史,还以告发苏某偷税漏税和经营灰色产业相要挟,索要一千万元的离婚补偿。互联网时光机显示,苏某哥哥9月10日在微博上责问世纪佳缘:“请问世纪佳缘,我弟弟付钱给你们,为何所提供的女方信息竟然是未婚。可怜,可叹,佳缘终成孽缘。”^[24]《中国青年报》曾刊登网民“土土绒”的评论文章《传统婚恋网站需要一场颠覆性革新》^[25],追问2017年的这起悲剧:“婚恋网站撮合的,到底是‘佳缘’还是‘孽缘’?网站上的交友信息,到底有多少真实性?”尽管世纪佳缘未被追究法律责任,但平台用户信息审核机制漏洞等问题,导致人们对网络交友的不信任。

其二,色情交易信息泛滥导致互联网之“缘”的污名化。2012年,一名旅华的美国视频博主在其制作的网络视频中,将陌陌称作“约炮神器”推荐给想要认识中国女生的外国人。2014年,新华网题为《陌陌“荷尔蒙式社交”成色情交易重灾区》的文章写道:“记者调查发现,‘陌陌’等基于地理位置的陌生人之间交友软件的盛行不仅给色情交易等违法行为提供了新的‘移动基地’,并且催生大量性侵案件的发生。”2015年,全国“扫黄打非”办公室通报,陌陌因传播淫秽色情信息受到行政处分。网络交友中“露水情缘”式的交往关系也经受着网民的道德指责。对女性用户而言,网络交友的过程伴随着羞耻感,以至于她们往往不愿意将自己的网络交友经历公之于众^[26](P124)。

2011年至2017年,“缘”隐喻的“边”转向了个性化推荐的关系,如弥补“无缘对面不相识”遗憾的LBS类交友和强化“眼缘”的滑动照片式交友。“缘”据此被视作高效便捷的服务,具有积极意义。网络交友的过度商业化使得“缘”隐喻亦被网民和新闻媒体用于声讨服务提供商的失责乱象,2015年的全国性专项整治活动则清楚表明,国家高度重视营造风清气正的网络空间。这一阶段的“缘”隐喻流变显示,与欺诈色情的污名之“柄”形成相对,社会各界对培育积极健康、向上向善之“缘”的诉求亦不断增强。

五、从相亲角到迪士尼:游戏化的“缘”(2018-2024年)

为应对社会文化变迁和污名化危机,网络交友平台在革新传播技术的同时也持续调适自身服务功能定位。2017年的一次新闻采访中,陌陌总裁唐岩说:“过去的陌陌类似上海人民公园的相亲角,大家转完就走了。现在的陌陌更像是充满了娱乐设施的迪士尼乐园,大家可以认识陌生人,也可以看看其他的东西。”^[27](P11)这段话透露出交友软件转型的原因和方向。过去20年里,无论人们是主动用搜索引擎寻觅恋人,还是等待算法基于各类指标匹配恋人,这些服务多着力于数字化亲密关系的建立阶段,使得在线的有效匹配不能转化为长期用户。为此,服务商需要搭建起配套的基础设施,丰富社交方式,延长产品使用期。从技术社会建构的角度来看,交友平台转向体现了一种“交流为辅、消遣为主”的市场定位模式^[27](P3-14)。于是,“缘”隐喻的“边”和“柄”发生流变。

2018年起,“缘”隐喻开始出现在具有游戏和娱乐性质的平台功能板块中。Summer是一个面向在校大学生的交友平台,回顾其2018年的产品架构可发现,在名为“缘分”的板块下,用户可以随机匹配他人

或者邀请好友一起玩在线游戏,也可以自发组织线下交往活动,还可以根据平台指引完成一系列“约会任务”,如互道晚安、分享旅行故事、聚餐等。随着产品架构的更新迭代,“缘分游戏”隐喻所指代的在线交往细节也在不断变化,相对稳定的内核是“缘”生产的任务性,即用户必须参与平台所规制的人际传播活动,遵循特定的游戏化脚本来发展关系。当“缘”被指代具有游戏娱乐特征的交往任务时,“缘”的“边”不再是一次搜索或一瞬匹配产生的关系起点,而是人际多次互动的交往过程。

游戏化交往任务中,网络服务提供商乃至一些用户会利用“缘”隐喻来遮蔽在线交往活动中的消费属性,如交友直播间的送礼。网络直播中粉丝打赏的虚拟礼物一般是现实物品的虚拟符号,如“棒棒糖”“眼镜”“金项链”等^[28](P29),这些虚拟符号本身并不具有强烈的亲密关系意涵。然而,在陌陌、爱聊、对缘等交友平台上的“缘分直播间”中,虚拟礼物在“缘”隐喻的包装下具有特殊的含义,“房主”会反复提醒进入直播间的男性用户购买“缘分加油站”等虚拟礼物,不同金额的礼物对应着不同层次的交往,用户所购买礼物的价值越高,获得对方的信息也越多。这种做法实则延续了中国网络交友早期(1998-2010年)的营收模式。服务提供商作为“缘分阻碍者”,控制用户间信息的可见性,实现营收。但二者有所差异:其一,在网络交友早期,利用“缘”隐喻为用户信息定价的是网络服务提供商,而在直播间中,参与定价的则是平台上的用户(房主或男女嘉宾);其二,早期网络交友“缘”隐喻所指涉的虚拟物的流通发生在平台和用户之间的一次交易中,其消费属性比较明显,而近五年网络直播间中“缘”隐喻所指涉的虚拟物则在用户之间流通,并被赋予“礼物”的意涵,网络亲密关系建立的消费属性变得隐蔽。

直播间外,“缘”隐喻的所指从传统媒体环境中的精神交往感受变成了自我魅力的确认工具。网络交友平台通过对“喜欢值”的量化呈现,将亲密关系塑造成一场低成本的量化游戏^[29](P112)。在对缘平台上,每名用户都有自己的礼物墙,当用户集齐特定数量的礼物后,其个人界面会显示相应的“勋章”作为人气标识,如“结缘意中人”。这里的“结缘”并非指用户真在平台上与意中人建立了亲密关系,仅代表该用户在交往中收到了一定数量和种类的礼物。“缘”隐喻让“喜欢值”的量化表达游戏化和符号化,“缘”甚至成为可以被交换的虚拟物和消费行为的标识物。“缘”隐喻的“边”再次发生流变。

相较前20年,2018-2024年间的“缘”隐喻常出现在网络交友平台具有游戏和消费特征的交友功能中,如游戏化的交往任务、直播间的礼物馈赠、直播间外的人气标识等。相应地,“缘”隐喻被建立起游戏化和消费主义特征之“边”时,网络交友也被视作一种消遣娱乐性质的活动。其“柄”所蕴含的情感态度不可简单地以或褒或贬进行评判。以批判性视角反思,此现象暗示“缘”正降格为非严肃的关系,逐步成为消费主义的掩饰,使人们误以为只要付费即可获得更好缘分。若从较宽和的视角来看,“缘”隐喻的娱乐消遣这一“柄”背后,反映了网民的新型情感需求和社会心态。

六、中华优秀传统文化观念全球对话的可能性

当“缘”被置于中国26年的网络交友史中,镶嵌于微观的文本之中的“缘”隐喻、作为中观情境的网络交友和宏观社会文化观念三者相互作用,交汇成一个连续发展变化的有机体,不断生成新的意义。

(一) 中国互联网发展中“缘”隐喻流变的意义生成机制

信息技术范式构筑的人类数字化生活,使得“缘”的意义从宿命决定的人际关系,转向数字媒介化生态中的多形态复合式亲密关系。总的来看,“缘”在26年网络交友史中呈现三个阶段的意义流变。在第一阶段(1998-2010年),“缘”是用户使用搜索引擎,按照关键词,主动寻找的搜索式亲密关系,其代表性隐喻包括“搜索有缘人”“同城同乡同生缘”等。在第二阶段(2011-2017年),“缘”是被个性化推荐算法所促成的分配式亲密关系,其意义表达出现明显的分化:其一,同一时空内偶然相遇的亲密关系,代表性隐喻如“无缘对面不相识”“缘分从身边开始”;其二,海量图像数据库生成的视觉亲密关系,代表性隐喻如“眼缘”。在第三阶段(2018-2024年),“缘”开始指涉由平台游戏化机制、直播间互动、虚拟礼物赠送等可供性生成的消费式亲密关系,代表性隐喻为“缘分游戏”“缘分直播间”“缘分加油卡”等。由此,搜索式亲

密关系、分配式亲密关系、消费式亲密关系成为中国互联网发展中“缘”隐喻意义流变的三种主要类型。

借鉴钱钟书之“两柄多边”的思维框架,我们得以从中国文化的角度深入挖掘中国网民构建自身亲密关系的全新过程。他们因对数字技术的信任和使用改变社会交往的方式,使“缘”呈现基于媒介变迁、隐喻内涵(边)、情感态度(柄)三维交织的意义生成机制(详见图1)。

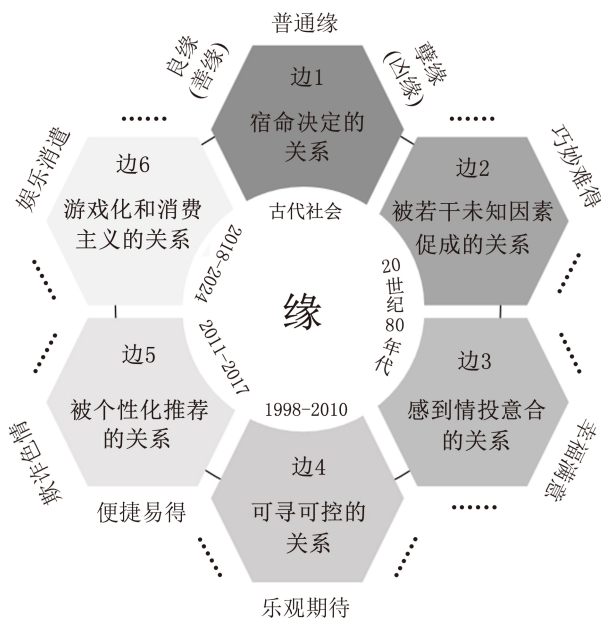


图1 “缘”隐喻意义生成机制示意图

图1揭示了中国社会内部“缘”隐喻意义复杂的生成过程。20世纪80年代起的相关研究已区分传统文化观念“缘”从古代社会进入现代社会后的意义流变。从稗官野史、传奇小说及民间传说等古代媒介到现代人际交往,杨国枢指出“缘”的内涵已经不再是宿命决定的社会关系(边1),开始指称被机遇等若干未知因素所促成的关系(边2)和感到情投意合的良性关系(边3)^[2](P18-20)。本文首次将相关研究拓展至数字媒介生态中。详细而言,在1998年至2010年的搜索式亲密关系中,网络交友服务商强调搜索引擎的技术特征,将“缘”解释为可寻可控的关系,消解了宿命论色彩,保留了人们对美满关系的乐观和期待之情(边4)。在2011年至2017年的分配式亲密关系中,“缘”被用于描述不同网络交友媒介的个性化推荐规则,网络服务提供商意在凸显这种“缘”便捷易得的特点,而在用户和媒体的评价中,这种“缘”远不能满足人们对健康真实关系的期待,“缘”隐喻被用来批判网络交友中的虚假和色情信息(边5)。在2018至2024年的消费式亲密关系中,“缘”隐喻与网络交友平台上的虚拟符号装置结合,具有游戏化和消费主义特点,出现娱乐消遣的属性(边6)。

参考图1,媒介变迁居于机制最内环,顺时针呈现了“缘”流变的历史阶段。隐喻内涵(边)居于次外环,呈现六“边”之变,“边”之间的“弧线”表示其不是绝对分裂的,而是有机勾连的,“边”的颜色深浅表示隐喻中“宿命”成分的多少。六“边”各有其“柄”,位于最外环,表示情感态度(柄),既有单一情感态度,如边4之“可寻可控的关系”所表达的“乐观期待”;也有双重情感,如边5之“被个性化推荐的关系”产生既享受“便捷易得”又不满“欺诈色情”的矛盾态度。区别于早期化约式的分类,数字媒介生态中人们对“缘”的情感态度呈现更多元的表达。图1中,边1至边3勾勒人们对“缘”在前数字媒介生态中的主要情感态度。古代的命定之“缘”(边1)被分为良缘(或善缘)、孽缘(或凶缘)和普通缘^[2](P4)。这源于古人的关系不受个人自主控制,将“缘”视作命,既可避免关系失败向内归因引起的自责或羞愤之感,也保护了关系促成者的面子(如尊长、亲友)^[2](P12)。自20世纪80年代始(边2至边3),全球现代化进程加快,中国人的社会交往流动性明显增强。“缘”中宿命论的确定性色彩减弱,美满人际关系形成的偶然性增强^[2](P18-20)。自1998年中国网络交友进入数字化、网络化的全新语境后(边4至边6),“缘”不同阶段的情感态度各有侧重。中国人对亲密关系的认知呈现纵横交错的文化张力,既蕴含传统观念中对确定的、稳定的、美好关系的追求,也抱着后现代语境下对不确定的、流动的、娱乐化、消费化关系的默许和跟随。

(二) 作为数字化亲密关系的“缘”具有全球对话的可能性

如前所述,以杨国枢为代表的学者曾尝试将中华优秀传统文化观念的“缘”传至西方世界,但收效甚微。随着数字中国的持续发展,“缘”文化观念具备了全球对话的可能性。

面对与人类关系流动性伴生的普遍不安全感,“缘”成为兼容确定性和不确定性的意义容器。纯粹

关系^[30](P194)和液态之爱^[31](P63)理论指出,数字交往平台上充满不确定性的关系会带来对失控的焦虑与焦虑,而只剩确定性的传统交往关系又会压抑个体的自主力量,如何在二者之间寻找平衡成为一个巨大的社会难题。本文发现,“缘”在网络交友平台上持续发挥着对亲密关系的调和作用。人们用“缘”来解释关系的形成、发展乃至结束,为每一段相遇赋予特殊的意义,无论是命运的安排还是网络技术功能,“缘”观念都将它们视作与他者相遇的难得机会。因此,“缘”的文化底色是对亲密关系确定性的坚守。同时,“缘”也为情感的不确定性留出空间,特别是青年群体,更多地把寻找亲密关系的机会让渡给技术,带着对美好情缘的想象等待机器和算法揭晓谜底。

面向人机关系对现实人类交往的挑战,“缘”所承载的数字化亲密关系将成为抵御孤独感的积极力量。从网站到社交平台,再到当下人工智能技术的高速迭代升级,雪莉·特克尔所断言的“群体性孤独”^[31](P2)成为全球性的交往困境。本文认为,“缘”提供了一种开放的、不断修正的、实践的智慧。其所反映的珍惜彼此、珍重关系的情感从未远离人们的日常生活,嵌入互联网世界的人类在虚实融合的生活圈中积极寻找缘分。专业性、机械化、计算式的数字媒介加快了连接速度,但也造成同为天涯孤独人的群体性情感失落。作为数字化亲密关系的“缘”不可避免地落入搜索、匹配、消费的技术理性和商品异化的逻辑中,但“缘”也始终展现华人社会合乎人情的诗意思想。近乎人情使我们的生活不断回归常识,也使我们的思想更加人性化。“缘”之情感态度能让世人观察人生悲哀、美丽、恐惧和喜乐,共同抵御人类具身交往日益减少带来的孤独感。

“缘”隐喻流变展现的兼容性和调适性将有可能保持和推动青年群体对亲密关系的期待和行动,这一点将在未来显得更加珍贵。我们基于中国网络交友历史26年的研究仅为“缘”理论拓展局部解释,未来研究可关切不同主体如何使用“缘”建立灵活调适的话语策略和沟通机制。或许人类要走出数字化亲密关系困境,不在于对抗或拥抱技术,而在于如何将“缘”的实践智慧转化为数字时代的生存哲学。

参考文献

- [1] 杨国枢,黄光国,杨中芳.华人本土心理学:下册.重庆:重庆大学出版社,2008.
- [2] 杨国枢.中国人的蜕变.北京:中国人民大学出版社,2012.
- [3] K. S. Yang, D. Y. F. Ho. The Role of *Yuan* in Chinese Social life: A Conceptual and Empirical Analysis//A. C. Paranjpe, D. Y. F. Ho, R. W. Rieber. *Asian Contributions to Psychology*. New York: Praeger Publishers, 1988.
- [4] R. Goodwin, C. Findlay. "We were Just Fated Together"... Chinese Love and the Concept of *Yuan* in England and Hong Kong. *Personal Relationships*, 1997, 4(1).
- [5] H. C. Chang. The Concept of *Yuan* and Chinese Conflict Resolution//G. M. Chen, R. Ma. *Chinese Conflict Management and Resolution*. Westport: Greenwood, 2002.
- [6] 张惠晶, R. Holt, 林宏达.缘与华人沟通行为//陈国明.中华传播理论与原则.台北:五南图书出版股份有限公司,2004.
- [7] 肖珺,秦博昱.粉丝社区的面子协商:一种跨文化传播视角.现代传播(中国传媒大学学报),2019,(3).
- [8] 冯友兰.三松堂全集:第14卷.郑州:河南人民出版社,2000.
- [9] 刘金波.和:中国式跨文化传播话语的意义生成与转化.跨文化传播研究,2023,(1).
- [10] 高艺,吴梦瑶,陈旭等.“可见性”何以成为生意?——交友类App会员制的监视可供性研究.国际新闻界,2022,(1).
- [11] 冯雨雷,童清艳.数字可供性对青年在线约会平台使用意愿的影响研究.全球传媒学刊,2022,(6).
- [12] K. Peng, W. Y. Lin, H. X. Chen. Consequences of Deceptive Self-presentation in Online Dating. *Chinese Journal of Communication*, 2022, 15(4).
- [13] S. W. Wu, J. Ward. Looking for "Interesting People": Chinese Gay men's Exploration of Relationship Development on Dating Apps. *Mobile Media & Communication*, 2020, 8(3).
- [14] D. Y. Xu, F. Wu. Exploring the Cosmopolitanism in China: Examining Mosheng Ren ("the Stranger") Communication Through Momo. *Critical Studies in Media Communication*, 2019, 36(2).
- [15] 齐格蒙·包曼.液态之爱:论人际纽带的脆弱.何定照、高瑟濡译.台北:商周出版社,2007.
- [16] 杨国斌.互联网历史的中国传统和中国风格.传媒观察,2022,(12).

- [17] 乔治·莱考夫, 马克·约翰逊. 我们赖以生存的隐喻. 何文忠译. 杭州: 浙江大学出版社, 2015.
- [18] 钱钟书. 管锥编: 第1册. 北京: 中华书局, 1979.
- [19] 彭英龙. 钱钟书隐喻学说与概念隐喻理论对比. 中国比较文学, 2020, (1).
- [20] G. David, C. Cambre. Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media & Society*, 2016, 2(2).
- [21] 李林. 128家违规失信婚恋网站被依法关闭. 中国青年报, 2015-05-18.
- [22] 王臣, 王辰, 郭俊娅. 刘擎的抗争. 京华周刊, 2011, (14).
- [23] 罗维秋, 扈东玲, 周霞. 我们在婚恋网站被骗了. IT时代周刊, 2012, (22).
- [24] 王丹. 婚恋网站乱象何时休. 光明日报, 2017-09-15.
- [25] 土土绒. 传统婚恋网站需要一场颠覆性革新. 中国青年报, 2023-04-19.
- [26] 孙萍, 李宜桐, 于小童. “中介化爱情”之困: 理解线上交友平台的媒介化与性别化. 妇女研究论丛, 2023, (1).
- [27] 苗伟山, 许建. 从约会软件到直播平台: 陌陌的社会建构分析. 新闻知识, 2022, (8).
- [28] 孙信茹, 甘庆超. “熟悉的陌生人”: 网络直播中刷礼物与私密关系研究. 新闻记者, 2020, (5).
- [29] 高艺. 量化“喜欢”: 交友平台中的感知异化与亲密流动. 中国网络传播研究, 2022, (2).
- [30] A. Giddens. 亲密关系的转变: 现代社会的性、爱、欲. 周素凤译. 台北: 远流图书有限公司, 2005.
- [31] 雪莉·特克尔. 群体性孤独: 为什么我们对科技期待更多, 对彼此却不能更亲密? 周逵、刘菁荆译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014.

Metaphorical Transformations of the Cultural Concept of *Yuan*(缘) In the History of Chinese Online Dating

Xiao Jun, Chang Le (Wuhan University)

Abstract The history of the Chinese internet is deeply intertwined with traditional Chinese culture and its unique characteristics. As an iconic concept in Chinese cultural heritage, *Yuan* (缘, fateful encounter or serendipity) finds its habitat, transformation, and evolution throughout the 26-year history of online dating in China, exerting a profound impact on people's emotional perceptions and social interactions. Drawing on Qian Zhongshu's theory that "a metaphor possesses two handles and multiple sides", it can be argued that the concept of *yuan* in the history of Chinese online dating has undergone three stages of metaphorical evolution: controllable and searchable *yuan* (1998-2010) characterized by users actively "searching for soul mates", algorithmically allocated *yuan* (2011-2017) characterized by personalized recommendations for "the right one" via algorithms, and gamified and consumerist *yuan* (2018-2024), a playful, consumption-driven approach to *yuan* with the scenario shift "from blind date corners in parks to Disneyland". These developments mark a transformation from traditionally fate-determined relationships to complex, digitally mediated intimacies in the digital media ecology, which has fostered a tripartite meaning-generation mechanism interweaving media evolution, metaphorical connotations, and affective attitudes. As the construction of a digital China advances, the concept of *yuan* holds potential for global dialogue; its inclusivity and adaptability may offer solutions to anxieties arising from fluid relationships, serving as a positive force against digital loneliness for mankind.

Key words *yuan*(缘); Chinese internet history; online dating; digital intimacy; metaphor

- 作者简介 肖 珺, 武汉大学媒体发展研究中心研究员, 武汉大学新闻与传播学院教授, 湖北 武汉 430072;
常 乐, 武汉大学新闻与传播学院博士研究生。
- 责任编辑 何坤翁