

隐身的momo：社交平台中网络青年群体匿名社交的现象探赜

石中钰*, 盖腾玥

鲁东大学融媒体研究院, 山东 烟台

收稿日期: 2024年3月27日; 录用日期: 2024年5月31日; 发布日期: 2024年6月7日

摘要

互联网是人们追求匿名交往的圣地,但随着社交平台不断驱使着交往者进行自我身份的展示,交往者的现实身份与互联网上的虚拟身份不断的相重合。当下以momo为例的匿名化群体用去身份化的同一性符号置换用户原有头像和昵称等个性化符号,试图通过这一方式完全解构存在自身身份的要素,实现真正的互联网匿名社交。促使交往者参与这场匿名狂欢的动因则包含着:自我隐私的保护、后台场域下的自我表达、基于主动的游戏性模仿以及陌生化社会的匿名需要。而在这场网络群体匿名化的传播游戏中,看似离席的传播者同样会陷入群体松散和狂欢背后道德式微的失范困境。

关键词

隐身, 匿名社交, 社交平台

Invisible momo: An Exploration of the Phenomenon of Anonymous Socializing among Online Youth Groups in Social Platforms

Zhongyu Shi*, Tengyue Ge

Financial Media Research Institute, Ludong University, Yantai Shandong

Received: Mar. 27th, 2024; accepted: May 31st, 2024; published: Jun. 7th, 2024

*通讯作者。

文章引用: 石中钰, 盖腾玥. 隐身的 momo: 社交平台中网络青年群体匿名社交的现象探赜[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(3): 541-547. DOI: 10.12677/jc.2024.123087

Abstract

The Internet is a holy place for people to pursue anonymous communication. However, as the social platform continuously drives the communicators to display their self-identity, the real identity of the communicators and the virtual identity on the Internet constantly overlap. At present, the anonymous groups taking momo as an example to replace the user's original avatar, nickname and other personalized symbols with the identity symbol of de-identity, trying to completely deconstruct the elements of their identity in this way, and realize the real anonymous social networking on the Internet. The motivations that promote the contacts to participate in this anonymous carnival include: the protection of self-privacy, the self-expression in the background field, the active imitation of games, and the anonymous need of defamiliarization society. In this online group anonymization communication game, the communicators who seem to leave the party will also fall into the anomic dilemma of loose group and weak morality behind carnival.

Keywords

Stealth, Anonymous Social Interaction, Social Platform

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在互联网交往中, 交流者双方都处于一种身体缺席的交流情景, 为了能建构出身体在场的交流假象, 交流者会利用网络社交平台上的头像和昵称等元素表征出自身的虚拟形象, 从而建构起代表自身意志的虚拟主体性。当下的网络社会交往, 由于其技术门槛的降低以及伪匿名性、开放化的互联网规则, 发表意见和信息的成本减少, 交流者在互联网交往中则会承担更大的社交压力。为了对抗网络社交施加给交往者的这种压力, 群体匿名化社交则成为一种新型的社交模式。momo 以去身份化的传播符号取代用户原有头像和昵称等外在符号, 将不同个体的差异性隐匿于相同的符号中。这种依托虚拟媒介技术的自我匿名表达, 是当代社会压力膨胀下的产物, 也是一种另类的自我独处。

“隐身”这一概念最早可追溯到柏拉图《理想国》中的第二卷——“古各斯之戒”。这枚戒指赋予了绝对的隐身权力, 使拥有者可以做任何自己想做的任何事情。在互联网中存在着许多类似于“古各斯之戒”的工具, 使得数字主体能够借助于此, 以隐身的形态进行更自由的匿名虚拟社交, 进而实现数字主体生存的隐匿化。对 momo 群体而言, 同质的头像和昵称便是属于他们的“古各斯之戒”。momo 群体通过这种匿名的方式使自己隐匿于用户列表之中, 以实现数字时代的新型“隐身”。网络世界是由一个个 0 和 1 的算法交织而成, 是一个从抽象到具象的过程, 不同于现实是一个直映的世界, 所以 momo 仍受到 IP 限制等媒介技术的局限性, 虚拟空间内的“古各斯之戒”并没有给予他们绝对匿名的权力。

匿名化生存现象如今已经开始“出圈”, momo 群体也不再只是局限于豆瓣、小红书等社交平台。作为一种青年亚文化领域中的传播现象, 促使青年进行社交方式转变的原因究竟是什么? 手动的匿名化对网络社交和网络治理带来了什么样的影响? 具体而言, 本文旨在阐释一下三个问题: 什么是 momo 群体? 促使青年加入 momo 群体的动因是什么? momo 群体这匿名化的社交方式会给网络社会带来何种影响?

2. “隐身”的社交群体：momo 群体的溯源

在社交平台上, 数字用户在创建社交媒体账号时, 都会选择自己喜欢的头像, 以实现其在虚拟空间的自我呈现和满足。对于头像等身份符号, 人们往往会追求个性和相异, 将其作为展示自我的“舞台”, momo 的出现却开始打破传统大众固有的身份符号认知。

momo 最初是微信为保护用户隐私所推出的一个虚拟身份, 即用户不需要授权自己的微信信息, 就可以使用系统默认的呢称和头像登录。越来越多的用户在尝试这种去身份化的社交模式后, 选择加入到 momo 大军中, 把网络呢称和头像更改为 momo 和粉色小恐龙, 开始以毫无二致的外表游走于各个平台。

在 momo 刚刚出现的时候, 大多数网友都以为是同一个人, 经过查看后才发现 momo 是又不同的用户所组成的一个匿名社交群体。但其实早在 momo 出现之前, 在小红书等平台中就已出现过类似的用户隐身现象, 如使用“用户已注销”、“小红书用户 xxx”等呢称, 以及设置空白头像等, 将自我隐匿于无异质性的身份符号之中。随着 momo 群体不断地壮大和扩展, 甚至有网友在 momo 原始头像粉色小恐龙的基础上进行二次创作, 推出定制版 momo, 如“灰太狼 momo”、“库洛米 momo”、“上岸 momo”等衍生 momo 头像。

真正使大众普遍关注 momo 这一现象的是源自于陈飞宇起诉 momo 的公众事件。2023 年初, 陈飞宇工作室因源起于豆瓣用户 momo 的陈飞宇床照风波起诉其造谣。这个新闻使得在豆瓣中的 momo 群体一下爆火出圈, 掀起了网友改同名的浪潮。许多网友为了支持这个被陈飞宇起诉的 momo, 纷纷在各大平台将自己的网名也改成了 momo, 从而掀起了一场支持 momo 的舆论风波。网民们试图通过改名和更换头像的方式, 与陈飞宇及其工作室对抗。有微博大 V 甚至对此评论: “一 mo 做事万 mo 当自此”, “豆瓣的 momo 比我头发还多”。momo 这一去标签化、去身份化的集体 ID 开始出现在大众视野当中, momo 群体也开始在各大社交平台中发布自己的观点, 建构起属于他们自己的圈层。随着 momo 群体在互联网上愈发庞大, 这场去标签化的大型“集体隐身”事件逐渐演变成了一种奇特的传媒现象。

momo 用户将原有个性化的呢称和头像置换为具有同一性的 momo 和粉色小恐龙, 借助相同或类似的身份符号将自身隐匿于用户列表和小红书首页之中。社交用户企图通过此种主动模仿的媒介行为来摆脱大数据时代的算法推荐, 以防自己的账号被熟人发现, 从而保证自我能进行更自由、更沉浸的媒介活动。俨然在传播活动中, momo 从个体变成了一个庞大的群体, momo 群体的媒介行为即是个体趋同选择的一种外在表现。从威廉·斯蒂芬森(William Stephenson)的传播游戏观来看, 这场“集体隐身”归属于其所言的“游戏性传播”。而 momo 既是这场游戏的传播者, 也是这场表演的观看者。他们以自身为主体, 不掺杂物质诉求地进行个人精神和情感的坦露和释放, 向大众展示积极能动的纯粹状态。在这种传播过程中, 相比于将个人信息暴露于大众视野之下的传播主体, momo 主体可以更为自由和主观地进行虚拟投入, 进而在“游戏性传播”中获得精神满足和自我存在。

3. 主动与被动：青年社会交往匿名化的转变缘由

3.1. 虚拟“液态监视”下的隐私保护

在十八世纪的欧洲, 边沁兄弟提出了一种全新监视犯人并使罪犯能从精神层面接受到规劝的监狱, 即全景监狱。该监视模式是在监狱的正中心建立一个圆形的瞭望塔, 监督者可以随时观察到囚犯在囚室内的情况, 而囚犯却无法得知监督者是否在监视他。因此, 囚犯总是有种被人监视的感觉, 这种不确定性使得囚犯每天都具有一种压力, 不敢轻举妄动。正如福柯所说: 在此情景下, “人们是信息的客体, 却从不是交流的主体” [1]。

在数字时代, 原先的全景式监狱已然不复存在, 替代的是来自鲍曼和里昂所提及的“后全景监狱时

代”(post-panoptical), 以中心式的监视模式转向为“液态监视”。在瞭望塔站立的监视者化作网络世界中的一道光, 悄然隐入到巨大的信息洪流当中, 跟随着一个个传播节点嵌入到互联网的各个角落。

与传统全景式监狱不同, 液态监视下的每一个传播者既是被人监视的“囚犯”, 也是监视他人的监督者。在互联网这种公开共享的传播环境中, 囚犯与监视者两者之间的身份完全重叠。传播主体在社交平台发布自身生活动态或是自身感悟时, 躲在媒介终端背后无数双匿名没有身份的眼睛都在默默观看, 发布者甚至根本无法了解这一双双眼睛的身份。同样, 作为社交平台的发布者也可以去肆意查看同为主体的传播者, 充当隐匿在社交平台背后的眼睛。

长期生活在聚光灯下的传播者时常会不堪忍受处处被他人监视的压力, 这也是 momo 群体出现后, 为何能引起无数人的模仿和跟风的诱因。长期被监视的压力使得在社交平台的传播主体在虚拟社交中总是小心翼翼, 不敢轻举妄动, 生怕自身发表的言论遭受到网络监视者的冲击和谩骂, 甚至有极端者会将传播者现实世界的身份扒出进行人身攻击。个人的隐私在这种液态监视之下如同虚构, 但传播主体在发布内容时就已经存在着隐性的隐私让渡, 传播主体需要维持这种双向监视的平衡, 秉持着社交回馈的心态去进行内容的发布。虚拟社交隐私保护的悖论就在于此, 我们每个人都渴望位于表演舞台的中心, 需要观众在社交平台上观看自我表演, 但我们每个人也都会要求在互联网上存在着一丝未被监视的自我空间, 保证自身隐私的安全性。momo 群体的壮大和发展, 正是大多数数字用户对此悖论给出的解困之策。

3.2. 类“后台”场域下的自我表达

欧文·戈夫曼在《日常生活中的自我呈现》提出, 在社会生活中, 人们就如同生活在一个舞台上, 或者是剧班中的一员。根据人们所扮演、所展示的角色的不同, 这一舞台可以划分了“前台”与“后台”两个场域。在前台情境中, 人们向台下观众展示的是一个经过社会化和理想化的“客我”形象, 并努力让台下的观众相信“我们”就是这样的人。在后台中, 人们与观众隔离, 可以暂时脱下人设面具, 获得暂时的放松和休息, 还原自发性的主我, 展示原生态的自我。

网络人际传播中, 人们在社交媒体可以更为自由和主观地进行“前台”与“后台”之间的切换。在社交平台交流者呈现出的就是自身前台的表演, 而在线下移动终端屏幕的背后所展现的正是属于交流者自己的后台表演。当人们正常使用宣扬自身个性的 ID 和头像时, 其社交账号指向的正是交往者现实中的身份, 交流者在网络上发表的观点意见、生活日常以及其他种种包含自身思想的信息, 都被无数隐藏在网络背后的监视者所查看。通过这种社交平台的交互, 交往者本身也正处于一种被观看的状态。在此状态下, 交流者为了维护起自身的人设, 意图表现出被大众所接受的一面, 都会进行前台的表演。

当交流者使用类似于 momo 这种隐藏个人身份的网络马甲, 即便是处于一种被观看的状态之下, 观看者也无法将交流者网上所发布的信息与其现实中的个人身份所联结。这种信息的指向结构由单个具体的个体转变为了分散复杂的群体。正是由于这种不可指向性, momo 群体不需要维护其自身人设。交流者可以不用顾及线上线下形象的一致, 更容易地脱下前台表演的面具, 在社交媒体中以后台的形象出现, 肆意的进行自我表达和情感宣泄, 以求情感上的共鸣和精神上的慰藉。但这种后台化的表达极易受到情绪的影响和操控, 当交流者摘下前台“好人”形象的面具时, 其言语往往会承载着台前所不能表达的负面情绪, 出现言语偏激甚至恶意攻击的失范现象。

3.3. 基于主动的游戏性传播模仿

“大众传播之最妙者, 当是允许阅者沉浸于主观游戏中” [2], 正如斯蒂芬森所言。数字时代, 个体的主观感受和积极性开始不断被传播者所重视, 传播的游戏性随着媒介技术的演进正不断介入到人们的日常生活, 人们愈发在传播过程中强调自主性和娱乐性。“玩乐类似于趋同选择” [3], 传播中的模仿即

是个体趋同选择的一种外在表现,可以说模仿本身就是一种游戏。随着粉色小恐龙的走红,越来越多的个体通过模仿加入到这场网络传播游戏当中,momo 群体不断扩充壮大。有的 momo 个体也对 momo 头像进行创意修改和制作,创作出了“库洛米 mo”、“红太狼 mo”等个性化的衍生头像。也有 momo 个体会根据自己的现实状态,对网名进行添加和修改,“momo (考研版)”、“momo (旅游版)”等。部分 momo 群体在隐匿的基础上,尝试加入一点异质性的符号,以此来达成一种自我的标榜和满足。

在“类后台”这种轻松而自由的互动环境中,momo 群体希望通过这种方式来隐匿自己的数字足迹,同时在游戏性传播中获得精神满足和自我存在。与传播游戏理论所强调的,个人在传播行为中的自我肯定和主观感受这一观点相契合。在小红书平台上,momo 群体所进行的这种手动匿名化的媒介行为是一种非功利性和自我调节的传播行为,实质上也是游戏。“受众反转为传播的主体,受众不过是借用传播从事一种游戏活动,并在游戏中彰显生命的活力和价值,体验生命存在的快乐”[4]。在游戏性的传播中,momo 群体以自身为主体,不掺杂物质诉求地进行个人精神和情感的坦露和释放,向大众展示的是自我积极能动的纯粹状态。

3.4. 陌生化社会的匿名交往需要

当今,数字媒体用户依托媒介技术,建构起网络匿名性,以满足个体的社会匿名需求。人与人之间的交往意向性结构从“人—人”转向为“人—媒介—人”,彼此之间的关系业以失去了以往的可见性。这种交往关系隐匿于两者交互的媒介桥梁之中,中国的交往社会也随媒介技术的延伸出现转型。不同与费孝通所言的“熟人社会”,在陌生人的社会关系中,身处智媒时代的人们在身份上普遍拥有了“匿名性”和“破碎性”的特征,汇拢集聚形成了一个个性化和不可及性的“陌生化社会”。

相比于熟人社交,陌生人社交则倾向于在虚拟空间中与毫无关系的“他者”建立新关系,与陌生人进行交往。这种陌生人社交的方式打破了熟人社会的差序格局关系,传统意义上基于地缘、血缘和业缘的人际关系开始瓦解。网络社交者通过浏览平台主页、内容弹窗推送等形式,自主选择交互对象进行社交联结,从而重新建立关系版图。而匿名性和弱关系则是这种陌生人社交中关系网络的典型特点。陌生人社交的关系网格将熟人圈子划分在网格外,隔离了数字用户现实生活中的社会身份,使用户能够以自我设置的“虚拟第二身份”进行匿名社交。通过陌生人社交所换取的新交互关系,客观上来说均属于弱关系范畴。momo 群体的出现和兴起正是反映了当今社会陌生人社交和匿名化表达的刚性需求,是在陌生人社会中去身份化的自我呈现。本质上来说,匿名化的陌生人社交是一种具有过渡性质的社会需要。但在虚拟交互中,由于受到网络实名制以及 IP 外显化等条件限制,每个网络社交者在社交软件中享受匿名交互的同时,也需遵循“前台自愿,后台实名”等硬性要求。

4. 集体匿名狂欢表象下的风险反思

4.1. 意见领袖空位下的群体松散

数字时代下,人们建构的圈层多是依托互联网这种远程交互技术及平台,以趣缘及情感认同作为联结共同体内部的纽带。曾一果认为,数字圈层的建立可以分为两种:一是“以个体为中心建立或拓展起来的圈子”,二是“不同个体参与而形成具有共同兴趣的‘趣缘群体’”[5]。momo 群体建立的圈层相对贴近与曾一果所提出的第二种圈层建构模式,但是 momo 群体有具有它自身的特殊性,不完全属于第二种连接关系所建立起来的趣缘圈层。

momo 群体的聚合是一种游离于趣缘关系之间的结合,本身 momo 群体就是为了隐匿自身在现实世界中的社会身份,甚至也是隐匿自身互联网中的虚拟身份,选择用一种相同的昵称和头像。所以,相对于趣缘来说,momo 的群体连接纽带首先排除了业缘、血缘和地缘这几种关系。momo 群体的不断建立和

扩张是由于越来越多的互联网用户不愿意以能代表个人身份的主体出现在社交平台中, 哪怕个人身份是虚拟的、伪造的。换言之, momo 群体追求的是绝对的匿名性, 是一种抛弃掉个人主体证明的匿名身份, momo 群体的建立正是由于这个共同的目标和想法。

正是这种绝对的匿名性, 致使在这个特殊的群体中没有像其他互联网群体中有占据领导地位的意见领袖。进一步说, momo 群体不会形成绝对的意见和观念。甚至是对某一相同事件的评论中, 同样两个相同头像相同昵称的 momo 会出现观点完全针锋相对的评论。在事件发酵的过程中, momo 群体自身就可以掀起无数个舆论的漩涡。由于缺乏了这样一种身份的鉴别, momo 群体的自我认同不是建立在群体共同的观念和认识中, 其自我认同实则对于其隐匿身份这种行为的认同。momo 群体的绝对匿名实则也将自身群体中的成员进行了隔绝, 其群体是一个各自为营、极其松散的群体。对于这种相对于他者而言的绝对匿名, momo 群体的成员十分享受其所带来的所带来的隐身感, 而这种网络隐身实则是一种虚拟权力, 一种逃离全景式监狱的越狱权力。当所有的用户都在这个大型的舞台中央相互窥视时, momo 群体拿着他们古各斯之戒, 充当着黑幕后的一双双眼睛。

4.2. 隐身狂欢下的道德式微

当下, 互联网建构起了一个陌生群体间的互联社会, 为来自天涯海角的陌生人之间提供一个遮蔽社会身份的虚拟空间。互联网用户可以摆脱现实世界中的社会身份, 在虚拟空间中建立起一个自我身份的投影。这个自我身份可以与现实世界中的身份相符, 也可以是自身所编撰的互联网身份。“在熟人社会, 可见可及性给熟人注入了一种强烈的责任意识” [6], 陌生社会的问题所在即在于匿名性给予了人们不可及的异质属性, 使人们忘却道德责任, 成为网络事件的施暴者。

正如前文所言, momo 群体的联结是因为一个共同的目标和想法, 即充当网络社交中的隐身者, 追求相对于他者而言的绝对匿名性。仅仅以这种共同目的作为连接纽带的群体, 其边界十分松散和透明, 甚至于说 momo 群体除了建立相同昵称和头像的仪式的这一点之外, 与其他群体很难区分开来。作为一种流动的群体, momo 成员之间的联系非常微弱, 甚至于成员自身也不知道与他们日夜相伴的 momo 到底是否还是原来的 momo。正是 momo 群体这种不透明性、混乱性导致其在这场隐身狂欢中, 出现了道德式微的伦理失范现象。美国知名律师迈克·戈德温在 1990 年时曾提出, 一个普通人, 加上匿名性, 再拥有了观众, 就很有可能变成混蛋, 这就是“戈德温法则”。在此法则下, 网络的匿名性和虚拟性也使数字用户在隐身的面具下, 将现实与法律置之脑后, 做出施暴或出格之事, 成为了勒庞所言的“乌合之众”。

造就这一现象的原因, 一方面, 是缺乏完善的监管机制。当一个 momo 发表了一些恶意的言论之后, 由于其社交的匿名性, 其他用户甚至无法知道他到底是谁, 网友不能准确的对其进行批评教育, 也就造成了 momo 群体部分成员在道德层面一次次降低自己的底线, 出现网络社交伦理失范的现象。由于这种网络空间表层的绝对匿名性, 致使 momo 群体的部分成员可以以及其低的社交成本, 尽情的宣泄着心中的阴郁情绪。而之前引入的全民监管格局遭受到颠覆, 想依靠受众自组织去监管其他用户变得极其困难和效力低下, 必须要借助网络深层算法技术的支持, 才能打造出全新的监管格局。另一方面, momo 群体的加入门槛十分低下, 任何用户只需要将完成头像和昵称的修改仪式, 就可以当做是 momo 群体中的一员了。在这样一种群体背景下, momo 成员的组成身份就变的不可控且极其复杂。

5. 余论

从熟人社会到“无缘社会”¹, 各类“缘”的缺席致使互联网用户面临着低成本、无效的弱连接, 互

¹“无缘社会”是社会学家对当下社会的抽象概括, 因互联网的出现, 地缘、业缘、血缘等社交关系不断被解构, 当下社会成为了一种缺乏连接关系的社会。

联网所具有的多重连接属性也为当代数字青年带来了社交的焦虑和压力。这些压力致使青年在社群中分享欲望的弱化, 以及对维护人际关系欲望的消解。为了减轻这些社交负担, 数字青年尝试手动隐身, 通过设置相同的昵称和头像来消解自身的异质性。当大量相同的头像与昵称出现在社交平台中, 其他社交用户无法区分锁定住 momo 账号背后的操控者。momo 群体这种手动式的社交隐身, 正是由于其规避了较高的社交风险, 又缺乏相应的监管制度和群体界限, 在社交过程中极易进行过于发泄自身情绪的表达, 提出一些尖锐的评论和观点, 出现道德伦理失范的现象。在已然进入风险社会的当下, 我们更应该反思, 匿名化社交的出现是否造成了公众之间缺乏信任、缺乏包容的社会现状。

参考文献

- [1] Foucault, M. (1995) *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Vintage Books, New York.
- [2] 宗益祥. 作为游戏的传播——威廉·斯蒂芬森的传播游戏理论研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2014.
- [3] 刘海龙. 传播游戏理论再思考[C]//中国人民大学新闻与社会发展研究中心. 新闻学论集(第 20 辑): 2008 年卷. 2008: 198-208.
- [4] 喻国明, 杨颖兮. 参与、沉浸、反馈: 盈余时代有效传播三要素——关于游戏范式作为未来传播主流范式的理论探讨[J]. 中国出版, 2018(8): 16-22.
- [5] 曾一果. 从抵抗到多层次协商: 平台化社会数字青年的文化实践[J]. 新闻与写作, 2023(9): 5-14.
- [6] 张乾友. 匿名、匿名社会及其治理[J]. 社会学评论, 2015, 3(3): 33-41.