

手机使用对听障者社会关系构建的影响——基于访谈的文本分析

邓美花

云南师范大学传媒学院，云南昆明，650500；

摘要：本文聚焦手机使用对听障者社会关系构建的影响。研究表明，手机成为听障者与外界沟通及构建社会关系的关键工具。其视频通话功能依多模态传播理论，通过视觉交流构建关系。手语与文字相辅相成的模式提升沟通质量。手机在听障者生活和工作中具双重角色，对社交、工作等方面的社会关系构建起到助推作用。

关键词：听障者；手机使用；社会关系；视觉交流

DOI：10.69979/3029-2700.25.01.086

1 研究方法

笔者基于质性研究方法，采用半结构式深度访谈与观察相结合的方法，通过对听障者的日常生活的手机使用进行考察，聚集听障者的手机使用，发现其在听障者日常生活中所扮演的角色，探析手机使用在听障者的社

会关系建构的影响。本研究在 2024 年 3 月-5 月对 L 市（区）15 名不同职业的听障者使用手机情况对社会关系建构的影响进行半结构化式的深度访谈，采用线上视频聊天或面对面访谈。访谈的主要围绕着听障者日常生活中的手机使用情况及其社会关系进行询问。（见表 1）

表 1 受访者基本信息

序列	受访者	受访者年龄	学历	性别	听力等级	手机使用时长	职业
1	ZGJ	35	小学	女	二级（带助听器）	4-5h	全职妈妈
2	ZY	37	小学	男	二级（带助听器）	4-5h	在装配厂里工作
3	LDG	41	小学	男	二级（带助听器）	4-6h	按摩技师
4	WYQ	35	初中	女	二级（带助听器）	4-5h	自由插画师
5	DDX	38	小学	男	一级（不带助听器）	3-4h	制衣厂打板师
6	ZRS	31	初中	男	后天（二级）带助听器	4-6h	电子厂工作
7	FG	39	小学	男	二级（不带助听器）	10h 以上	外卖骑手
8	WSP	46	小学	男	一级（不带助听器）	2-3h	某厂工人
9	XF	29	高中	男	二级（戴助听器）	4-5h	面包店学徒
10	ZWL	38	小学	男	一级	4-5h	理发师
11	GYQ	38	小学	男	一级（未戴助听器）	8-10h	饿了么外卖骑手
12	ZS	42	小学	男	（二级）（未带助听器）	6-7h	无声摆摊（自主创业）
13	ZYY	40	小学（特殊教育）	女	（一级）未带助听器	7h	无声摆摊（自主创业）
14	ZX	45	小学（特殊教育）	男	一级（未带助听器）	10h 以上	待业
15	XZ	45	小学（特殊教育）	男	一级	8h 以上	理发师（个人经营）

2 研究发现

听障者的手机使用贯穿于他们的日常生活和工作场景中,作为他们与外界沟通的关键工具。在媒介技术高度发达的今天,手机不仅是沟通工具,更成为他们构建社会关系的中介。通过手机,他们在无声世界中勾画出属于自己的独特社会关系网络。

2.1 依赖视觉交流的社会关系建构

学者 Messaris (1997) 在其研究中提到,视觉传播可以比言语传播更快、更直接地传达信息,尤其是在跨文化和跨语言的沟通中,视觉符号更能打破语言障碍在听障者的社交生活中^[2],视频通话正是这样一种打破听觉障碍的“视觉符号”,帮助他们跨越听觉屏障进行信息传递。与其依赖复杂的文字沟通,视频通话中的手语和面部表情成为快速、直接传递情感和 information 的主要手段。

从传播学的角度来看,手机不仅仅是技术设备,它通过视频通话和社交媒体等平台,将视觉传播融入听障者的日常社交网络。Kress 和 Leeuwen (2010) 提出了多模态传播理论,认为沟通不仅仅通过语言,还通过视觉、听觉、空间等多种模态进行^[3]。对于听障者来说,手机上的视频通话不仅仅是通过视觉模态来传递信息,它更是在情感维系、社会互动中的核心工具。通过视频通话,听障者能够“听”到对方的“无声”对话,并通过手语和表情来传递和接收情感。这种依赖视觉的沟通方式,展示了听障者如何通过手机构建属于自己的社会关系网络。

视频通话在促进包容性沟通方面的重要性,于文化水平不高的听障者,视频通话提供了一种更为直观和易于理解的沟通方式,极大地丰富了他们的社交生活。

2.2 手语与文字相辅相成的沟通模式

Kress 和 Leeuwen (2010) 的多模态传播理论强调,沟通不仅依赖于单一的语言模态,还包括视觉、手势、空间等多种符号系统的结合^[4]。这种理论在听障者的沟通方式中得到具体体现,他们在手机上的沟通不仅依赖于手语的视觉信号,还依靠文字信息来强化和补充手语的内容,尤其是在需要更明确表达的情况下。在听障者的社交和工作场景中,手语和文字结合的混合模式可以帮助他们在不同的场景实现无缝的沟通。

根据调研中发现,许多听障者在与朋友、家人沟通时,更倾向于通过视频通话进行手语交流,因为这种方

式能够帮助他们更好地传达情感和意图。“跟家人朋友联系嘛,肯定是视频通话更多。毕竟能看到对方,感觉更亲近。文字交流也有,但比较少,毕竟打字挺慢的(WSP)”。听障者对视频通话的偏爱,以及他们在不同情境下合理运用文字进行补充的沟通策略,“我和家人住在一起。和朋友就手机视频和打字... (WYQ)”“视频多。上班没空接视频,就打字啊(XF)”。视频通话以其直观的视觉呈现,让手语和表情得以充分展示,极大地满足了听障者情感交流的需求;而文字则在必要时作为辅助,确保信息传达的准确性和完整性,两者相辅相成,共同构成了听障者高效沟通的模式。

听障者通过手语与文字相结合的“混合型”沟通模式,在手机使用中实现了更为高效、准确且富有情感表达的交流,有效提升他们在社交和工作等方面的沟通质量,促进了他们与外界的联系和互动。这种模式不仅是一种沟通方式的创新,更是听障者融入社会、构建良好人际关系的重要手段。

2.3 手机在日常生活与工作的双重角色

在当今媒介化生活中,手机已然成为听障者与外界紧密连接的至关重要的纽带。它为听障者开辟了丰富多彩的社交途径,有力地拓展了他们的社交圈子。借助各类社交软件,听障者能够便捷地与家人、朋友以及其他聋人建立起密切的联系。

在工作场景中,手机的实用性表现得极为明显。“我主要用微信跟朋友同事联系。文字交流比较方便,而且手机还有语音转文字的功能,就算听不到也能知道他们在说什么……(ZY)”这凸显了文字和语音转文字功能在听障者工作中的关键地位。在工作过程中依靠手机进行导航以及接单操作,“我主要依靠手机来接单、查看导航,同时还用于跟顾客进行沟通。(FG)”这足以说明手机对于听障者而言,不仅是工作中的导航指引工具,更是与顾客进行有效沟通的重要桥梁。在沟通中获取自身价值的认可,“顾客会手机打字告诉我,我用手指菜单的(地方),告诉他们我是聋人,请他们理解我... (ZS)”。手机还为听障者提供了实时信息,助力他们更好地规划日常活动。“这样出门就能提前做好准备。比如知道明天要下雨,我就能提前带伞。(DDS)”出摊的 ZS 也表示靠天吃饭就得看天气情况决定出摊时间,“出门工作(摆摊)会带雨鞋,大雨棚(遮雨遮太阳),天气好可以买更多(钱可以赚多),天气差,很少人来(赚

钱少) (ZS) ”。

在情感方面,手机成为了听障者在情绪低落时寻求慰藉的得力工具。在谈到心情不好时说:“我会跟好朋友或者家人视频通话,用手语跟他们倾诉一下。他们总是很耐心地看我说话,给我一些建议和鼓励。”这充分体现了手机在提供情感支持方面的重要作用。“我和聋人朋友比较多交流,(面对面)手语交流,视频问候,会说‘努力工作’‘好好干’(工作上),下雨了注意安全……(GYQ) ”。

手机为听障者搭建起了情感沟通的桥梁,无论是向亲朋好友倾诉烦恼,还是与聋人朋友相互鼓励,都借助手机视频通话得以实现,彰显了手机在听障者情感生活中的重要意义和价值。

手机亦是听障者娱乐休闲的重要途径。“打游戏(王者熬夜打)娱乐、视频聊天、无聊的时候玩手机,看公众号(聋人信息相关)。(ZX) ”

“刷,一般用抖音或者快手。各种类型的视频都会看,但搞笑视频看得最多,因为能放松心情...(ZLW) ”

“我经常会刷一些短视频,放松一下自己…我喜欢看各种类型的视频,包括搞笑的…” (WYQ)。手机在满足个人娱乐需求方面所发挥的作用。听障者可以像普通人一样观看有字幕的视频,获取信息和娱乐;也能使用各种手机娱乐功能,如玩游戏、刷短视频等,这些是属于他们生活的写照。

在职业发展方面,手机也起到了积极的推动作用。WYQ 通过手机浏览插画社区来获取灵感:“有时候也会浏览一些插画社区,看看其他画师的作品,寻找灵感。(WYQ) ”手机在帮助听障者提升专业技能和创意灵感方面具有重要意义。“朋友圈发的店里的事,顾客做的满意的发型啊什么的。(ZLW) ”来推广自己的美发店。总之,手机在听障者的生活与工作中扮演着不可替代的双重角色,无论是社交互动、工作沟通,还是情感联系、职业发展,都对他们的社会关系构建起到了关键的推动作用。

3 总结

在数字化时代,手机对听障者社会关系构建影响显著。从沟通模式看,依赖视觉交流的社会关系建构中,视频通话的手语和面部表情依据多模态传播理论,成为核心沟通方式,打破听觉障碍,融入社交网络;手语与文字相辅相成的模式,提升了沟通质量,促进社会融入,手机在听障者生活与工作中扮演双重角色;在社交上拓展圈子,工作中文字和语音转文字功能关键,情感上给予慰藉,在娱乐休闲和职业发展方面也起到积极作用。手机为听障者开辟了新社交空间,多种功能和沟通模式有助于其融入社会。未来应进一步研究和推广相关技术与技巧,让他们在“无声世界”中也能拥有丰富的社交生活和积极的生活态度。

参考文献

- [1]彭兰. 互联网发展30年间媒介化生存的演进[J]. 编辑之友,2024,(10):5-14+36. DOI:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2024.10.001.
- [2]Hjarvard, S. . (1997). Paul messaris: visual persuasion. the role of images in advertising. Mediekultur Journal of Media & Communication Research, 13(27), 2.
- [3]Kress G R , Van Leeuwen T .Multimodal discourse : the modes and media of contemporary communication[J].Bloomsbury Academic, 2010. DOI:10.2307/1512155.
- [4] Kress G R , Van Leeuwen T .Multimodal discourse : the modes and media of contemporary communication[J].Bloomsbury Academic, 2010. DOI:10.2307/1512155.

基金项目:本文系2024年度云南师范大学研究生科研创新基金项目“听障人士的手机使用与社会关系建构”的研究成果。项目编号:M-A118

作者简介:姓名:邓美花,性别:女,民族:汉族,出生年月:1998.08,籍贯:福建省龙岩市,专业:传播学,研究方向:传播学,学历:硕士研究生,职称:学生。