

论移动互联网时代手机对人之自我的建构及驯化

王小英

摘要: 人们对接入移动互联网的手机的普遍使用,让媒介与人的关系进入细镶嵌化的阶段,人成为“赛博人”。一方面,手机作为随身携带的必需物品,具有身份标识作用,是对使用者的自我的提喻;另一方面手机也为自我提供了更多的展示手段和空间,是对自我的延伸和扩展。然而,使用者的自我在手机联网条件下,也成为被深度发掘和设计的对象,手机在对自我进行解蔽的同时又造成新的遮蔽。手机对人的重大改变在于,它上升为人们必需的常规媒介,人们的世界成为经过手机而感知到的世界,手机主导了人对世界的解释,人对自我的认识是经由手机过滤了的,手机由此对人进行驯化和形塑。

关键词: 符号学,手机,自我,网络,驯化

On the Construction and Domestication of the Self through Mobile Internet Access

Wang Xiaoying

Abstract: With the ubiquitous use of mobile smartphones, people and telephones alike have moved into the fine-grained “cyborg” era. As an essential item carried around, the mobile phone has an identity function and acts as a synecdoche for the user’s “self”. It also provides more ways and places to display the self, resulting in an extension and expansion of the self. At the same time, the user’s self has become an object that is deeply explored and designed in the context of mobile phone networking. In the process

of “unmasking” the self, mobile phone technology has created a new kind of “masking”. The main change brought about by the rise of mobile phones, which have become a must-have regular medium for communication, is that the world is now perceived by and through mobile phones, which thus dominate the interpretation of the world. Self-knowledge is filtered through mobile phones, which allows the phones to domesticate and shape themselves.

Keywords: semiotics, mobile phone, self, network, domestication

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.201902010

关于自我与电脑、手机及互联网之间的关系研究，主要来自新闻传播学领域，大致可以分成两个方面：其一，从某一理论（如米德、波斯特的理论）出发，分析不同媒介与自我建构的关系，譬如黄佩在《网络时代的“自我”构建——从米德谈起》中认为网络时代流动的空间让“主我”的能动性和丰富性增加，却也带来了不确定和失范的风险，“客我”也随之形成新的社会约束群体并受技术监控的影响。同样是从米德的符号互动论出发，廖建国在《媒介演化中自我生成哲学的连续性证成》中则提出网络时代以更清晰的方式呈现自我，但也内爆了过去、现在和未来的区别，由此形成自我的更多可能。金新在《第二媒介时代网络传播方式对主体自我构成的重构》中从马克·波斯特的理论出发考察了第二媒介时代网络传播方式对自我建构的影响，认为其建构的是想象的或虚构的自我。其二，研究网络具体交流形式中的自我呈现，如QQ聊天、微信、网络论坛、网络游戏、虚拟社群等，其中的一个关注热点是虚拟自我。主要观点是虚拟空间为自我提供了各种身份体验的可能，网络自我和人格映射着现实语境和社会文化状况；因为依赖于网络环境，所以人容易成为受摆布的自我，需要提升才能成为自主的虚拟自我。来自哲学领域的研究认为网络自我比较复杂，是“真实自我、想象自我和分裂自我的综合体，归根到底是现实社会交往主体行为方式在网络世界的体现”（邹智贤，陆俊，2001，p. 84）。这些研究着眼于具体网络社交或游戏中的自我呈现，一般强调自我构成的丰富和超脱，同时提及其受监控和摆布的一面。既有研究虽然都注意到了媒介之于自我建构的影响，但对于这种影响究竟是以何种方式发生的，并未有一个深入的考察和判断。本文即尝试从符号学的角度来对之进行分析和判断。选择从符号学的角度考察接入移动互联网的手机之于自我的影响，原因在于人作为符号的动物，不能离开符号而存在，也在

于普通人要接入移动互联网，手机是重要渠道之一，手机将人深度植入网络体系之中。

符号学家赵毅衡认为，人类传媒的发展经历了三次突变——言语和符号的发明、符号的系统记录和文字的发明、电脑与互联网的产生。第一次突变使人成为“符号动物”，第二次使人成为“符号学动物”，第三次正在使人变成“符号元语言动物”（2016，p. 67）。与常见的媒介史划分方式不同，三次突变的划分方式将电脑与互联网作为传播媒介的作用置于印刷之上，视其为一种高速度的陡升。陡升使人面对的符号状况更为复杂，建构了新的符号衍生传播方式，而这种方式将改变人类文明和文化状态。但具体到第三个陡升，由电脑到手机的转变是一个关键点，它是媒介与人的关系进入细镶嵌化阶段的标志，意味着唐娜·哈拉维（Donna Haraway）所言的“赛博人”（Cyborg）的广泛成形。“镶嵌”原指一种工艺，指将一个较小的物体嵌在另一个较大的物体上，使二者浑然一体。这里的“镶嵌”包括两层含义：一是作为物体的手机与人处于形影不离的状态，似乎构成人的一个身体部件；二是作为移动互联网终端的手机，将人拉入互联网络中，使人成为网络中的一个节点。第一层镶嵌，人是主体，手机是嵌体，手机为人所用；第二层镶嵌，人是嵌体，手机及其背后的力量是主体，人为联网的手机所裹挟。正是手机与人的细镶嵌化，使得人成为哈拉维所说的“赛博人”之一种，一种“控制生物体”“机器和人的混合”。（Haraway, 1991, p. 149）

一、手机成为“赛博人”自我展示和自我认识的重要工具

麦克卢汉提出的“媒介是人的延伸”的著名观点十分适合论证手机媒介的优越性。汪民安甚至提出“手机意味着人体的进化，我们不是主动地控制或者拥有这个手机，而是相反，手机开始强行闯入到你的身体中来”（2015，p. 109）。虽然汪民安谈及的手机主要是具有接打电话及简单存储功能的手机，尚未提及移动互联手机，但他已经明显意识到手机对人的解放、手机对身体的入侵，以及手机组成社会网络，因而社会网络构成日趋手机化。但因汪民安并未提及联网手机，故他对手机作为人的器官的延伸的判断未免过于简单。换言之，只能接打电话、储存视听资料的手机，只是人的工具配置的常态化，还谈不上“赛博人”的成形。人寄生于机器中，才成为“赛博人”。

在当下，接入移动互联网的手机主要是智能手机，它既是一件物品，又不仅仅是一件物品，它具有多重功能或者说多重身份。首先，作为物品的手机，需要由屏幕、摄像头、芯片、电池、外壳等组成，它们会在造型、颜色、

大小上表现出一定程度的区别。然而，其便于手持的要求限制了它在形状和大小上的丰富表现。其次是与手机相关的服务，既包括手机本身提供的日趋智能化的技术服务，也包括配套商业性服务，如移动、联通和电信这样的运营商提供的联网服务，将我们的手机与其他手机、人和事物联系起来，纳入一个更大的社会网络。最后，还有第三方提供的应用软件，如淘宝、美团之类，然而，这些软件需要在苹果、安卓、微软的操作系统之一，通过各自的应用市场下载安装。正如亚当·格林菲尔德（Adam Greenfield）所注意到的，手机的真正性质是“将技术、资金、法律和操作安排互锁，从而构成了当下设备制造和服务提供的生态链”（Greenfield, 2017, p. 12）。

作为商品的手机，并不仅仅是通信工具或娱乐工具，它与其他商品一样，在当今消费社会承担着身份标识的任务，例如在中国的手机消费市场中，苹果手机一度代表着时尚和高品位、高收入，它是身份的一种象征。而一个人的自我正是由身份集合而成的，身份是自我的具体展现，“确定自我的途径，是通过身份。在具体表意中，自我只能以表意身份或解释身份出现，因此，在符号活动中，身份暂时替代了自我”（赵毅衡，2016, p. 337）。作为消费品的手机，与小轿车一样，其符号意义指向使用者的收入、社会地位、品位等。而一个人选用何款手机也成为建构自我的一种途径。一个人选择“老年机”，表明他已经将自我归于老年人之列，而一个家境贫困、没有收入来源的年轻人选择使用价格较高的苹果手机时，我们自然会意识到他所期望的自我是如何的脱离了其生活语境，他的自我意识将自己如何定位于这个社会群体，为了获取别人对自己定位的认可，他又做出了如何的努力，等等。作为必需消费品的手机，因而成为自我建构的一种必需的符号选择。作为物品的手机成功包含了人们从中可以寻找到和创造出关于自己社会关系和社会区分意义的资源，这使得手机这种产品在市场上的成功普及带有某种必然性。非但如此，手机强大的技术包容能力，也使得它日渐取代其他诸多随身携带物品，比如钱包、公交卡、随身听、书籍、相机、会员卡等，甚至未来还极有可能取代其他更多的物品，如身份证、护照等。手机越来越成为无所不能的大杂烩，乃至让人“手机在手，说走就走”。手机替代得越多，它和自我诸种身份之间的粘连就越紧密，在每一种可以通过手机来代表人的自我的实践中，手机都与入镶嵌在一起，成为人的替身。替身既可以发生在传统意义上的现实领域，如现场支付、地点搜索，也可以发生在虚拟空间之内。

现实中的人际关系也经常通过手机在微信、QQ等空间延续，新的人际关系通过这些社交软件而跨越时空地建立。手机上的每一次符号表意实践，

如与朋友的聊天、发朋友圈、发微博、自拍、浏览新闻网站等，都将自我展现为某种表意身份和解释身份，而这些符号表意实践的增多、类型的多样化，则意味着某种身份实践的增多、身份类别的多样化。这些符号表意实践有些是随着手机联网而来的，比如网络手游，这些新的表意实践为“赛博人”带来新的依托于虚拟空间的身份，新身份又为自我的丰富和拓展开辟了新的空间，这便是很多研究者注意到的网络之于自我建构多样性的影响。

然而，正如自我会展现在各种身份，甚至是互相冲突的身份中，自我也有多种面向。自我当然可以完全脱离手机去展现和建构，但在手机与人进入细镶嵌化关系时，当周围越来越多的“赛博人”出现时，完全脱离手机的自我展演和自我确认将会变得格格不入，“赛博人”和“非赛博人”的交往会出现越来越大的隔阂，这种隔阂并不仅仅表现为习惯移动支付的人与完全不用移动支付的人之间的差异，还表现为二者在思维方式和习性上的诸多不同。正是这内在的不同，使得他们成为截然不同的自我。“社交网络中各种层出不穷的表达工具和文化潮流，使得网友们可以灵活动态地建构自己的多重身份。”（李娟，2017，p. 153）这些身份的建构貌似多样，甚至互不关联，但由一个主体展示出来时，我们就可以将之视为关于自我的叙述。以微信朋友圈和微博为例，我们可以看到经常有转发、晒图、点赞和评论，每一个主体行为都隐含着对“我是谁”的展示，或者说是对“我是谁”的一种自我解释。转发是一种“挪用”，也是一种认同。点赞可以是一种发自内心的符号认同，也可以是一种“主动示好”的符号表意，而是否“主动示好”又常与点赞者和被点赞者的具体身份关联在一起。主体行为的变化，即转发、点赞、晒图的变化，是关于自我的叙述演进，其背后有一个作为主体的“我”。这种叙述演进经常是大数据追踪的对象，却较难被普通人通过叙述化构建为具有意义向度的叙述。“社会意识是一种双面的意识，由自我与非自我构成，该种意识通过‘我和你’的关系得到体现。这种关系是自我叙述的基本模式，是了解、爱和叙述的基础。”（李允熙，2016，p. 7）网络互动，是“我”和“你”的互动，网络上呈现的自我，作为一种叙述，在这种互动中确认自身，即便“你”并不是另外一个主体，而就是自己，“自我”也在这种呈现中得到确认。比如手机自拍，可以看作认识和展示自我的一种手段，“自拍行为的自我展示及表演性构建出来了关于用户的个人生活景观”（范红霞，孙金波，2017，p. 24）。自拍既是在对“你”，也是在对“我”自己进行符号化展演，是对自我身体的符号化建构。

借助手机上的各种软件，我们能更方便地获取各种信息，如手机地图对

于旅游者的指引作用，团购软件对于饮食、观影的规划。我们甚至通过手机上的软件，如手机视频、音乐播放软件等，获得了重要的娱乐，乃至巨大的行动能力。从这个意义上讲，移动媒介的确是延伸自我、构建自我的有力手段。接入移动联网的手机有力延伸了人的视觉、听觉，甚至认知可及之范围，是中枢神经系统的延展。这种延伸，从媒介与人结合的历史来看，可以视为对人的普遍赛博化进程的推进。

人通过移动媒介黏附于网络，或者说网络通过移动媒介将人粘连起来，这仅仅是表面现象，其实质是人成为“赛博人”之后，进入“后人类”（posthuman）的状态。后人类状态“是一种新的横向主义（transversalism）的诞生，这其中人类本质的‘纯正性’让位于新的创造演变形式的可能性或危险性，而这种创造演变模糊了物种、系统和机器之间的边界”（盖恩，比尔，2015，p. 110）。“新的创造演变形式的可能性”在于借助技术的力量，身份建构可能性得以增强，QQ身份、微博身份、网络社区身份等，进一步丰富了原本具有诸多限制的既有身份，由此增加了自我的可塑性。换言之，互联网为自我展示提供了更多的空间，而移动互联后随身携带的手机，又为随时利用这种网络空间进行自我展示提供了机会。如果没有这种条件，成功地进行自我展示会需要大量技巧，也更需要人情练达，而这并非每个人都具有的。而有了移动互联手机之后，自我展示对个人能力的要求大大降低了。人们通过手机进行的符号展示和符号交往能够更为方便地将积极形象的塑造动力转变为实践。而这种积极形象，我们可以将其理解为角色：人们塑造角色，同时也被角色塑造，此即角色内化。

如果说伴随原先既定身份的自我是一个与权利及义务捆绑的自我，那么“赛博人”则为这种自我增添了更多情感与想象的成分。手机等移动联网媒介的使用，让人遭遇到的，或者可能遭遇到的符号成千上万倍增长，因此，主体的意向性也变得繁复而缤纷。表面上看只有一个社会情景，交流双方同居一个时空，但却可能因为移动互联媒介而变成无数个社会情景。手机强大的包容能力，让自我的符号建构在相当大程度上变成了自我的手机符号建构，在朋友圈、微博、论坛，一系列的网络符号行为使自我从各种身份中建构出来。同时，不能成为手机符号的角色行为逐渐被排除出自我建构。“延伸自我的主要范畴是身体、内在过程、思想，以及经历，还有那些一个人感到息息相关的那些人、地点和东西。”（Tuan, 1980, p. 465）在这些范畴之中，自我的内在体验和经历尤为重要，即便是人、地点和东西也需要经过感受和判断后方能延伸自我。

二、互联网凭借手机对“赛博人”自我的深度发掘

海德格尔指出,“技术是一种解蔽方式”,“在现代技术中起支配作用的解蔽乃是一种促逼,此种促逼向自然提出蛮横要求,要求自然提供本身能够被开采和贮藏的能量”。(海德格尔,2005,p.12-13)移动互联手机作为一种现代技术,它所促逼的自然是包含了人在内的自然,或者说是围绕着人的自然,其核心既包括人在自然环境中的地位,也包括人的各种既有信息的披露。互联网将存在的实物世界变成可以科学和精准把握的信息化的符号世界。实际上,符号是建构与反映的交织,这一复杂的实在世界的网络符号化裹挟着权力、利益的博弈,引发着关于控制与保障、便捷与烦琐的斗争。符号权力的把控,既存在于基于技术的能力差异,也产生于基于地位的等级差异。电脑和互联网的产生,在压缩时空方面成效显著,实际上也在压缩符号表意距离上贡献颇丰。但压缩也是渐进的,如彭兰所言,“与PC时代的互联网传播相比,移动时代场景的意义大大强化,移动传播的本质是基于场景的服务,即对场景(情境)的感知及信息(服务)适配。换句话说,移动互联网时代争夺的是场景”(2015,p.20)。

PC时代为符号文本增加了社交的要素,移动互联网时代又在其上累加了场景要素。场景依托的五种要素即“场景五力”分别为大数据、移动设备、社交媒体、传感器和定位系统。(斯考伯,伊斯雷尔,2014,pp.9-33)手机充当了“场景五力”中作为主力的移动设备,与其他几种技术配合,在挖掘人的时空语境、行为习惯和心理情境方面不断开拓创新。在此种情形之下,“赛博人”的自我以数据信息的形式通过手机被精确地记录、追踪、分析和诱导。“自我是各种习惯的主体。自我与其作为存在和拥有的习惯相关联。”(维拉德-梅欧,2002,p.110)互联网中的手机充当了发掘自我习惯的重要工具,因为其并非仅仅作为一个单独的物而存在,而是时时伴随人的物。所以对其物性的挖掘,是以对其伴随的人的习惯的挖掘为宗旨的。而这种随时随地的挖掘,到了场景时代更变本加厉到人都难以自知的地步,于是人变成了互联网中之“物”。人的一切,包括人类文化、思想、精神等都被纳入数据库,最终都成了被物化之“物”,人的自我也逐渐变成可以被他者经数据把控的自我。

“赛博人”的形成从Web 2.0时代社交成为关键因素开始,社会经由个体构成的社群而形成,社交软件、社交网络建构了新的社会群体组织和群体成员交流的方式,而这种组织和交流方式即如西美尔所说的构成了新的社会。

其中网络对个人的赋权是一个不断反复的曲折的过程，某些方面的开放与某种绝对禁忌缠绕在一起，与私人领域符号自我的多样建构伴随的是在社会共同问题上个体发声的多重限制。在互联网情形之下，我们也可以说“人是媒介的延伸”，因为人在利用媒介的同时，也顺应着媒介而发展自己某方面的能力，同时无意识地折损另外的能力。比如，沉浸在手机世界中，人的意向几乎全部投射向手机里的符号文本，而将身边的环境世界悬置起来；始终在盯着屏幕看的人在接触手机之外的信息时，视觉能力会衰退，甚至外出就餐也依赖手机上他人的评价，不信任自己的味觉、嗅觉。甚至有了手机之后，人们连待在厕所的时间都开始延长，而历史上恐怕再也没有什么东西使人如此普遍地能够忽略厕所的异味了。人的五官感知能力，朝着手机所诱导的方向发展，与手机不符的能力迅速衰退。“赛博人”为了更好地利用机器提供的能力，必须对既有的自身机体功能和精力做出新的分配。

“赛博人”是一个受控的有机体，人寄生于手机上，手机随时使在场的人不在场，又使不在场的人聚拢在一起。人似乎又可以在在场和不在场这两种状态中随意切换。通过手机，人的感知被塑造，人的位置被确定，人的踪迹被记录。这是一个隐私问题，更是互联网通过手机在人身上得以延伸的实在情形。在这延伸过程中，私密性的自我随时面临着被窥视和操控的可能。

基于联网手机的“赛博人”的符号元语言能力来自技术支持。换言之，“赛博人”的符号元语言能力并非直接基于有机体的生理、心理能力，而需经由技术支持的庞大系统的连续转换，而这一转换之所以给人“面对面”的印象，不被普通人察觉，乃是因为转换系统的高速运行和隐藏性。如网络管理协议中最著名的开放系统互连参照模型（Open Systems Interconnection Reference Model）划分了七层网络系统，绝大多数时候，用户只会注意到这一链条最顶端的应用层框架，因为它负责日常事务的处理，比如收发邮件，或者服务器和机器之间的文件传输。但是在这一框架之下还有六层框架——表示层（Presentation）、会话层（Session Layer）、传输层（Transport Layer）、网络层（Network Layer）、数据链层（Data Link Layer）和实体层（Physical Layer）。它们压缩数据，以便于将其通过网络的物理硬件传输，并尽可能少地混杂噪音，确保其在终端得以解码。（盖恩，比尔，2015，p. 18）这意味着通过移动媒介连接的网络符号的发送与接收以图1的方式进行。

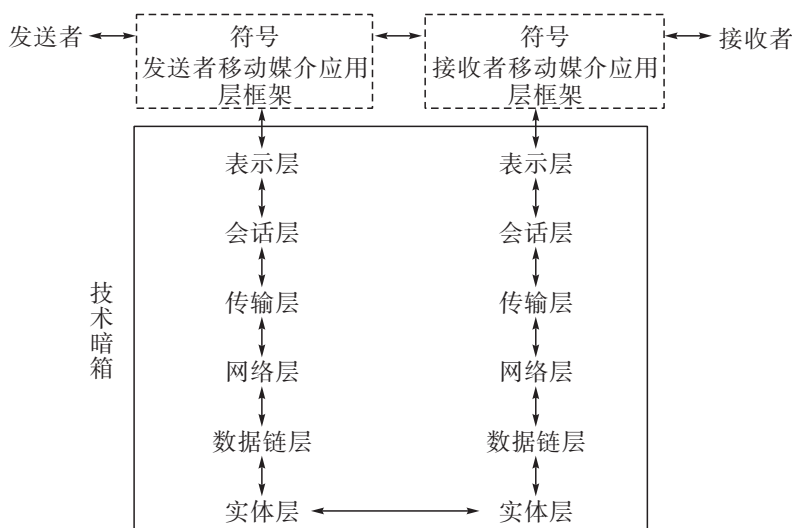


图1 网络符号的发送与接收

表面上，发送者与接收者的符号交流基于移动媒介实现，即虚线显示的展示在应用框架层的简单交流，实际上交流必须经由下面实线连接的路线进行，最终的真实连接发生在实体层上。这就是说，在可视化的界面应用框架之下有一个巨大的技术暗箱。虽然 Web 2.0 时代将网络的主导权交予个人，但这仅仅意味着接收者也同时有了充当发送者的机会，角色分界线消解，但网络交流的最终实现仍基于实体层。手机助推的人的普遍赛博化，意味着大量的信息符号都以如此的途径进行流通，即“赛博人”大部分的交流处于技术的监视及控制之下。个体的各种手机使用行为理论上都是能被记录和监测的，根据这些数据去推测、判断一个人的身份及偏好也是完全可能的。“现代技术继续技术的解蔽本性，但造成的却还是一种不断强化的解蔽—遮蔽循环。”（杨大春，2003）如 2017 年年底流行的支付宝账单给了每个人一个美好的新年预测，如果没有互联网大数据技术，普通人恐怕很难了解自己一年中都将钱花在了什么地方，所以这种账单其实也通过移动互联手机给予人反思性审视，这是移动互联手机对人的自我进行的解蔽，然而这种解蔽同时再次将自我在不知情的情况下纳入控制之中，使其进入新的遮蔽状态。

移动互联手机在自我技术方面的管控能力也在迅速提高，人们用手机来记录运动的步数，甚至测心律等，人对自我的认识经由特定手机软件而更为精确，然而，这不过是福柯所言的自我技术的变本加厉的发展。“但在自我技术的发展中，其间的知识性和解释性成分不断增加，道德规范的力量不断强

化，逐步以正确取代真实，或者说真理被迫在正确的话语中、正确的行为中体现出来，于是出现了知识和道德对于自我关怀的遮蔽。”（杨大春，2003，p. 51）技术的发展会增加控制的力度，这种趋势早在刘易斯·芒福德和海德格尔那里就得到了洞察，虽然彼时尚无电脑和互联网。“赛博人”会让基于技术的控制无处不在、无所不在。这种控制主体是深谙技术原理的人员，而他们背后可能会有权力的驱使和管制，也可能会有资本的诱惑和限制。

物联网、网络计算与云计算、虚拟现实及3D技术与网络的结合，将会使“赛博人”调取使用信息更为便捷，更趋于通过网络去理解所有信息，将所有信息放入网络存储。这就意味着，当作为“赛博人”的“我”所拥有的一切都可以或者必须网络化之后，“我”也跟着发生了变化，包括经验自我中的物质自我部分。如图恩所言，“我们脆弱的感觉需要支撑，而这种支撑来自拥有和占有财产”（Tuan, 1980, p. 472）。财产与人的自我感觉关系密切。当“赛博人”通过手机终端去管理自己的财产，联系自己的朋友，构建自己的虚拟身份时，身份的多重组合与自我的重塑便开始了。而这种重塑并不仅仅是抽象层面的，还包括具体物质方面的建构，比如手机号与银行卡捆绑，进而再与其他应用软件捆绑，其实就将人的自我等同于手机号，因此盗取一个人的财产不再需要通过原来的如持刀抢劫那样的方式，而只需要掌控其手机号，即获取对其手机号码的绝对使用权。在这种一步步加深的符号依赖中，作为有机体的人的主体性很容易被操控。因为“手机—人—网络（物）”的连接，人普遍赛博化，同样，因手机身份的识别（手机号被掌控），个人的私有财产被侵占。财产被侵占会直接导致“赛博人”生活水平的降低，造成严重后果。“赛博人”因而置身于网络风险中，即如福柯所言的“全景敞视监狱”之中，人的自我成为手机之“物”促逼的对象。

三、手机对人的自我的驯化

人经由感觉而体验和理解世界。“赛博人”感觉的方式和渠道不同，所以接触到的世界也不相同。换言之，自我构建所需要依赖的他者不同，因而自我也不同。目前，手机改变人的自我并不仅仅因为手机成为一种异己力量来控制人，更在于它经常被用作一种感知获取媒介，进而逐渐成为人的“有色眼镜”，成为人们感知世界的必需品，从而规定“默认常规”，其他不合常规的体验都会被排挤、边缘化，甚至消失。信息技术日益成为人生存于世的必需技术，而“技术是我们认知世界和与世界联系的一种技术路线的结果，技术会通过特殊的方式让世界显露出来”（刘丹鹤，2009，p. 60）。显露出来的

世界是经过手机调节的世界，这种调节比之其他技术的调节更加隐蔽化、日常化，即手机在使用中退隐自身，呈现出信息。

手机与人形成一种粘连关系，在这种关系中，人看似是主导，手机是“为人的”。然而，手机改变我们对世界的知觉，我们的注意力大量集中于手机上，我们通过手机认识的世界和不通过手机认识的世界已经有了不同，两种知觉方式提供给我们的是并不相同的“现象界”。这种改变虽然并不突兀，却在一点一滴持续进行，正如“忒修斯船”，当船板被一块块逐渐替换直至所有的船板都被换掉时，“自我”虽然仍旧保持了同一性，但已经和过去的“自我”有了巨大的不同。经手机的中介，人感知到的物理世界不同，接触到的人际社会不同，与社会打交道的方式也不同，既有的知觉和感觉逐渐消退，重获的是互联网和手机赋予的新的知觉。人的自我认识的三个来源——物理世界、社会世界和内部（心理）世界（布朗，2015，pp. 78—88）都发生了改变，我们通过物理世界感知自己的方式在发生改变，同理，我们进行社会比较、理解他人对我们的反馈性评价的方式也在发生改变。在手机联网之前，我们进行社会比较的对象和我们借以形成自我的他者可能主要来自周围的朋友，而在手机联网之后，这种比较的范围则大幅度扩展，远远超出了周围朋友的范围，甚至根本是另一个圈子。由此，人的内省、自我知觉和认知归因也在相当大程度上依赖手机和大数据。

胡塞尔认为，自我的构成可以放在意识的横向和纵向构造中去理解，“横向构造的结果一方面是对象极连同周围世界的形成，另一方面是在反思的目光中作为纯粹自我的自我极的形成”（倪梁康，2009，p. 52），纵向构造则是指由非对象自我到对象自我的形成。在目前移动互联网阶段，手机在使用者的横向意识构成中发挥着极其重要的作用：对象极连同周围世界的构成大多是经过了手机过滤的；在借由反思的目光构成的纯粹自我极一端，手机可以充当反思的工具。从意识的纵向构成来看，虽然目前移动互联手机覆盖的低龄人群较少，但是诸如电话手表之类的穿戴设备使移动互联手机向低龄群体覆盖的势头强劲，其推力来自监护人想更多地掌控孩子的欲望，也来自孩子们想通过这种方式构建自己的朋友圈的努力。这种向低龄群体覆盖的态势将移动互联手机镶嵌进人的生命历程和自我建构历程，人关于自我的记忆也将大部分来自网络和手机。

自我借助移动互联手机获得了更多的机会去与自己喜欢的人建立联系，并在这种联系中确认自我。这种联系是运用符号进行的社会交互，随着手机“赛博人”的成形，“手机自我”成为自我的主要构成。“‘我们’是谁取决于

我们身处何方以及我们在和谁接触。”（布朗，2015，p. 155）移动互联手机一方面可以将我们带入网络空间情景，另一方面也可以用于线下场景，前者让自我构成更加多样化，后者则将包括财产在内的自我纳入一个更大的网络中。自我在网络空间的表现将人塑造成具有特定角色的人，扮演这一特定角色的行动又将角色意识内化。自我由各种身份集合而成，而身份通常需要社会确认，这种确认通过符号化行为来完成。移动互联手机为这种符号化行为提供了更多可能，作为“元符号动物”的人类借助手机获得了更多的机会来进行自我多重角色的展演。物理世界和人际关系世界通过手机呈现于人面前，尽管这种呈现也可以通过其他的方式完成，但在诸种技术工具中，手机因为与人的细镶嵌化关系而使呈现更为便捷。因此，手机与世界构成了一种如美国技术哲学家唐·伊德所说的“解释关系”，手机将包括人际关系世界在内的各种世界变成数据流，而不能或不方便以数据呈现的世界将被去掉、省略和缩减。手机以自己的方式重整世界在人面前的呈现。由于人永远不可能去认识“物自体”，所以，假如人们总是不由自主地通过手机认识世界，那么手机对世界的解释就会变成确定的、唯一的。由此，手机完成了对人的“驯化”。

媒介与人的关系，也可以在“驯化”的意义上理解。在媒介诞生之初，为了便于普通人使用，专门的技术人员对媒介进行驯化，使之更容易掌握，但当其进入日常生活之后，每一个普通人要使用媒介，就必须遵从媒介规定的方式，人的思维会朝向媒介运行设定的模式与方向运行。人当然可以为了不听从媒介的召唤而舍弃它，但当一种媒介已经普遍被人使用时，人就不得不按照它运行的需要去行动和思维，即被驯化。移动互联手机在驯化人上表现卓越，让人们以其设定的方式去重新审视世界、打量自己、重构自己。“手机的功能设计充分考虑到使用者的感知和需求。人们接触手机的整个过程都在专家的设计、测评、反馈之中，个体的实践体验实际上被专家所控制。”（徐琳琳，王前，2017，p. 136）手机上网让手机成为人的器官的综合延伸，人成为“赛博人”，进入“后人类”状态，通过手机实现自我的延伸，同时也趋向于通过或主要通过手机符号建构自我。

由此，主体一方面拥有利用手机重新规划自己、拓展自己，甚至改变社会的可能；另一方面又无时无刻不面对着一个有可能通过技术而窥探和控制自己的暗箱，面临着将自己所拥有的一切网络化后因为手机或手机号码的丢失从而丢失自我的风险。人越来越沿着手机所设计的方向发展自我，这便是手机对人的驯化。这是一个由手机用户、技术人员、手机网络的提供者和管控者，以及手机技术本身的逻辑等多种力量互相作用、共同协商的过程。对

□ 符号与传媒 (19)

青少年人群使用手机上网的调查分析显示,“使用手机上网的群体自我控制能力较低,主观幸福感与一般青少年一致”(梅松丽,柴晶鑫,2013,p.78),虽然这个结果只针对青少年人群,但却提醒了我们手机在驯化人上拥有着强大能力。

引用文献:

- 布朗,乔纳森,布朗,玛格丽特(2015).自我(王伟平,陈浩莺,译).北京:人民邮电出版社.
- 范红霞,孙金波(2017).自拍:美颜盛世下的景观剥夺:基于社交媒体自我表达的社会性别考察.新闻爱好者,12,24-27.
- 盖恩,尼古拉斯,比尔,戴维(2015).新媒介:关键概念(刘君,周竞男,译).上海:复旦大学出版社.
- 海德格尔,马丁(2005).演讲与论文集(孙周兴,译).北京:生活·读书·新知三联书店.
- 刘丹鹤(2009).手机媒介的现象学思考.求实,S2,59-61.
- 李娟(2017).论社交网络中的符号身份.载于曹顺庆,赵毅衡(主编).符号与传媒(第15辑),151-161.成都:四川大学出版社.
- 李允熙(2016).个人、对话与爱.载于曹顺庆,赵毅衡(主编).符号与传媒(第12辑),6-25.成都:四川大学出版社.
- 梅松丽,柴晶鑫(2013).青少年使用手机上网与主观幸福感、自我控制的关系研究.中国特殊教育,9,78-83.
- 倪梁康(2009).“自我”发生的三个阶段:对胡塞尔1920年前后所撰三篇文字的重新解读.哲学研究,11,51-59.
- 彭兰(2015).场景:移动时代媒体的新要素.新闻记者,3,20-27.
- 斯考伯,罗伯特,伊斯雷尔,谢尔(2014).即将到来的场景时代(赵乾坤,周宝曜,译).北京:北京联合出版公司.
- 汪民安(2015).论家用电器.开封:河南大学出版社.
- 维拉德-梅欧,维克多(2002).胡塞尔(杨富斌,译).北京:中华书局.
- 徐琳琳,王前(2017).后现象学技术哲学视野中的手机依赖现象探析.大连理工大学学报(社会科学版),4,134-138.
- 杨大春(2003).反思的现代性与技术理性的解构.自然辩证法研究,2,48-53.
- 邹智贤,陆俊(2001).论网络“自我”.求索,1,84-87.
- 赵毅衡(2016).第三次突变:符号学必须拥抱新传媒时代.天津外国语大学学报,1,67-68.
- 赵毅衡(2016).符号学:原理与推演.成都:四川大学出版社.
- Haraway,D.J.(1991).*Simians,Cyborgs,and Woman*.New York,NY:Routledge.

Greenfield, A. (2017). *Radical Technologies: The Design of Everyday Life*. Brooklyn, NY: Verso.

Tuan, Y. (1980). The Significance of the Artifact. *Geographical Review*, 4, 462-472.

作者简介：

王小英，博士，暨南大学中文系教授，硕士生导师，研究方向为文学符号学、比较文学及网络文化。

Author:

Wang Xiaoying, Ph. D., professor of Chinese and Literature Department, Jinan University. Her research fields are semiotics of literature, comparative literature and Internet cultural study.

E-mail: wangxiaoying19820@163.com