

身份危机背景下微信的盛行原因探究

——一个符号学解读*

薛晨

(四川大学 文学与新闻学院,四川 成都 610064)

摘要:自2011年问世至今,微信作为用户增速最快的手机应用,已成为当下最炙手可热的社交应用之一。互联网为人们的身分选择提供了无尽的可能性,因此由于人们身份的过于复杂多变而导致身份危机的产生,使得自我的确立遭遇危机。而微信的出现和盛行缩小了人性中向上或向下变异的趋势,使得当代社会人的身份意识得到一定程度的稳定和掌控,从而成为人们缓解网络时代身份危机的一种有效方式。

关键词:微信;文本身份;身份危机;自我还原

中图分类号:I0-02;G20 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-5981(2015)03-0101-05

微信是腾讯公司于2011年推出的一款定位于即时通讯和社交工具的移动互联网应用。截止2014年第一季度,微信的总活跃用户数量达3.96亿。根据微信官方数据,不到4年时间,微信已累计了8亿用户,公众号数量超过687万,日均增长1.5万。在2013年内微信在整体网民内的覆盖率达到61.9%,超过微博和社交网站的覆盖率,而社交网站和微博大量流失的用户中分别有32.6%和37.4%的用户是转移到了微信中^{[1]14}。微信成为迄今为止用户增速最快的手机应用,创造了国内外互联网领域的全新发展记录。本文将以此为出发点,试图通过符号自我理论来解释微信是如何作用于当代社会人的自我意识的改变,从而使得使用者对微信产生如此强烈的使用偏好,成功从社交媒体竞争激烈的互联网时代中脱颖而出。

一、网络时代的身份危机 身份,是与对方、与符号文本相关的一个人际角色或社会角色,对于任何符号表意,都有相应的身份问题。^{[2]81-89}身份是自我在进行表意活动时所选择的一种面具,我们通过所佩戴的面具来演出着我们自己以及我们在社会中的角色,并以此来向观众展示我们是谁。在同一场合中,由于表意的各种解释需要,一个人的身份多样且永远处在变化之中。赵毅衡认为一个人在舞台上就至少有六种身份:我认为我是的那个人(“自我”),我希望人家以为我是的那个人(“面具”),导演以为我是的那个人(“演员”),导演要用以展示符号文本的那个人(“角色”),观众明明知道我是某个人(我的名字代表的人),但是被我的表演所催动相信我是的人(进入角色的人格)^{[3]343}。在互联网中,在同一虚拟交流场合,也对应存在以下身份:线下我的“自我”身份,线下我的“面具”身份,线上我的“演员”身份,线上我的“角色”身份,我真实的名字代表的人的身份,我进入角色的人格身份。诸如在facebook,人人网等基本以实名方式注册的网站,为人们进行“本色”演出提供了较大的可能性,因此他人不仅可以通过“面具”来认识到线下我希望成为

的身份的同时,也可以透过“角色”来了解我在线上演出后的身份。而在天涯社区,豆瓣小组等网站中,基于匿名性的特点,人们会希望能够获得与“自我”不同的另一层的虚拟身份,那么其“演员”身份或其“角色所体现出的人格身份”则会更多的被他人关注,因此,在网络中的同一场合中也存在以上六层身份,但是在具体的表意过程中,在特定语境下,一个或几个身份会成为主导身份。

在整个现代社会语境下,人所能采取的符号身份极为丰富,除了性别身份、社群身份、民族身份、心理身份等,在互联网时代,每一个网络居民在进行表意活动时所能够采取的网络身份呈现出更为变动不居的趋势。符号表意行为是发生在两个充分的自我之间,表意活动双方只有在相互承认对方的基础上,表意与解释才得以进行。因而承认对方的“他者”自我,才是自我的确立条件。“他者”的身份多种多样,所以我们在面对每一个“他者”时所需要采取的身份也多种多样。在网络世界中,匿名性和弱连接式人际网络极大地拓宽了人们的交际圈层。我们所面对的“他者”较之现实世界而言数量庞大,且“他者”身份更是变幻莫测、纷繁复杂,因此面对不同的“他者”,每个人所选择的网络身份要比原本现实世界中的身份呈现出更加复杂多变的特征。可以说,互联网为人们的身分选择开启了无尽的可能性。

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,自我暂时由身份代替。^{[3]340}网络时代人们能够采用的身份过多而泛滥、变动剧烈,这使得自我的确认始终处于一个复杂多变,难以确立的状态。身份在此时非但不能对自我确立承担责任,反而将自我抛向了混乱无序之中,从而在造成身份危机的基础上并最终引发自我的确认危机。解释意义的不在场是符号过程的先决条件,互联网时代身份符号的泛滥,恰好说明了人们对自我稳定性的不懈追求,以及在这求而不得后产生

* 收稿日期:2015-01-30

作者简介:薛晨(1988-),女,山西太原人,四川大学文学与新闻学院博士研究生,四川大学符号学与传媒学研究所驻所研究员,主要从事传播学与符号学研究。

的普遍自我焦虑。网络赋予人们身份选择项过多,不断变换和更新的身份导致自我在不断的被重塑,稳定感的缺失把人们推向普遍的焦虑之中,如“屌丝”一词一经出现就受到热捧,众多网友以自称屌丝为乐。其背后所反映出的正是稳定的身份这个解释意义的不在场,网络上人们由于自我定位的茫然而产生一种社会普遍自我焦虑,自我处于无序而漂浮状态。那么,基于此,以下将讨论微信是如何作用于自我意识的改变,从而成为缓解网络时代的自我危机的有效方式。

二、微信中的身份与符号自我 在微信中的表意活动是通过诸如一条朋友圈消息、点赞或评价,一段文字或语音对话等等符号文本构成的一个完整的符号表意体系。每一个符号文本都具有其文本身份,否则文本无法表意。而文本身份有关却不同于发出者身份,是文本与伴随文本背后的“文化身份”、社会地位、或体裁范畴。而在任何文本中,各种文本身份能够集合而成一个“拟主体”,只要表意文本卷入身份问题,文本身份就需要构筑一个作为价值集合的“隐含发出者拟主体”,即隐含作者^{[3] 363}。在微信中,人们在选择发出或转发一条消息时,正是出于作为文本的隐含读者对于该文本的隐含作者的认同。

解禁照片?对日本态度原本中立的我看了很震惊,是中国人你就转!中华民族不可辱,强我中华,壮我中华。文以载道,富于精武。灭了狗日的……国家再怎么发展,也别忘国耻……请大家看完后转发到朋友圈。这个没有任何奖励。纯粹是一种良知。请大家接力下去。让我们所有中国人,都铭记这个耻辱、国恨。

以上这种意动性(conative)^{[4] 169-184}文本是微信文本的主要类型之一。所谓意动性,即当符号表意侧重于接受者时,符号出现了较强意动性,促使接受者做出某种反应。宽泛地说,意动性是微信文本的本质特征。由于同时兼具社交媒体功能和即时通讯工具功能,因此微信的最基本功能便是互动,在开启微信,发出任何一条微信文本的时候,可能是一段对话,可能是朋友圈一条图文信息,或转发一个公共账号的信息,均是在强烈的暗示接受者做出具体的行动。以上这条消息由名为“品味人生”的公众账号发出,在微信中已被点击超过10万次,点赞8000余次。这种意动式的信息微信中常常可见。在这个文本中,文本意图传达得非常清晰,是企图让人们通过阅读文字和图片唤起对日本的同仇敌忾的爱国情怀,发出者的“意图定点”定位准确,瞄准了此类群体:群体成员均颇具民族情怀,情绪易被文字感染,对于国家归属感强烈。因此这个微信文本的文本身份就被规定为具有某种倾向的政治身份。对于这个文本的真实作者已无从查证,因此,文本的隐含读者在文本阅读后决定进行转发,正是出于作为隐含读者对于这条文本的文本身份的认同,同时也是对于文本的隐含作者的认同。而真正造就此类微信文本被大量转发以致形成一种现象的原因,就在于,由于因中日历史问题而对抵制、仇恨日本的人在现实中数量庞大,因而这个符号文本所定位的解释群体在微信中也大量存在,认同此微信文本的政治身份的隐含读者数量也就不可计数,大量的转发、阅读也就由此而来。与此类似的微信消息如:

今天是地藏王菩萨圣诞,看到8秒就转发,家里有前四位的请

转,特等:属虎的属猴的,第一名:属狗,第二名:属羊,第三名:属猪的,第四名:属鼠属牛的。保佑全家平安!健康!顺利!心诚则灵!

出事了!出事了!常州和周围的城市都出事了!大家一定要互相转告,有几个人拿着香皂,到人家里去推销,等你一闻,一两分钟的时间,你就晕过去了,他就把值钱的东西拿走了,一定要转发并告诉家里亲人和身边的人。爱心传递加油!

以上两条意动性文本其内容分别代表了两类较为常见的微信内容类型,分别为呼吁转发为家人送祝福,或传播耸人听闻的新闻。这两类文本的所瞄准的解释群体均定位明确,或为心理距离接近的亲人朋友,或为地理距离上接近的同城生活的乡亲父老,因此这两个文本的文本身份也被贴上“亲友”或“所属地域”的身份标签。与此类似的文本可以轻易唤起微信中大多数人的身份认同感,凭借这样的身份的通行证使得此类信息在微信中得以大肆传播。

可以说,微信中传播的内容问题及其造成的风靡现象均可归因为文本身份问题,人们在通过这些微信文本塑造着自己,同时也使得微信中朋友透过这些文本身份窥见着自己。因此在微信中,正是通过一个个符号文本身份最终合成了微信中的“符号自我”。文本身份之于自我的意义在于,文本身份可以影响自我的符号结构和位移^[5]。文本身份是微信中的符号自我形成基础,文本身份存在时间向度位移和纵向位移两种位移趋势。从文本身份的时间向度的位移来看,罗伯特·威利(Robert Wiley)在《符号自我》(*The Semiotic Self*)一书中认为符号自我是自我意识到的一种“主我—你—客我”的系统,在时间上,分为当下、过去、未来三个阶段,从符号学而言就是“符号—对象—解释项”。其中过去我(past self)是被当下我(present self)阐释的符号对象,而未来我(future self)则是符号的解释项,它不停地接受当下我对过去我的阐释,来形成不断更新的未来我^[5]。而在微信中,人们总是通过采取各种符号文本身份来对过去我进行或肯定或否定的阐释,来形成不断更新的未来我。如每逢年末,在朋友圈中,年终总结类消息成为出现频次较高的信息类型,人们会在朋友圈发布文字去总结过去一年自己的得失感悟,例如:

这一年经历的种种,也有所感悟。以前坚信,做事要有毅力要专一,要紧着一口井挖肯定会挖到水;现在也坚信,但是运气好时也许会挖到石油,运气差时也许会挖出臭水。总结一下,该坚持的还是要坚持,对于70后来说坚持有时是一种美德,有时却少了一种绝决,一种突破。人生的阅历就是要一点点经历,一点点感悟。

以上这条微信朋友圈信息及本文所有微信信息(除公共账号信息外)均在征得作者同意后摘录。以上这则微信文本将过去、现在与未来三个时间向度编织在一起,过去我做事坚定但思维简单,但缺乏变通,当下我在对过去我在试推的过程中,对过去我一方面进行了强化认知,认为过去我的坚持与坚定仍旧是美好的品德;另一方面不断地对过去我的错误进行自反性的思考,同时对文本身份进行意义矫正的解释,在反思的基础上颠覆了过去我,认为在坚持正确的同时,需要为人生创造突破,以此来形成当下我。因此,在基于对过去我的试推过程后,当下我正采用一种更积极、更具反思性地进行文本身份的肯定、否定、再肯定的过程,以超越的方

式来形成更新的未来我。因此在微信中的文本身份对微信文本结构的变动具有相当的影响力,未来我永远悬而未决的,依赖当下我与过去我的反思性对话来进行阐释。而过去我如果没有未来我作为其解释项也就不具备任何意义解释的可能。符号自我结构的三个部分:过去—客我—对象;当下一主我—符号;未来—你—解释项,在微信中的自我全然按照此结构被呈现出来,在通过不断反思过去将自己投射向前,并以此认识了自我、培育了自我、实现了自我。文本身份除了时间向度的位移,还存在纵向的位移。因此,以下将重点探讨微信中的文本身份如何进行纵向的向上及向下还原,以及纵向还原对微信中自我意识产生的影响。

三、微信中的上下还原 在威利看来,自我充满了社会性、对话性和自反性,是一个充满弹性的符号化阐释过程。^{[6]303-306}符号自我有两个向度的还原,其中自我位于中心,并朝向自我之上和之下两个方向进行还原。其中文本身份可以促使自我向上进入到人际互动、社会组织、社会文化层面,也可以促使自我向下落进物理的、非符号性的层面。^[7]微信中同样存在文本身份迫使自我在上下两个向度进行还原,并在此过程中不断对微信中的自我意识进行塑造。

(一)低风险的向上还原: 向上还原,是将以自我为中间位置向上位移,从而脱离自我,进入到人际、社会组织和社会文化层面,从而使得自我得以丰富化、理想化、充满了社会意义。

在自我的互动还原层面,对应自我的“主我—你—客我”模式,互动层面具有“本我—他我—我们”模式,即在不同“自我”之间进行的交互主体性的互动,在我与“他者”的范畴内,一种面对面的人之间的符号关系。微信作为一款即时通讯类应用,其主要功能是语音聊天和文字聊天功能,据中国互联网信息中心统计,网民使用微信功能中,语音聊天和文字聊天分别占到91.8%和90.4%,分列第一、第二位^{[1]25}。微信正是为自我互动还原提供了绝佳的载体,为人们提供了一种虚拟的“面对面”的互动平台,为自我在互动还原层面提供丰富、畅达的通道。

表一 微信强弱关系

关系类型	关系方	添加方式	功能
强关系	亲人、朋友、工作关系、同学等	手机通讯录、QQ好友	文字/语音/视频聊天、发送图片、共享位置、朋友圈、接收离线QQ消息、接收腾讯微博动态、领英动态、公众平台、游戏、购物、钱包等
弱关系	网友、陌生人等	雷达加好友、扫一扫、摇一摇、漂流瓶、查看附近的人	

按照格兰诺维特提出的人际关系理论中人际网络分类,表一将微信中的人际网络关系分为强关系和弱关系两种,强关系指的是个人的社会网络同质性强^{[8] 1360-1380},即交往的人群从事的工作、获取的信息趋同,并且人与人情感联系紧密

的人际关系,如:亲人、朋友、同事、同学等;弱关系指的是个人的社会网络异质性较强,交往对象可能来自各行各业,人与人之间没有太多情感维系,如:陌生人、网友、明星等。而根据中国互联网中心提供的数据来看,微信中的强关系联系人出现的比重高于微博和社交网站,朋友、同学出现在联络人名单中比例高达90%以上,同时亲人比例在80%以上,而弱关系联系人出现比例均大大低于50%。^{[1]27}由此可见,微信中的人际关系网络正是以强关系为主的人际网络。同时,微信为用户提供群聊功能,类似的,在朋友圈中通过为每一位朋友设立不同的标签,标签作为一种指示符号可以对微信中所添加的人进行分类以维持一种人际关系的秩序,使得微信中的关系方的强弱关系在从极强至极弱这个范畴内进一步细分,当人们发布一条朋友圈信息时,可以选择发送给哪一类标签的人,甚至跳出该范畴选择只发给自己。因此,微信中强关系方占主导,而同时又可以**对强关系进行二度强弱关系的划分**,这一系列的能指分节操作导致在朋友圈中人们可选择的“他者”身份趋向固定和单一,大都为生活中具有高度信任感、互相忠诚可信的人。因此在自我与“他者”所采取的文本身份也趋于简单化,同时二者之间的互动也是平等的,人们乐于选择在微信中发布如聊生活、谈感情、分享感悟等分享私密信息,朋友们也会通过评价、点赞等方式来对这些信息做出反馈。此时每一个“他者”都是自我的一面镜子,一个平等的对立面,人们经由一个局外人或者他者的视角来获取反思,自我渴望通过这样的“他者”来看到别人眼中自己的样子即“他我”,并以此来不断更新本我,超越本我。同时,本我与“他我”存在的差异也是为了能够更好地了解本我而存在的,本我进一步对这种差异的反思,才使得我们更加接近真正的自我。在微信中自我的互动层面存在文本身份的简单化趋势,并且为自我的更新和超越创造了契机。

在自我的社会组织还原层面,自我的三元模式发生改变,“集体主动者”代替了“我”,相应地,“集体被动者”代替了“你”,“集体性”代替了“客我”^{[9] 167-176}。自我被集体化,被组织收纳,真正意义上的自我已经不存在了,集体意识成为这个组织中人们集体性的共享意义。在虚拟社群中,社群成员基于归属感和集体认同归属于不同的虚拟社群。微信朋友圈正是网络虚拟社群的一种形式,并且将群体建构视为理所当然的义务,人们在群体中与他人分享、合作、行动,对基于强关系的群体组织内的成员之间高度信任,甚至互惠互利。然而,基于微信朋友圈搭建起来的社群又与一般的社会组织不同,如军队、社会团体等,社会组织有特定的组织目标,制度化的权力结构,普遍的行动规范,明确奖惩机制,对组织成员能够进行有效约束和限制,个体在组织中成为拥有“集体意识头脑”的人。在以上的社会组织中成功地产生一种关于“我们”的感觉,但等级的森严划分是为了更明确的“我们与他们的对比关系”,而非单纯的“我们”的视角。因此,在社会组织层面,本体自我存在被吞噬,个体性面临丧失的风险。然而以朋友圈为代表的微信虚拟社群中,群体行动规范及权利结构阙如,群体成员的群体意识和归属感较为淡薄。网络论坛存在版主,而

微博通过加V的方式来为博主赋予地位和话语权,并改变传统的“媒体—意见领袖—受众”的两级传播模式,通过加V使得博主成为意见领袖跳过媒体这一环节,自己成为信源,粉丝直接从意见领袖的微博中获取信息^{[9]92-96}。而微信却难以找到一个明确的集体主动者。作为群体成员之一的“我”来讲,我既可以作为集体被动者,又可以通过每一次的发言转换为集体主动者,而不同于一般社会组织中成员与组织通常以无人称的方式彼此相连,在朋友圈中,成员之间均有真实称谓,这就缩短了成员间情感距离,集体主动者也不再将集体被动者看成“他们”,而是真实可知的一个个“你”的集合;同样,被动者收到来自主动者的交流信息,并不是将主动者视为“他们”,而是“你”。在文本身份被集体化的过程中,虚拟社群的集体意识却不可能完全接管成员个体意识。

在微信中,公众账号的订阅功能是人们可以选择加入不同的组织的又一种方式。例如作为果壳网的订阅用户之一是集体被动者,果壳网公共账号则成为这个组织的集体主动者,身份相对明确。人们主动选择订阅果壳网,更多的是对果壳网科学、理性又兼具年轻、活力的隐含主体的认同,因此果壳网作为主动者在发出交流信息时所选择的视角是将被动者视为一个个“你”,而非“他们”,企图通过这样的方式拉近彼此距离获得组织归属感。在此,个体性被组织正视,在社会组织层面,微信所搭建的虚拟社群及提供的参与社群的可能性,对个体而言,自我的个体意识不仅没有被集体意识全然吞噬,反而使得自我意识在社会组织层面的还原过程中进一步发展成为可能。

在自我的社会文化还原层面,个体在社会化的过程中,形成社会与文化的人格,拥有了多样的社会身份,并按照社会一致性的要求,努力成为社会的一员,个体的独特性也不断被社会价值所取代,这样的社会化过程贯穿于整个人的一生。至2014年,中国互联网历经整整20年的发展,期间孕育了各种新的文化现象和社会形态,为社会带来了巨大的冲击和发展进步。网络文化呈现出的自由、开放、平民、平等特征对个体意识的塑造产生了不可磨灭的影响。特别是以微信为代表的微时代的到来,微公益、微摄影、微传播的大行其道更是将关注个体,关心个体发展视为己任。自我进入文化还原层面,需要服从于社会价值的一致性,遵循社会的一致规约,但事实是,在微信中,个体的多样性并未因此而被替代,反而得到了更多的强化。作为自媒体的微信,使用者可以依据自己的兴趣、喜好,自主订阅不同类型的公共账号,同时可以在朋友圈转载感兴趣的内容,艺术、财经、媒体、音乐类型多样,定制属于自己的虚拟文化空间。在微信环境下,个体在社会化的过程中,自我意识在网络文化的助推下,更加高涨和觉醒,自我意识越发鲜明。

自我在向上还原的过程中,过分的向上位移也将面临风险,过分上行自我将变成纯粹理性的自我,从而丧失自我的独立性,被集体意识、社会意识所取代。但从微信中自我在以上的三个层面的还原看来,文本身份呈现趋向简单化,变动程度降低,自我在还原中所面临的被吞噬的风险性也大大降低。

(二)有下限的向下还原: 向下还原,主张以自我为中心,向下位移,回到人的本能、身体和直觉中,将自我压缩、退回到远远低于自我的地步,这种运动可以使人摆脱社会的桎梏,恢复人的本性。向下还原可以有诸多形式,如各种生物论、行为主义心理学等。但本论文并不打算讨论所有的形式,这里将讨论向下还原在微信中的具体表现为:

生理需求的满足。当自我以向下位移的方式回到人的身体层面时,人以及包括人在内的一切事物统统被还原为物质,人即作为肉体存在的人,作为物质的人。衣食住行娱等都是人类最基本的生存需求,微信也为满足这些基本需求提供了诸多便利。如微信朋友圈中,关于健康和养生的内容出现频率非常高,如《柠檬水的正确泡法!99%的人都错了》、《食物中的嘌呤含量一览表,转给身边痛风的朋友吧!》等内容阅读量均超过2万次,可见此类信息对受众的强大吸引力。微信中对于生理需要的满足更显著地体现在对于娱乐欲望的满足。费孝通指出:“欲望,食色性也,是深入生物基础的特性”,“欲望—紧张—动作—满足—愉快,那就是人类行为的过程。”^{[10]50}在这一层面中,人的有机体像其他动物一样,被还原为动物,而享乐作为一种基本的生物力量,驱使生物趋向愉悦,避免痛苦。因此,对娱乐欲望的满足,也是对入本能、身体层面的迎合。据统计用户关注公众账号类型中名人明星以42.29%占据第一,用户关注公众平台原因中休闲娱乐以61.29%排在第一位^[11]。同时,微信游戏也成为吸引用户加入微信、持续使用微信的一个诱因。有44.6%和46.4%的用户是因为微信在手机上玩游戏和因为微信才增加玩游戏的时间^{[13]35}。疯狂手指、围住神经病猫这两种基于微信朋友圈平台开发的游戏,一时间风靡微信朋友圈。可见,微信基于对欲望正当性的肯定的基础上,以多功能的方式满足了用户娱乐欲望。

表演欲望的满足。微信中自我的表演行为是将“他者”放置在我的之下的位置,二者处于不平衡的对视状态,自我俯视“他者”,“他者”在表演者眼中仅被看做一个信息的被动接收者。微信朋友圈中秀美食、秀自拍、秀旅行、炫富、炫经历等内容层出不穷。以秀美食为例,在发布多张美食图片的同时配以如“忙碌工作的唯一安慰就是有美美的午后甜点可以吃”这类文字,这类文本呈现出显著的情绪性(emotive),文本在表意过程中更侧重于发送者,并且发送者将接受者置于被动接受者位置,自我此时独自表演,不需要与“他者”展开对话,也不需要通过“他者”来对自我进行反思甚至超越。此处借鉴戈夫曼(Erving Goffman)在“表演论”^{[12]201-228}(dramaturgy)中提出的表演方式,微信中表演行为常体现在以下几类文本中:“神秘化表演”类型的文本,其内容曲高和寡、图片文字意义极不搭配,表演者在此与观众刻意保持距离,从而使得观众对表演者产生神秘感和敬畏感;“理想化表演”类型的文本,诸如人生格言,名言警句等,如“《一日禅》不争、不骗、不闻”,“以他人为镜,常反省自我”,《首富李彦宏说:我欣赏女人这样活着》,表演者力图掩盖与自己理想形象不一致的事实,以便更集中地展现自己的

理想形象;“误解表演”类型的文本,人们在微信中有意进行的误导性表演,例如发布晒名牌、晒豪车等炫富等内容,以此来试图达到理想化表演效果。

但是自我的向下还原中,如果自我过分地朝向信号一反应的本能方向位移,将包括人在内的一切事物都统统还原为有机体、物质,身体仅以物质的方式存在,但却抓不住身体的符号特征,在这一层面,解释项将从三元关系中被摘除,只根据符号一对象二元关系运作,那么在这种层面的向下还原中会逐渐难以捕捉到自我,而自我也将逐渐失去控制能力,自我将不能够对各种身份活动承担全部责任。然而在微信平台中,人们自打开微信应用的那一刻起,就无法避免地参与进自我和他者、与社会的关联之中,微信作为社交媒体的这一基本特性决定微信中自我的向下还原存在着下限,自我想要达到绝对的安然自处、孤独于世的状态几乎是不可能。

四、结语 在任何表意活动中符号的双轴关系必然出现,双轴即聚合轴(paradigmatic)和组合轴(syntagmatic)。罗曼·雅各布森(Roman Jakobson)提出聚合轴又可被称为“选择轴”,具有比较和选择的功能;“组合轴”,又称结合轴,具有邻接粘合功能。自我这个符号文本的聚合轴和组合轴分别是自我的时间向度的位移和纵向的上下位移。在组合轴方面,自我是以过去我一当下我一未来我的文本构成方式呈现出来,而文本的聚合轴上可供选择的身份则从自我纵向维度中选择而出,聚合是文本建构的方式,一旦文本形成,就会退居幕后,文本呈现的是聚合操作后的选择结果。在网络中自我符号文本的聚合轴可供选择的身份泛滥,以至于聚合段被无限加宽而难以掌控,选择项无限增多,反而使人显得无所适从,因而导致自我危机的出现。然而,微信中的自我符号文本的聚合段显然为窄幅,身份不论是上移还是下行,其选择范围受限,身份的聚合操作因而简单有序,自我在此范围内得以稳定。因此,网络造成的身份选择焦虑导致选择悖论,出现开放后自动封闭的可能情况,而微信的出现则促使人们情愿交出手中的选择权,放弃大而无当的选择自由,反而重回简单有序的聚合操作中去,投身微信中以缓解身份一自我危机造成的自我的混乱、游离和崩溃。

在网络时代,由于身份过于复杂而导致的身份危机的背

景下,微信的出现成为人们逃离身份危机的一种方式。在微信中,人们获得了对于自我的控制感和安全感,自我可以至上还原到与组织、与社会一致的层面,从而获得集体归属感、认同感,却又不会因此丧失个体性;至下自我可以回归到本能层面,摆脱社会规则桎梏,重拾个体性,却也不会因此将自我置于“孤岛”之上从而沦为本能的机器。因此在微信中,符号自我的窄幅聚合轴使得人们的身份聚合操作重回简单有序,而自我因此也在开放后的封闭中重获稳定。然而,这并不意味着微信就此完美无缺,微信日后的技术走向、发展趋势尚不可预测。因此,本文仅就从符号自我理论对微信的盛行进行一次符号学探索,这仅是微信研究的一个侧面。

参考文献:

- [1] 中国互联网信息中心. 2013 年中国社交类应用用户行为研究报告[EB/OL]. 中国互联网信息中心: <http://www.cnnic.net.cn/hlw-fzyj/hlwzxbg/sqbg/201312/P020131225358386313453.pdf>.
- [2] 马文美. 在现实与虚构之间——历史、身份、自我——以符号学为工具考察薛忆沩三篇历史题材小说[J]. 符号与传媒, 2013(1).
- [3] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012.
- [4] 罗曼·雅各布森: 语言学与诗学[M]// 赵毅衡, 编. 符号学文学论文集. 天津: 百花文艺出版社, 2014.
- [5] 文一茗. 身份与符号自我——《黑天鹅》关于身份的命题[J]. 西南民族大学学报, 2012(10).
- [6] 马文美. 评文一茗《红楼梦》叙述中的符号自我[J]. 符号与传媒, 2011(1).
- [7] [美] 诺伯特·威利. 符号自我[M]. 文一茗, 译. 成都: 四川大学出版社, 2011.
- [8] [美] Granovetter, M. The Strength of Weak Ties[J]. American Journal of Sociology, 1973(6).
- [9] 刘中望, 张梦霞. 微博的议程设置路径与用户认知模式的实证研究——基于新浪“热门微博”榜、新闻中心新闻榜的比较[J]. 湘潭大学学报, 2013(5).
- [10] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京: 北京出版社, 2005.
- [11] 速途网. 2013 微信用户行为分析报告[EB/OL], 速途网: <http://www.sootoo.com/content/426426.shtml>.
- [12] [美] 尔文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008.

责任编辑: 万莲姣

On the Reasons of Wechat's Prevalence in the Context of Identity Crisis

XUE Chen

(The Department of Literature and Journalism, Sichuan University, Chengdu, Sichuan 610207, China)

Abstract: Wechat, initiated from 2011, has become the most popular mobile APP and owns the rapist growth rate of users. Adopting the theory of the semiotic self, this thesis endeavors to figure out the root reasons of Wechat's prevalence from a user's perspective. It is found that the usage of Wechat narrows the tendency of self's vertical variation, which makes the identity consciousness of users more stable and provides users an effective way to escape from the identity crisis generated by network.

Keywords: Wechat; textual identity; identity crisis; self reduction