

意识形态“唤问”与自我决定： 数字自我呈现行为的异化根源与出路

黄 慧 韩传喜

摘要:在数字时代,数字自我呈现行为成为人们开展社交互动的另一个基础性环节。然而,在隐性的社交焦虑的影响下,数字自我呈现的内容与个体发生了分离,成为被审视的对象物,并且在本质主义自我观的束缚之下,呈现的内容难以体现出个体的独特性,而人与人之间的社会关系也在同类声音的互换中,面临着丧失对话维度的风险。人们的数字自我呈现行为遭遇了异化的困境。这是由于在大数据、算法推荐等技术因素影响下形成的个体想象和认知中的“泛化的他人”发挥着意识形态的作用,将生动的个体“唤问”为抽象的主体。个体若要从异化的困境中走出来,需要从“泛化的他人”营造的迷雾中清醒过来,自我决定自身的呈现行为,专注于自我的生动性以及呈现行为的动态性,而不仅仅将之视为被摆置的对象物,如此,才能回归其本有的“生生”意蕴之中,获得自我实现。

关键词:数字自我呈现;异化;意识形态;自我决定

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2025)02-0054-09

基金项目:辽宁省教育厅基本科研项目(JYTMS20230644)

在日常生活中,人们一直借助语言、文字、动作、服饰等策略,向他人展示自己,以此在所处的世界中塑造自我形象,维持和更新社会关系,获得价值感与满足感。欧文·戈夫曼将此种行为称作“自我呈现”。根据现实的经验,人们呈现自我的行为通常不是自然而然发生的,往往经过了个体的事先审查,不论这种审查是有意识的预先排练,还是在既往经验的影响下“非意识性的(non-conscious)”^[1]发生的。就像戈夫曼指出的那样,人们在呈现自我时的兴趣“总是在于控制他人的行为,尤其是他们应对他的方式”^[2]。数字社交平台为人们的自我呈现行为,提供了新的场域,而呈现行为本身延续了戈夫曼意义上的表演性质,Robinson 就将数字社交平台中的自我呈现者称为“网络表演者”^[3]。当前,人们在 Meta、Instagram、Snapchat、X、TikTok、微信、微博、抖音、小红书等数字社交平台,通过上传自拍、直播表演、发布 Vlog 视频、表达观点等方式,积极地进行自我呈现,建构数字自我形象。数字社交平台俨然成为人们开展社交互动的另一个基础性环节。

一些学者从数字自我呈现行为中,看到了人们塑造自我形象、获得自我实现的新的可能性。Schau 和 Gilly 认为人们的数字自我呈现行为“摆脱了身体、所有权和邻近性等物质限制,揭示了创新的自我呈现策略”^[4]。这些在数字社交平台中摆脱了物质限制的自我呈现行为,在 Bozkurt 等看来既有理想化的倾向也保留着现实的成分,人们经此更可能获得自我实现。^[5]这种自我实现还体现在人们通过数字自我呈现行为获得的情感支持方面,杨逐原和郝春梅认为人们通过主动在数字社交平台上披露自我,加强与特定关系的人群的定向交流,会产生内在的情感支持,这有助于抵消在自我呈现行为中由于向上进行社会比较而产生的社交孤独感。^[6]但是,另外一些学者却并不支持上述观点。Wynn 等认为人们不能脱离社会现实的限制呈现自我,他们质疑这种观点,即“互联网通信通过改变社会身份的基础而改变了文化进程,并提供了替代现实,取代了日常同步话语中的社会基础”^[7]。并

且,除了社会现实的影响之外,人们的数字自我呈现行为还受到其他外部因素的影响。正如 Puusalu 说的那样,“个人可以自由地在网上创造、交流和认可他们想要的任何东西,但他们的动机是获得认可的需求,而资本主义制度则对这种需求是否得到满足进行监管”^[8]。在这些外部因素的影响下,人们的数字自我呈现行为还面临着李洁等指认的“场景斥力”,“受众复杂化和平台过度商业化导致朋友圈交往场景产生‘斥力’”,“这种‘斥力’不仅消解了用户的身份意义,也消释了用户信息行为的意义”^[9]。这些现实境遇,提醒我们对数字自我呈现行为中存在的问题予以观照。聚焦具体的呈现行为,可以发现这些问题涉及呈现的内容、呈现的行为、呈现时的自我、呈现时与他人的关系四个方面,这与马克思的异化劳动理论具有一致性。

一、数字自我呈现行为中的异化困境

根据马克思的异化劳动理论,工人在劳动中面临着四个方面的异化,可以概括为物的异化、自我异化、类本质异化和社会关系异化。当前人们在数字社交平台中呈现自我时面临的问题,与马克思的异化劳动理论中揭示的四个方面具有一致性。

首先,在数字社交平台中,人们自我呈现的内容不仅不属于呈现者,反过来还决定着人们未来的呈现行为,随着人们越来越重视数字自我呈现行为,这些与人分离的呈现内容,也越来越影响和宰制人们的呈现行为,人们的数字自我呈现行为面临着主客关系颠倒的问题。在马克思的异化劳动理论中,物的异化揭示的就是人与自身所创造的东西之间主客关系的颠倒,即工人创造的劳动产品与工人的分离以及对工人的统治,也正是马克思所言的“工人对劳动产品这个异己的、统治着他的对象的关系”^[10]。当人们在数字社交平台中呈现自我时,这些呈现的内容便以数据的形式存储在平台之中,人们正是基于这些数据内容塑造数字自我形象、建构社会关系的。然而,现实地看,人们却很难实际占有这些呈现的内容。一方面,人们自我呈现的内容通常只能在各自所属的平台中加以展示,比如,微信中的形象与 Meta 中的形象就很难完全彼此互换,这在一定程度上意味着人们丧失了对自我呈现内容的所有权,这种丧失所有权的现实,尤其显现在人们对于数字自我呈现内容的管理和控制上,当人们通过隐藏、删除等措施,管理这些存储在平台中的呈现内容时,人们很难确证是否能够彻底掌控或删除这些内容。另一方面,这些存储在数字社交平台中的呈现内容,还可能成为大数据分析的对象,通过分析,形成了多种具有强针对性的个性化信息,这些信息又被数字社交平台重新推送给呈现者,在此过程中,人们自我呈现的内容成为平台获取资本积累的生产资料,而这些推送给个体的个性化信息,又很有可能影响其未来呈现自我的倾向。

其次,人们在数字自我呈现行为中面临的物的异化,与呈现行为本身的异化相关。在马克思那里,物的异化源于自我异化:“产品不过是活动、生产的总结。因此,如果劳动的产品是外化,那么生产本身必然是能动的外化,活动的外化,外化的活动”^[10]。由此来看,人们与其呈现内容之间主客关系的颠倒,亦源自呈现行为本身的异化,即马克思意义上的自我异化。根据马克思的异化劳动理论,自我异化即工人生产活动的外化,这种外化揭示了工人与其劳动之间的分离,表现为劳动本身蕴含的外在强制性,在此情景下,工人并非自觉自愿地参与生产活动,“他的劳动不是自愿的劳动,而是被迫的强制劳动”^[10]。当前,数字社交平台不仅囊括了传统的社交方式,而且还产生了“点赞”之交、“搭子”社交等新型社交场景,社交场景的普遍化,实际上隐含着人们需要、并且要经常数字社交平台呈现自我的社交强制。这种社交强制同时使人产生两种社交焦虑,一是由危机感带来的社交焦虑,倘若人们疏于数字自我呈现,便很有可能产生与他人脱节的危机感,这种危机感促使人们定期或不定期地在数字社交平台中进行自我呈现;二是在呈现行为中隐含的社交焦虑,正是数字社交平台具有的社交强制性,使人们更加重视呈现行为的结果,在数字自我呈现行为中,人们通常会对呈现的内容加以修饰,以此建立理想化的、想象中他人更可能认可的数字自我形象,这种对于呈现行为结果

的重视,会使人们在自我呈现中产生如何塑造更加完美的自我的社交焦虑。可以说,人们在朋友圈中的点赞、在微博中的讨论、在 Meta 上发布的内容等,都在一定程度上潜藏着这些社交强制和社交焦虑带来的影响。面对此种情境,人们逐渐将数字自我呈现行为视为一种负担,并且逐渐形成了逃离数字社交的倾向,当前,在青年群体中流行的“社交降级”、追求深度社交的趋势,^[11]正是个体主动打破社交围栏的求变之举。

再次,人们在数字自我呈现行为中将呈现的内容甚至自我本身都视为被审视和观察的对象物,这种审视和观察还渗透着本质主义自我观的影响,从马克思的异化劳动理论来看,这显现出人与其类本质的异化。在马克思看来,人作为类存在物,正是通过自由的有意识的生命活动改造世界、塑造自我,这体现出人的类本质,但是,在异化劳动中,人们改造世界、塑造自我的过程不再显现人的类本质,人的自由的有意识的生命活动,降格为手段化的行为,“异化劳动把自主活动、自由活动贬低为手段,也就把人的类生活变成维持人的肉体生存的手段”^[10]。人们将呈现的内容以及自我本身视为被审视和观察的对象物,即将呈现行为本身手段化,而本质主义自我观对呈现行为的影响,则与人的类本质相悖。在具体的呈现行为中,比如发布微信朋友圈、微博动态或者 Instagram 状态时,在多数情况下,人们都会事先考虑上传的照片是否能够获得好的评价、发布的内容是否能够得到广泛的正面的反馈等,为了实现这些目的,人们会在数字社交平台中反复审视和端详呈现的内容,并对其进行一定程度的调整和修饰。这种预先的审视,使呈现的内容、塑造的形象甚至自我本身成为“一种人工制品”^[12],即被审视和观察的对象物,人们据此实现自我呈现的目的,而数字社交平台中流行的各种标准,在一定程度上影响甚至决定了这些“人工制品”的最终样态。数字社交平台中存在多种有关如何呈现自我的标准,这些标准以美颜、音乐、动作、情节等方式显现出来,各种标准共同营造出了数字时代的本质主义自我。通俗地讲,数字时代的本质主义自我,即在数字社交平台中形成的先于具体的个体而存有的、具有普遍性的自我。当人们基于各种标准呈现自我时,就是根据这种本质主义自我来开展和调整自我呈现的行为,这意味着人们的呈现行为被限制在特定的框架之中,这种限制有可能剥夺人们自由的有意识的生命活动的发生空间,使人面临着与类本质发生异化的困境。

最后,人们在数字自我呈现行为中遭遇的物的异化、自我异化、类本质异化,最终导致了人与人之间关系的异化。正如马克思所言:“人的异化,一般地说,人对自身的任何关系,只有通过人对他人的关系才得到实现和表现。因此,在异化劳动的条件下,每个人都按照他自己作为工人所具有的那种尺度和关系来观察他人”^[10]。这种人与人之间关系的异化,在数字自我呈现行为中具体表现为对话维度的缺失,这种缺失又与上述三个方面的异化紧密相关。人们在数字社交平台中呈现自我的核心目的,即稳固和拓展与他人之间的社交关系,因此,人们在呈现自我时通常会展现更加积极的一面,比如,在微信朋友圈中,人们通过记录日常、展示成就、发表观点等呈现行为,致力于建构热爱生活、奋发向上的自我形象,对此,他人一般情况下也会通过点赞、发表肯定性的互动内容等表达自身的反馈。在此过程中,人与人之间的社会关系,显现出可预测性的特征,人们不仅在一定程度上可以预见他人对其呈现的内容持何种态度,而且还能预估出他人进行自我呈现时的倾向,在此情景下,交互双方在呈现自我时多属于同类声音的互换,人与人之间的关系便面临着丧失对话维度的风险。因为对话需要交互双方就共同事物依据各自的视角展开交谈,交谈的目的并不在于达成共识、增强或反对某种观点,而在于交谈行为本身。但是,在可预测的数字自我呈现行为中,交互双方就共同事物达成共识或是呈现行为的首要目的,交谈行为本身反而退居其次。当然,这并不是说人们在数字自我呈现时与他人之间的关系都面临着丧失对话维度、滑向同质化的风险,在数字社交平台中,也存在“圈子化”“部落化”的群体,这些群体之间通常建构的即是差异化和多元化的人际关系,但是,当聚焦各个“圈子”和“部落”的内里时,对话维度的缺失仍旧是令人担忧的重要问题。正如韩炳哲所言,“同质化的恐怖(Terror des Gleichen)席卷当今社会各个生活领域。人们踏遍千山,却未总结任何经

验。人们纵览万物,却未形成任何洞见。人们堆积信息和数据,却未获得任何知识。人们渴望冒险、渴望兴奋,而在这冒险和兴奋之中,人们自己却一成不变。人们积累着朋友和粉丝(Follower),却连一个他者都未曾遭遇。社交媒体呈现的恰恰是最低级别的社交”^[13]。

二、意识形态“唤问”中的数字自我呈现行为

基于上述分析,可以发现,数字自我呈现行为的异化,揭示了人在呈现行为中与自我、自身的行为以及他人之间的关系出现的问题,在此情境下,人们面临着丧失“人之为人的独有质性”^[14]的风险,而导致这些问题和风险的原因,最终指向了决定数字自我呈现行为的外部因素那里。作为在世界之中存在的社会性动物,人与自我、他人、世界处于彼此关联的整体之中,因此,人们难以脱离与其相关的他人和世界这些外部因素进行自我呈现。在彼此关联的维度上,人们在数字自我呈现时,会受到想象和认知中他人看法的影响,这些对于他人看法的想象和认知,又受制于数字社交平台中的大数据、算法推荐等技术因素。在这些外部因素的共同作用下,生动的个体实际上成了抽象的主体,而这导致人们的数字自我呈现行为走向了异化。

(一)“泛化的他人”支配下的数字自我呈现行为

从本然的意义上来看,人们难以脱离社会关系中他人的影响而存在,正如马克思所言:“人的本质并不是单个人所固有的抽象物,实际上,它是一切社会关系的总和”^[15]。人们在数字社交平台中呈现自我时也本然地受到他人的影响。对于个体来说,他人就像一面反映自我的镜子,人“最先是以别一个人反映出他自身。名叫彼得的人所以认识他自己是人,最先是因为他认识名叫保罗的人,是和他自己相同”^[16]。这面“镜子”在人们呈现自我时发挥着重要作用。人们自我呈现的过程,实际上即是内在自我认知予以外在显现的过程,而在通常情况下,他人的观点是形成内在自我认知的重要来源。因此,人们通过自我呈现行为建立起来的自我形象,即基于他人这面“镜子”反映出的内在自我认知。

如前所述,在数字自我呈现行为中,人们通常会预先立于他人的视角审视自身的呈现行为,并据此推测他人对呈现行为可能产生的看法,基于这些他人的看法,人们提前审视、端详和调整呈现内容,可以将有可能破坏自我形象的内容剔除出去。然而,此处的“他人的看法”并非指具体的某一个人的某种看法,而是难以确证他人身份的一般意义上的看法,其中混合了个体的想象以及既往对他人形成的认知。从米德的自我理论来看,此种“他人的看法”,即个体对所属群体持有的一般态度的内在认知,米德将其称为“泛化的他人”。“个体与他自身用语词或表意的姿态进行的内在会话(构成思维的过程或活动的会话)是由个体从‘泛化的他人’的立场进行的……涉及的会话是个体与泛化的他人而不是与任何特定个体进行的会话”^[17]。人们依据“泛化的他人”的一般态度,来决定自身的数字自我呈现行为,最终形成了“最完全意义上的自我”^[17]。

此外,人们在审视数字自我呈现行为时采取的“泛化的他人”的一般态度,又受到技术因素的直接影响。如前所述,在微信、Meta等数字社交平台中,存在多种流行的自我形象建构标准,对于个体而言,这些流行的标准中包含着他人的看法,个体在呈现自我时遵循这些标准,亦是其寻求与“泛化的他人”的一般态度保持一致的直观体现。而流行的自我形象建构标准,实际上受到了平台中的算法推荐、大数据等技术因素的影响。以数字社交平台中的美颜功能为例。各个平台中的美颜功能都设置了“自然”“复古”“原相机”等多种不同的美颜选项,有些平台中还增设了由用户上传的各种美颜模板,此外,除了这些传统的美颜模式,当前还出现了AI写真、AI效果等新型的美颜类型。在算法推荐、大数据等技术因素的介入下,其中的一些成为流行的标准,比如在不同的时期,抖音、微博、Meta等平台中,会流行不同的美颜类型,人们在进行数字自我呈现时往往会选择与流行趋势保持一致。

(二) 数字自我呈现行为与观念的融合

这些在技术因素影响下形成的“泛化的他人”的一般态度,在人们的数字自我呈现行为中,发挥着意识形态的引导作用。根据阿尔都塞的意识形态理论,人们的行为中隐含着他们信仰的观念,他们就是按照自身所信仰的观念来行动的,这些行为受到意识形态机器规定下的仪式的支配,而人们的观念也是从意识形态机器中产生的。“仅就某个主体(某个人)而言,他所信仰的那些观念的存在,是物质的,因为他的观念就是他的物质的行为,这些行为嵌入物质的实践中,这些实践受到物质的仪式的支配,而这些仪式本身又是由物质的意识形态机器所规定的——这个主体的各种观念(好像碰巧!)就是从这些机器里产生出来的”^[18]。由此来看,在人们的数字自我呈现行为中,也包含着规定其行为并且被其信仰的观念,这些观念从技术因素影响下的个体想象和认知中他人的看法中产生出来。但是,在具体的呈现行为中,人们实际上很难觉察“泛化的他人”所产生的作用,当人们依据“泛化的他人”进行数字自我呈现时,实际上将呈现行为以及自我放置“在看不见的、无形的‘瞭望塔’中被监视”^[19]。换句话说,“泛化的他人”以显而易见的方式发挥着意识形态的引导作用,这种显而易见所映射的恰恰是意识形态作用的隐而不显。正如阿尔都塞所言:“意识形态的特性就是把显而易见的事情当作显而易见的事情强加于人(而又不动声色,因为这些都是‘显而易见的事情’)”^[18]。

“泛化的他人”所发挥的隐而不显的意识形态引导作用,体现在个体持有的观念和实际的行动之间具有的一致性上。对于大多数人而言,数字自我呈现行为是自发自觉的。相较于现实世界,数字社交平台不仅为个体建构社会关系打开了另一个世界,人们得以通过数字自我呈现行为来维持、扩展、更新既有的社会关系;而且还赋予个体自由地建构自我形象的权利,人们可以在一定程度上逃离社会角色、身份地位等的影响,自由地建构自身所偏好的自我形象;此外还为人们重建自我形象提供了广阔的空间,一方面,那些对现实中的自我形象不甚满意的个体,可以在数字社交平台中建构内心更加认可自我形象,另一方面,当人们不认可那些已经建立的数字自我形象时,还可以采取隐匿、删除等方式重塑自我形象。在数字自我呈现的过程中,当人们以想象和认知中他人的视角审视呈现的内容并予以修饰时,实际上即认可前者所携带的内容;当个体向数字社交平台中流行的形象标准靠拢时,亦是遵从后者所规定的内容。可以看到,人们在数字自我呈现时显露出来的自发自觉性,揭示出其呈现行为与所持有的观念之间具有一致性。

在这个过程中,人们很难感知“泛化的他人”对自我呈现行为带来的潜移默化的影响。人们通过微信朋友圈发布生活动态、通过微博或 Meta 发表个人见解、通过抖音短视频上传“玩梗”视频等,这些呈现行为通常被呈现者视为自发的,尽管在呈现过程中人们需要衡量“泛化的他人”的一般态度,但对于呈现者来说,这些呈现行为归根结底出自其自身。从这个角度来看,人们在数字自我呈现时显现出的自发自觉性,实际上以表面上的自由主动掩盖了被“泛化的他人”引导和限制的现实。这正如人们难以感知到数字自我呈现行为中存在的“隐性剥削”一样,“用户的‘自我呈现’行为,不管是直播表演还是上传自拍,不管是短视频发布还是评论点赞,其信息文本生产都将以流量或注意力(时间)的形式体现,成为给网络平台无偿生产的情感数字产品,这些产品只要卖给广告客户,就能创造可观的经济价值”^[20]。“泛化的他人”对人们的数字自我呈现行为的影响同样隐而不显。当然,这并不是说人们的数字自我呈现行为都处于自由的幻象之中。在具体的数字自我呈现行为中,由于人们需要如此多的预先步骤来掌握呈现的内容,比如修饰照片、选择照片的可见范围、斟酌照片与想象和认知中的他人的看法之间的符合程度等等,因此,在数字社交中出现了社交倦怠的现象,人们越来越疲于在数字社交平台中进行自我呈现,转而自发选择降低自我呈现的频率。除此之外,人们还会主动选择将数字自我呈现的内容与现实自我形象在一定程度上保持一致,以避免因二者差异过大而产生的心理焦虑,Young、Smith 和 Batten 就在研究数字社交平台中人们自我形象的真实性问题时发

现,个体时常关注数字自我形象与现实形象之间的相关性,“如果人们认为她们看起来和 Instagram 上的照片完全不同,她们会感到羞愧”^[21]。这些倦怠现象与内在忧虑凸显了人们在自我呈现行为中主动与“泛化的他人”之间保持距离的倾向,但是,这种做法同样很有可能落入另一种隐而不显的意识形态的影响机制之中。

(三)生动的个体被“唤问”为抽象的主体

在“泛化的他人”显而易见的影响下,个体被“唤问”为如此这般行事的主体。这正是阿尔都塞指出的意识形态发挥作用的机制,“所有意识形态都通过主体这个范畴发挥的功能,把具体的个人唤问为具体的主体”^[18]。由于在意识形态“唤问”下的主体中包含着事先确定的内容,正如各种各样的社会角色中包含的社会期待那样,因此,被“唤问”的具体的主体,实质上最终指向的却是抽象的主体。在此意义上,生动的个体在数字自我呈现行为中被“泛化的他人”“唤问”为抽象的主体。

“泛化的他人”能够将生动的个体“唤问”为抽象的主体的前提,即个体要承认此种“唤问”,承认功能“是意识形态的两种功能之一”^[18]。如前所述,人们的数字自我呈现行为与其所持有的观念之间具有一致性,其中,隐含着个体承认“泛化的他人”所赋予的观念的内涵。正因如此,在数字自我呈现中,人们将想象和认知中他人的看法,作为事先检验呈现内容的标准之一,并且,数字社交平台中流行的自我形象标准,成为人们自我呈现时模仿和靠拢的参照尺度。在此过程中,生动的个体听从“泛化的他人”的“唤问”成为抽象的主体。

呈现者的抽象性,体现在人们自我呈现的具体行为中。对于个体而言,建构自我形象的标准和“泛化的他人”的一般态度一样,均不指向某个具体的人或者某种具体的内容,而是归属于某种种类,诸如前文提到的美颜标准等。人们据此进行自我呈现时,即依据抽象的形式建构自我形象,摒弃了自身具有的其他面向。这意味着人们本有的生动的自我,被隔离在数字社交平台之外,保留下来的是被切割后的、束缚在标准框架之中的自我形象。比如,在抖音等短视频平台中,人们根据美颜标准展示自我形象时,就将自我形象限制在了“自然”“复古”等美颜模式之中,经此呈现出来的仅仅是一个标准化的、抽象的自我侧面,人们很难将不符合美颜标准的内容展现出来,因此,这种抽象的侧面难以体现个体的独特性和丰富性。此外,一些研究发现,人们的数字自我形象与现实世界中的形象存在分离,Suler 认为:“当人们有机会将他们在网上的行为与面对面的生活方式和身份区分开来时,他们就不会那么容易受到自我呈现行为带来的伤害”^[22]。此时,数字自我形象与现实自我形象出现分离。造成二者之间分离的原因之一,即呈现者从生动的个体转变为了抽象的主体。更进一步说,人们据此开展的社交互动行为,实质上受到了抽象的形式和标准的限制,由此建立起来的社会关系亦显现出抽象的性质,这削弱了人与人之间社交互动和社会关系的生命力。

三、自我决定下的数字自我呈现行为

在个体的数字自我呈现行为中,“泛化的他人”属于外部影响因素,正是在外部因素的影响下,个体的呈现行为陷入异化的困境。这种外部因素在个体的数字自我呈现行为中发挥的作用,在一定意义上属于海德格尔批判下的“常人”对于此在生存的影响。根据海德格尔的观点,由于此在向来与其他此在、周围世界共同存在,因此,此在向来“处于他人可以号令的范围之中”,此处的“他人”,不是指确定的某人或某些人,而是无法确定的中性的东西,即“常人”^[23]。在“常人”的左右下,此在陷入了公众意见之中,这些公共意见抹平了此在的个性与差异,同时也卸除了此在选择行动后需要承担的责任,“此在就这样无所选择地由‘无名氏’牵着鼻子走并从而缠到非本真状态之中”^[23]。举例来说,如果我们的生活和工作仅仅为了符合社会期待中的一些抽象标准,比如,社会期待中暗示的更高的社会地位与更值得过的生活之间的关联,那么,这样的生活和工作实际上并不是由个体自我决定的,相反,个体是被外在力量牵引着前行,这些外在力量即海德格尔意义上的“常人”,在此情况下,我

们很可能陷入非本真状态之中,在这样的状态中,我们很难从生活和工作中获得自我价值、实现自我意义。

人们在“泛化的他人”的影响下呈现自我,即是服从了“常人”的号令,在号令的指引下,个体仿佛无所选择也无需选择如何呈现自我、呈现自我的何种方面,相反,个体在一定程度上甚至主动交出了自我决定自身行为的权利。换句话说,在外部因素的影响下,个体难以自我决定自身的呈现行为,显现出了人之存在的非本真状态。在海德格尔那里,自我决定与“此在的本真性能在”相关。海德格尔认为,“此在的本真性能在”需要决心,决心是此在的本真的展开状态,是“缄默的、时刻准备畏的、向着最本己的罪责存在的自身筹划”^[23]。这种决心让此在从“常人”中收回自己,“从常人自身的生存方式转为本真的自己存在的生存方式”^[23]。从“常人”中“收回自己”需要决心,而“决心只有作为领会着筹划自身的决定来‘生存’”,“决定恰恰才是对当下实际的可能性的有所开展的筹划与确定”^[23]。基于这个角度,可以说,此在的本真性能在发生在自我决定之中,这种自我决定本身向着此在的本真状态展开。由此来看,对于个体而言,自我决定自身的行为,预示着一种本真性的存在方式,这种存在方式决定了个体能否获得自我实现。

Rahel Jaeggi 的异化批判理论与之具有一致性。在其著作《异化:一个社会哲学问题的现实性》中,Jaeggi 指出,异化即人与自我、世界之间建立的缺乏深度关联的单调、干瘪、萎靡的关系,即“无关系性的关系”^[24],人们想要克服异化获得自我实现需要满足两个条件,一是自我决定自身的行为,这意味着自身的行为不能被外在标准和期望所决定,并且,这些行为不仅具有客观的意义,而且人们认可这些行为的意义;二是行为具有亚里士多德意义上的内在价值,也就是说,自身的行为不能仅仅成为满足某种目的的手段,我们追求的目的是为了目的本身。^[24]基于此,当人们在上述外部因素的左右下进行自我呈现时,在一定程度上意味着其服膺于外在标准和期望所形成的幻象中,放弃了自我决定的权利,尽管这些外部因素在发挥作用时,以表面上的自发自觉掩盖了其中蕴含的强迫内涵。在此过程中,人们听从“泛化的他人”的“唤问”从生动的个体转变为抽象的主体,即是将呈现行为本身转变成了实现外在目的的手段,比如,通过反复调整和修饰呈现的内容,以期获得他人的点赞和肯定,或者,通过遵从数字社交平台中的潮流趋势,以期获得一定的经济效益,等等。可以看到,在异化的数字自我呈现行为中,人们难以自我决定自身的行为,因此也无法以本真性的存在方式获得自我实现,但是,自我实现又关乎人们的自我价值和自我意义,因此,人们需要自我决定自身的呈现行为,如此才能打破异化的困境。为了做到这一点,人们需要从“泛化的他人”营造的迷雾中清醒过来,专注于呈现行为本身,而不仅仅将之视为被摆置的对象物,如此才能自我决定自身的行为,获得自我实现。

这种自我决定数字自我呈现行为、为了呈现行为本身而行动的追求,最终指向的是人与人之间社会关系的“生生”之意。“生生”一词源于《易·系辞》,包含两重含义,一为万事万物处于变化之中,且变化久而不息;二为万事万物的变化有规律可循,也就是由正而反、由反而正,正反喻指万事万物的显与隐、在场与不在场,显隐会通的关键在于,在具体事物中将二者结合,能在当前在场的东西中见到不在场的东西。^[25]《道德经》中所言,祸兮,福之所倚,福兮,祸之所伏,即是此理。我们可以从日常的社交互动中,体悟到这种“生生”之意。当我们就一部文学作品或电影与他人进行交流时,我们对之形成的“立体的审美体验”^[26]可能与他人传递的审美体验之间很难实现一致,但是,彼此却可以在对话的过程中延展视野、丰富体验。在这个过程中,我们不会将自我呈现的内容与呈现行为彼此分离,也不会将之视为与“我”相对的对象物而极力追求掌控这个对象物,相反,我们一直处于自我呈现的过程之中,在此,作为呈现者的我们是生动活泼、具有生命力的个体,而我们的呈现行为显现出了开放性、动态性和生成性的特征,经此而发生的即是“生生”的社会关系。这正是自我决定自身行为、为了呈现行为本身而行动的意义所在。据此反观人们的数字自我呈现行为,在“泛化的他

人”的影响下,抽象的主体在一定程度上将呈现内容、呈现行为、自我以及他人视为被掌控的对象物,尽管这种掌控属于外部因素决定意义上的掌控,这不仅使人们难以体会到人际交往中的显隐之变,而且很难在变化中感悟到人本身以及自身建立的社会关系的生命活力。因此,对于个体而言,在数字自我呈现行为中,出于自我决定的立场开展呈现行为,并且专注于呈现行为本身,或许是开启非异化的数字社交的关键一步。

参考文献:

- [1] 安东尼·吉登斯. 现代性与自我认同:晚期现代中的自我与社会. 夏璐译. 北京:中国人民大学出版社,2016:33.
- [2] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现. 冯钢译. 北京:北京大学出版社,2008:3.
- [3] L. Robinson. The Cyberself: the Self-ing Project Goes Online, *Symbolic Interaction in the Digital Age*. *New Media & Society*, 2007, 9(1): 93-110.
- [4] H. J. Schau, M. C. Gilly. We are What We Post? Self-presentation in Personal Web Space. *Journal of Consumer Research*, 2003, 30(3): 386.
- [5] A. Bozkurt, C. -H. Tu. Digital Identity Formation: Socially Being Real and Present on Digital Networks. *Educational Media International*, 2016, 53(3): 153-167.
- [6] 杨逐原,郝春梅. 微信使用中的孤独感研究——基于多重中介比较模型的视角. *新闻与传播评论*, 2022, 5: 37-51.
- [7] E. Wynn, J. E. Katz. Hyperbole Over Cyberspace: Self-presentation and Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse. *The Information Society*, 1997, 13: 297.
- [8] J. Puusalu. Overconnected, Under-engaged; When Alienation Goes Online. *University of Exeter*, 2018: 293. [2018-09].
- [9] 李洁,郑玉馨. 场景斥力:朋友圈用户从活跃转向潜水的机理研究. *新闻与传播评论*, 2024, 1: 24.
- [10] 马克思. 1844年经济学哲学手稿. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译. 北京:人民出版社,2014: 51; 50; 50; 54; 54-55.
- [11] 管健. 青年深度社交模式的特质与塑造. *人民论坛*, 2024-09-18.
- [12] B. Hogan. The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 2010, 30(6): 377.
- [13] 韩炳哲. 他者的消失. 吴琼译. 北京:中信出版社,2019:4.
- [14] 刘京希,邓曦泽,曾军. 数智时代的人文危机与“新人文”建设. *河北大学学报(哲学社会科学版)*, 2024, 1: 18.
- [15] 马克思. 马克思恩格斯全集第三卷. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译. 北京:人民出版社, 1960: 5.
- [16] 马克思. 资本论. 郭大力,王亚南译. 上海:上海三联书店,2009:15.
- [17] 乔治·米德. 心灵、自我与社会. 赵月瑟译. 上海:上海译文出版社,2005:122; 121.
- [18] 路易·阿尔都塞. 论再生产. 吴子枫译. 西安:西北大学出版社,2019:361-362; 366; 368; 367.
- [19] 王明玉. 人工智能时代的数字自我. *中国社会科学评价*, 2023, 3: 27.
- [20] 何双百. 基于社交媒体平台上“自我呈现”的批判性思考. *编辑之友*, 2023, 2: 89.
- [21] G. Young, M. Smith, J. Batten. “Social Media Makes It Inevitable to Feel Bad about Your Body”: Examining Self-presentation and Body Image of Young Collegiate Females. *Youth*, 2022, 2(3): 225.
- [22] J. Suler. The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 2004, 7(3): 322.
- [23] 海德格尔. 存在与时间:修订译本. 陈嘉映,王庆节译. 北京:生活·读书·新知三联书店,2014:147; 308; 339; 308; 340.
- [24] R. Jaeggi. Alienation. Trans. by Frederick Neuhouser and Alan E. Smith. *New York: Columbia University Press*, 2014: 1; 207.
- [25] 张世英. 进入澄明之境:哲学的新方向. 北京:商务印书馆,2022:117-118.
- [26] 韩传喜,楚艳艳. 数字时代网络文学生产的时空逻辑与审美生成. *求是学刊*, 2024, 6: 162.

Ideological “Interpeller” and Self-determination: The Sources and Outlets of Alienation of Digital Self-presentation Behavior

Huang Hui (Dalian University of Technology)

Han Chuanxi (Dongbei University of Finance and Economics)

Abstract: In the digital age, the act of digital self-presentation has become another foundational aspect of how people conduct social interactions. However, under the influence of implicit social anxiety, the content of digital self-presentation is separated from the individual and becomes the object of scrutiny. Under the constraint of the essentialist self, the content of the presentation fails to reflect the uniqueness of the individual, and the social relationships between people are at risk of losing the dialogic dimension in the interchange of similar voices. People’s digital self-presentation behaviors suffer from the dilemma of alienation. This is due to “the generalized other” in the individual’s imagination and cognition, formed under the influence of technological factors such as big data, algorithmic recommendations, etc., playing the role of an ideology that “interpelle” the vivid individual into the abstract subject. If individuals want to get out of the predicament of alienation, they need to wake up from the fog created by “the generalized other”, self-determine their own presentation behaviors, and focus on the vividness of their own selves as well as the dynamics of their presentation behaviors, rather than just considering them as objects to be placed. In this way, it is possible to return to the original “sheng sheng” (unceasing generating) meaning underlying the act of self-presentation and achieve self-realization.

Key words: digital self-presentation; alienation; ideology; self-determination

■收稿日期:2024-09-27

■作者单位:黄 慧,大连理工大学人文学院;辽宁大连 116024

韩传喜,东北财经大学人文与传播学院;辽宁大连 116025

■责任编辑:刘金波