

从“人”到“赛博格”： 技术物如何影响日常交往行为？

——以耳机为例

徐辰烨 彭 兰

【摘 要】赛博格的产生、发展与技术物有着密切的关联。随着越来越多与人形成紧密关系的技术物的出现，“赛博格”得以从军事、医疗和文艺创作领域进入日常生活中，促使交往主体从“人”向“赛博格”转变。笔者立足于耳机这一具体的技术物，试图揭示出技术物作为交往主体转变的重要因素，如何对人们的日常交往行为产生影响。研究发现，当技术物作为交互对象时，能够对空间进行改造，并让人们获得一种全新的存在方式——“半在场”或“半缺席”；在人际交流中，技术物能够增加交往中的边界，以自身的媒介技术逻辑影响交往行为；而当其作为“赛博格”身体的一部分时，技术物则能够起到展示姿态和反映关系的作用，赛博格的身体得以凸显。

【关键词】赛博格；日常交往；技术物；耳机

【作者简介】徐辰烨，中国人民大学新闻学院博士研究生；彭兰，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，中国人民大学新闻学院教授（北京 100872）。

【原文出处】《新闻界》（成都），2023.4.34～46

【基金项目】中国人民大学“习近平新时代中国特色社会主义思想研究工程”系列研究；中国人民大学2022年度“中央高校建设世界一流大学（学科）和特色发展引导专项资金、中央高校基本科研业务费”支持项目（2022XWTD001）。

人类从“伊甸园”进入“尘世”的那一刻起，就已栖居于技术构造的世界，再难以脱离技术而存活^[1]。从古至今，技术的面貌产生了沧海桑田式的变化，但人类的各种活动却始终嵌入在技术当中^[2]。同时，技术也一直影响着人们的交往行为。

在当今的信息时代，智能手机等各种移动终端与人的联系空前紧密，甚至成为人身体的一部分，尤其在新冠感染疫情时期，智能手机成为出示健康码的必要设备，必须随时携带。诸如智能手环、智能手表等技术物也逐渐进入人们的日常生活中。自此，交往主体发生了根本性的变化，从“人”变为了“赛博格”。

那么，在“我们都是赛博格”的时代里^[3]，交往主体的变动如何影响我们的日常交往行为呢？这正是本文的问题意识原点。

一、赛博格与赛博格研究

（一）赛博格的提出与发展：被忽视的日常生活视角

赛博格一词来源于英文“cyborg”，是“cybernetic organism”（控制论有机体）的合成词^[4]。它产生于上世纪六十年代，美国科学家克莱因斯（Manfred E. Clynes）与克莱恩（Nathan S. Kline）提出的利用可控装备增强人类适应地外环境的思路^[5]。1985年，哈拉维（Donna J. Haraway）在《赛博格宣言》中，将赛博格定义为“一个控制生物体，一种机器和生物体的混合，一种社会现实的生物，也是一种科幻小说的人物”^[6]。由此，赛博格不再是曾经那个“运用控制论原理和生命科学前沿成果制造的自控性的半机器半生物的生命复合体”^[7]，而是意味着一系列界限的打破：人类与动物、有

机体与机器、身体与非身体等^[8]。任何将演化的与被制造的、有生命的与无生命的混合在一起的有机物或系统在技术上都被视作赛博格^[9],人类与智能机器的结合也成为后人类研究者共同的主题^[10]。可见,从这一概念产生至今,技术物都在其中扮演着重要的角色。

目前对于赛博格的研究主要集中于三个方向。首先,赛博格概念的出现暗含着美苏冷战时期美国争夺太空的愿望,带着强烈的军事色彩^[11]。从早期的带着渗透泵的小白鼠^[12],到后来服务于军事、国土安全 and 环境监测的赛博格龙虾^[13],都体现着赛博格研究的军事渊源^[14]。其次,医学领域同样是赛博格研究的重镇,“已配备医疗装置,像人工心脏或起搏器或义肢,或者为了存活而依赖于机械装置,像心脏和肺机器的有机体”被认为是“最原初的赛博格”^[15]。医学领域也一直想“超越已知的生物边界”,以应对其面临的一系列挑战^[16],相关研究甚至追溯到了处在胚胎时期的人类^[17]。因此,有学者指出,医疗赛博格可能是最常见、最广泛的人机组合^[18]。在国内对于赛博格研究中,假肢、假牙、心脏起搏器等常常成为解释何为赛博格的例证^[19],这也体现了医学视角在赛博格研究中的重要地位。此外,哈拉维本人对于赛博格的研究带有“后现代”的解构视角,侧重于隐喻层面以推翻人文主义中存在已久的人与非人的二元对立^[20]。相关研究所具备的文化隐喻效用的偏向导致后续的众多研究都侧重于赛博格的文化层面^[21]。带有文化意义的赛博格也成为科幻电影的宠儿,技术超人类、仿真人或人工智能系统、承载人类的意识或基因的机器或生物成为电影中常见的三类赛博格形象^[22]。

正如有学者指出的,科学和工程学(特别是在航空和战争方面)、医学和想象力成为赛博格研究的三个重要部分^[23]。战争中的赛博格、医学中的赛博格和文艺作品中的赛博格成为主要研究对象,而日常生活中的赛博格则被忽视了,缺乏对于赛博格这一新的主体如何影响日常交往行为的考察。这既是由于上述三个视角的巨大影响,遮蔽了这一重要维度,也是当时技术发展水平不足,赛博格在日常生活中的体现不够所致。随着科技条件的发展,智能手机、可穿戴设备等技术物逐渐出现,为研究日常交往中

的赛博格提供了可能。

(二)传播学中的赛博格:缺乏对交往行为的关注

作为一个热门概念,“赛博格”同样得到了传播学者的关注,相关的研究主要集中于两个视角。一是,对赛博格的概念进行辨析^[24],或是对赛博格的概念加以溯源,考察其与传播学之间的关系^[25],从本体和喻体上对赛博格的含义进行指认。二是,由于赛博格形象被广泛运用于文艺作品当中,从文化研究的路径考察科幻电影中的赛博格也非常普遍。在科幻电影中,赛博格身体跨越人与机器、现实与虚拟的边界^[26],出现了诸如“赛博格之眼”的感官增强技术^[27],彰显着赛博格是“人类的必然”^[28]。这些研究给赛博格研究增添了传播学的视角,但停留于概念层面和展望视角的研究缺乏足够的现实关怀,依然无法弥补上文所述的研究不足——赛博格如何与日常生活中的交往行为勾连?

不过,技术的发展终究让赛博格从神话、科幻跨进了现实的门槛^[29],智能手机等设备的引入,使得人具有了一定的“赛博格”的特点^[30]。如果说赛博格的显著特征是“人与非人、有机体与机器、非身体与身体”等界限被打破,那么当前这些与人体紧密相连的技术虽然还不能如同科幻电影般对人进行彻底改造,却已经在一定程度上将“人”改造为“赛博格”:智能手机虽然在物理上并非与人一体,但在实际生活中二者却形影不离,以至于让人实现了“永久在线”与“永久连接”的状态^[31];可穿戴设备同样可以随时摘下,但在客观上却与人保持着紧密的连接,“规训”着人的行为^[32]。因此,随着技术水平的不断发展,各种可穿戴设备不断地普及,越来越多的技术物件与人的联系变得更加紧密,甚至达到了“共生”的程度。从形式上看,这种“共生”直接导致人与技术逐渐“融为一体”,让人变成了技术加持下的“赛博格”。

因此,有传播学者将从赛博格放置于日常生活的视角指出,技术与人的融合塑造出了新型传播主体——赛博格^[33],这种新型传播主体崛起的意义“已经超越了传播学研究领域,它带来了两个方面的重要影响:传播再造了人类之主体;媒介成为人类社会的构成性要素”^[34]。虽然相关的研究确认了“赛博格”成为日常生活中的交往主体,但对主体变动后如何影

响人们的交往行为缺乏进一步的考察。当前的研究仍停留在宏观的“是什么”层面,对“怎么样”问题缺乏进一步的深入研究,这也正是本研究的意义所在。

综上所述,在赛博格研究中,日常生活的视角被遮蔽了,“我们都是赛博格”中的“我们”,并非日常生活中的“我们”;在传播学研究中,虽然有学者注意到了技术发展所导致的交往主体变动,但仍缺乏具体的研究揭示出赛博格作为一种新的交往主体存在于日常生活中究竟对人们的交往行为有何影响。

二、研究对象与研究问题

从“人”到“赛博格”的主体转变主要是依靠媒介技术的发展,想要考察交往主体变化的影响,就必须对促成这一转变的诱因——与人形成紧密联系的技术物——进行详细地考察。因此,笔者以耳机为研究对象,考察其作为促成交往主体转变的技术物,如何影响人们的线下交往行为。

之所以选择耳机作为研究对象,其中有几个重要的原因。首先,也是最重要的,耳机在形式上与耳朵直接相连,在功能上极其重要地参与到使用者的交往行为当中,在被人们佩戴后从技术物变成了和身体密不可分的“电子器官”^[35],促进了交往主体从以肉身为基础的生物人向人机互嵌的“赛博格”的转变^[36],符合本文对于研究对象的要求。其次,虽然智能手机几乎成了大多数人日常生活中的必备工具,但在物理层面并不能与人紧密连接。相比之下,耳机尤其是无线耳机却几乎做到了与人的耳朵“融为一体”,促使了交往主体的“赛博格化”。再次,在一般情况下,视觉与听觉在人际交往中所起到的作用要远高于味觉、嗅觉和触觉,在智能眼镜等作用于视觉的赛博格技术尚未普及的当下,考察能够影响乃至控制听觉系统的耳机成为既有意义也是更加可行的选择。最后,相比于通过低垂眼帘就可以关闭的视觉,人类的耳朵一直是张开的,对于外部信息缺乏拒绝的能力^[37]。由于人类听觉的特殊性,直接作用于听觉系统的耳机对于线下交往行为的影响也可能更为显著。

而之所以要考察线下交往行为,则是因为“赛博格”的出发点是对于人身体的改造。如果关注线上交往行为,则很有可能导致“身体”被遮蔽,从而忽视身体这一赛博格研究当中的基础要素。

因此,为了进一步明确耳机在不同使用场景之下对人交往行为的影响,本研究提出了以下三个基础研究问题:

RQ1:在不同使用场景之中,耳机分别扮演了何种角色、发挥着怎样的功能?

RQ2:作为身体的“一部分”的耳机如何影响了人们的交往行为?

RQ3:人们如何觉察或体验“耳机化”的身体,这种经验方式对交往行为有何影响?

从这三个基础问题入手,最终对一个根本问题进行解答:

RQ4:从“人”到“赛博格”的交往主体变化,如何影响了人们的日常交往行为?

三、研究方法

为了回答上面四个问题,本研究采用深度访谈的方法,以进一步的思辨分析收集到的经验材料。本研究要求受访者有长期使用耳机的习惯,而符合此类特征的人群集中在青年群体当中。因此,笔者通过立意抽样与滚雪球抽样相结合的方法,在18至30岁之间的群体中选取受访者。先从笔者身边长期使用耳机的人群入手,共选取研究对象12名;再经其推荐,找到了7名耳机重度使用者;最终共募集到了19位受访者,其中男性10名,女性9名,年龄集中在18至29岁(表1)。受访者既包含在校学生,也包含已

表1 受访者基本信息

编号	性别	年龄	职业
S1	男	22	博士在读
S2	男	23	硕士在读
S3	男	22	硕士在读
S4	男	22	政府公职人员
S5	男	23	硕士在读
S6	男	22	硕士在读
S7	男	22	智库研究员
S8	女	22	硕士在读
S9	女	23	本科在读
S10	男	23	政府公职人员
S11	男	22	硕士在读
S12	女	23	硕士在读
S13	男	22	硕士在读
S14	女	29	媒体从业者
S15	女	21	本科在读
S16	女	23	硕士在读
S17	女	26	博士在读
S18	男	18	本科在读
S19	女	27	银行职员

经就业的青年人群,尽可能地保证了样本的异质化。

在2022年1月至2022年3月期间,笔者对受访者进行了半结构化访谈。受国内新冠传播疫情的影响,访谈主要以线上的方式进行。在告知受访者访谈目的、访谈数据用途以及处理方式等基本情况后,笔者得到了受访者的同意,对每位受访者进行了30~70分钟的电话访谈。

在进行访谈时,笔者首先了解了受访者常用耳机的特征,如:品牌、颜色、价位等。在此基础上,笔者结合了具体场景对受访者进行提问。针对RQ1,提问主要围绕使用耳机的情境、动机与感受进行,如:“会在什么情况下使用耳机”“此时使用的目的是什么”“使用耳机时会有怎样的感受”等;针对RQ2,问题的设计着重考察耳机与人的整体性,如:“是否会向不太熟悉的人提出借用或共用耳机的请求,为什么”“在线下空间中,你是否愿意和一个戴着耳机的人闲谈”等;针对RQ3,提问则是侧重于人际交往的情境,如:“当你戴着耳机时,看到别人示意有话对你说,你是否会摘下耳机,为什么”“当你想和别人交谈时,是否会直接摘下对方的耳机”“如果你被对方强行摘掉耳机,会有怎样的感受”等。此外,访谈不仅局限于提纲内容,也鼓励受访者进行开放的表达,同时注意对受访者回答内容进行追问。在对16个人进行访谈后,笔者又继续对3人进行了检验性的访谈,访谈中不再有新的信息或范畴出现,符合数据饱和性的要求。

四、研究发现:耳机如何影响线下交往行为

研究发现,在线下交往空间中,当人在佩戴耳机后,就与周围环境形成了一种图示关系:赛博格(耳机的使用者)-其他人。其中,作为赛博格的使用者又是由于身体和耳机的紧密相连所形成的。因此,耳机这一技术物实际上在线下交往时有了三种“身份”:首先,在使用耳机过程中,耳机成为使用者的交互对象;其次,在与其他人发生交往行为时,耳机成为其中的“中介”;最后,由于耳机与人的紧密联系,那么在使用者与耳机结合为一个新的主体后与他人发生交往行为时,耳机成为赛博格身体的一部分。耳机的三重“身份”对人们线下空间的交往行为产生重要的影响。

(一)“拓展”与“隔绝”:作为交互对象的耳机改造线下交往空间

戈夫曼(Erving Goffman)将社会生活描述成了一幕戏剧,每个人参与到许多不同的剧幕中,通过努力学习并遵守复杂的行为规则,完成环境要求、角色要求和观众期待^[38]。在日常生活中,每个人都在努力地维持自己的表演,尊重且至少不威胁到他人的表演。由此,场景依照人们的行为规则划分为“前台”和“后台”,前台是表演之所,带有“公开”的属性,正如餐厅中的大堂;后台是准备之所,带有“私下”的属性,如同餐厅中的厨房^[39]。但梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)则进一步认为,“对人们交往的性质起决定作用的并不是物质场地本身,而是信息流动的模式”^[40]。他还参照戈夫曼在书中常用的餐厅的案例对此进行了说明——如果有一个内部对话在厨房中被曲解地流传,而几位顾客又偶然听到了这些内容,这样即使参与者所处的物理地点或位置没有发生变化,场景的定义也会受到影响^[41]。

人机交互(Human-Computer Interaction, HCI)是研究人、计算机以及它们间相互影响的技术,侧重于对界面的研究^[42]。随着技术水平的发展,人与机器的交互,已经从界面的交互,转向信息甚至情绪、情感的交互,这种交互也在对人类行为产生影响^[43]。同时,其中的“机”的含义也发生了扩展,指代包括计算机在内的各类机器设备,也包括机器人和人工智能^[44]。从这一角度来说,耳机也可以看作人交互的对象,而使用耳机的各项功能则是交互完成的基本方式。由于耳机与人的紧密关系,它成为稳定的交互对象,并且能够对人的线下交往行为产生重要影响。

正如麦克卢汉认为媒介拥有的共同趋势——创造一个全新的环境^[45]那样,在线下交往当中,通过人与耳机的交互,线下空间得以被改造。当人佩戴耳机后,就在一定程度上获得了控制听觉开关的能力,这一点在一些功能齐全的蓝牙耳机上体现得尤为明显。这类耳机常常具有“降噪”和“通透”两种模式,前者几乎实现了听觉和物理空间的断连,在播放音频内容的情况下甚至可以完全实现对物理空间声音的阻隔;后者则能够优先甚至唯一且优质地保持和所在空间的听觉连接。由此,耳机的使用者就能够

将声音与物理空间进行分离,从而“自由选择”自己喜欢的声音^[46]。通过对声音的自由选择,使用者在物理场景相对固定的线下交往中获得了改变信息流的能力,进而实现了对于线下交往空间的改造。

具体而言,这种改造主要分为两种:拓展空间与隔绝空间。对于S9而言,耳机好像是一只温顺的鹿,因为耳机可以通过播客、音乐等内容载着她逃离此刻,去向“远方”。在日常生活中,耳机往往能够拓展线下的交往空间。无论是在漫长的旅途中,还是在无聊的会议或是活动中,耳机都能够帮助使用者逃离枯燥的此时此地,而通往自己感兴趣的远方。因此,几乎所有受访者都会选择在公共交通工具中使用耳机,甚至“路上没带耳机会感觉很难受”(S12);耳机也帮助使用者从无聊的线下活动中逃离,这对于“留着长发的人”尤为方便,因为“长发会遮住耳机,只要保证抬头看前面,就没有人会发现”(S8)。

除了拓展物理空间,耳机还能够在线下的公共空间中营造一个私人空间,实现了对公共空间的隔绝。S12将戴耳机听音乐视作一种新的“冥想”方式,因为她可以沉浸在一个“安静”的私人空间中静静思考。S4也有着类似的感觉,他尤其讨厌一只耳朵戴耳机而另一只不戴,因为这会有一种私人空间破碎的不安全感——“好像自己的房子破了一个洞一样”。

需要说明的是,耳机对于线下空间的拓展和隔绝可能同时发生,一个人在公共交通工具中听歌既是为了打发枯燥的时光,同时也是屏蔽外界的打扰。但无论如何,耳机都通过接受或拒绝信息流的方式改变了线下交往中的信息获取,从而实现了对于空间的改造。这正是人通过使用耳机的功能,进而完成人机交互,最终对线下交往行为产生影响的机制。

(二)“阻挡”与“拦截”:作为交往中介的耳机塑造线下交往边界

在线下交往环境里,当耳机的使用者和他人交流的时候,此时的耳机就成为交流的中介。而由于耳机的双重作用:阻挡外界的声音进入耳朵和拦截由手机等设备发出的声音流入外界,一个新的交往边界也就此形成了。

一方面,许多使用者都反感私人空间被打扰,利用耳机阻挡公共空间中的声音流入私人空间中。在

戴着耳机时,S12非常反感同别人的闲聊,因为“这样要摘下耳机来和对方说话”,迫使她“从私人空间里离开”。19位受访者同时对在交谈时直接摘下耳机的行为予以了否定,其中重要的原因就是这会“无礼地闯入对方的私人空间,并且强行将对方揪出来”(S19)。另一方面,在线下交往空间中,耳机也可以拦截私人空间中的声音不流入公共空间当中,让交往的边界成为“秘密的边界”。S3认为,耳机播放的内容具有很强的私密性,他“很不希望自己在听什么被别人知道了”。耳机塑造的秘密边界同样成为交往中的边界,偷听对方耳机里播放的声音就如同私自翻阅他人手机一样令人反感。正如有的学者提到的,通过佩戴耳机,使用者将有私密属性的声音的扩散范围收束在了自己所能独享的范围,实现了隐私的保护^[47]。

因此,作为交往中介的耳机实际上让人与人在线下交往时有了一层无形的边界。这种边界有阻挡和拦截两重含义:第一,在一般情况下,人们普遍希望自己的私人空间不被外界打扰;第二,人们也不希望私人空间的内容流入公共空间中。也正是因此,19位受访者在不同程度上表达了对“在人流密集的公共场所大声外放手机声音”这种行为的反感,人们既惊讶于外放者为何将如此私密的内容“公之于众”,也厌恶对方的声音粗鲁地闯入自己的耳朵里。如果说中老年人不习惯使用耳机还情有可原,年轻人若将声音外放出来显然是一种“不符合社交礼仪的没教养的行为”(S12)。

也正是由于耳机所塑的边界具有双重含义,不少年轻人利用耳机实现了“反连接”。“反连接”本是形容人们不堪互联网带来的过度连接的重负,所以“在一定的情境下断开那些可能对个体产生过分压力与负担的连接链条,使个体恢复必要的私人空间、时间与个人自由”^[48]。然而,随着越来越多年轻人宣称自己有着“社恐症”^[49],反连接的交往文化也开始从网络空间进入物理空间。对于有“轻度社恐”的S1而言,他并不喜欢在某一物理空间中只有他和另外一个不太熟悉的人的情况出现,此时他“需要和另外一个人聊点什么才觉得符合社交礼仪,但心底里又不想和不熟悉的人打交道”。为了避免这种应该交

流而不愿交流的尴尬,他会主动戴上耳机,假装在物理空间中“离席”。

从这个角度来看,人们利用耳机实现线下交往中的“反连接”,实际上反映出人们对于耳机所塑造的交往边界有了更深层次的理解。此前的“不打扰戴耳机的人”与“不外放影响他人”还仅停留于“承认”的阶段,即维持耳机所塑造的边界;但“反连接”的实现实际上体现出了人们利用边界以达成自己的目标,从“承认”变为了“使用”。这也体现出年轻群体逐渐习惯耳机所塑造的交往边界,适应了耳机在线下交往中扮演的中介角色。

(三)姿态与关系:作为交往符号的“赛博格”身体

在线下交往空间中,当使用者佩戴耳机从而变为人机混合的赛博格后,一个赛博格的身体就出现在了其他人的视野当中。比起“身体消失”的线上社交,线下交往中“语言行为和非语言行为”都非常重要^[50]。有了身体的参与,技术物对于身体的改造也得以被看见,进而对交往行为产生了影响。

1. 耳机表达交往姿态。米德(George H. Mead)将“姿态”放入社会情境中来理解,认为“活动的某些部分对于另一方来说变成某种刺激,使他针对对方这些反应调整自己;而这种调整接下来又变成对前者的刺激,使他改变了自己的活动,并且开始进行另一种活动”,而这些社会活动的开始就是“姿态”^[51]。他还用“狗打架”的例子对“姿态”进行了通俗的解释:当一只狗表现出进攻的姿态时,另一只狗也会调整自己状态应对第一只狗,而这种姿态的转变又会对第一只狗产生影响。最终,任何一只狗的姿态都会对另一只狗产生刺激并引发其某种变化^[52]。

正如斜眼看人意味着轻蔑、手指对方缺乏尊重一样,在线下交往情境中戴着耳机行为也成为表达“某种情绪、某种意义或是某种观念”的“姿态”^[53]。而在符号互动论的意义上,这种姿态往往具有象征性和共享性的特征,最终影响到线下交往^[54]。换言之,当交往主体摆出专注于耳机的身体姿态时,其蕴含的符号意涵就会向同一情境中的其他主体进行传递^[55],无论戴耳机的是“其他人”还是“我”。对于所有受访者而言,戴耳机都或多或少带有“请勿打扰”和“不愿交流”的意思。一方面,人们在线下交往中

会有意识地理解这种符号,甚至将“不轻易打扰戴耳机的人”当作线下交往中的“潜规则”(S1);另一方面,人们也会利用戴耳机的“姿态”给其他人传递“请勿打扰”的信号,S14在办公室午休时一定要佩戴耳机,因为这会让她获得“免于其他人打扰的安全感”。

与佩戴耳机相反,摘掉耳机则让身体呈现出“愿意交流”和“对人尊重”的交往姿态。受访者基本都明确表示会在与别人交流时会摘掉耳机,因为这是“起码的尊重”(S2),甚至有受访者将这一行为生动地理解为“信息时代的脱帽礼”(S18)。摘掉耳机的行为既体现出对于对方的重视,也有鼓励对方交流的意味,因此这一行为带有“愿意交流”的色彩。当然,基于这种理解,当不想和对方交流时,S12也会用戴上耳机的方式希望对方识趣地走开。

2. 耳机反映交往关系。所有受访者都或多或少地认为耳机具有很强的“私密”属性:第一,耳机与耳朵直接接触,佩戴入耳式耳机更是要以塞入耳朵的方式来完成,因此“耳机是一个私人化的物件,尤其是对于有洁癖的人”(S12);第二,耳机播放的内容带有“隐私”的意味,使用者常常并不希望耳机中的声音被人听到(S5)。与此同时,分享耳机往往意味着两个人共同享受耳机中的内容,因而也需要两个人身体的靠近,身体接触也就在所难免。

基于上述两个理由,分享耳机的行为隐含了一种对于两人关系的肯定,受访者更接受与亲人、朋友和伴侣分享耳机,同时不太愿意同不熟悉的人共用耳机。一般情况下,人们也不会贸然向一个不熟悉的人提出共同使用耳机的请求。从这个角度看,共用一副耳机的两个身体实际上表达了二者的亲密关系。

在异性的线下交往中,身体对于亲密关系的表达尤为突出。当两个异性分享一副耳机时,人们很容易认为两人的关系非常亲密甚至是情侣关系(S5)。因此,人们会对于和异性共享耳机的行为非常注意。一方面,受访者会避免这一行为所带来的“暧昧感”(S7),处在恋爱关系中的人对此格外警惕;另一方面,当异性中的一方有推动两人关系的打算时,则会尽可能地促成耳机的分享,利用此时身体所表达出的含义促进两人的关系,以期实现建立或维持亲密关系的目的(S16)。

此外,由于耳机能够与人紧密连接的特点,因此成为“赛博格”身体的一部分,这也使得耳机从普通的物件变为了身体的一部分。在这种情况下,人们在给普通的异性朋友赠送礼物时一般不会选择耳机,因为这样可能“会产生暧昧的含义,让对方会介意”(S17)。这是身体表达交往关系更深层次的体现:作为身体一部分的耳机如果以礼物的方式送出,这种行为本身就有了“身体与对方在一起”的含义,成为亲密关系的表达。

五、结论:主体改变何以影响日常交往行为

(一)作为交互对象的技术物:“新空间”与“半在场”

人与技术物的“融合”是赛博格的显著特征,这让技术物有了第一重身份——交互对象。对于赛博格而言,技术物与人有着紧密的联系,这使得交互行为可以轻易发生。此时人的“纯粹肉体”像是一个“接口”,而技术物则是一个“插件”。身体的“接口”本来能够且必须连接着周围的现实空间,但随着技术物这一“插件”与身体的“接口”逐渐实现了高度的匹配,赛博格取代人成为交往主体,同时获得了两种能力:第一,与现实空间一定程度地“断连”,获得一处私人空间;第二,在互联网已经成为日常生活中基础设施一样的存在后,赛博格通过技术物的插件,获得了连接线上虚拟空间的能力。但无论是私人空间还是线上空间,相较于传统的线下环境而言,都是“新空间”。而更进一步,新空间的出现也让传统的“在场”和“缺席”的二元划分产生了难以适用的感觉。

“在场”是交往行为得以顺利进行的重要因素。在《对空言说》一书中,彼得斯(John Peters)将“亲临而在场”视作尽可能地保证交流质量的唯一途径,赋予了“身体在场”重要的意义,在场(presence)与缺席(absence)相对。“在场”的实现有着两个要素:“主体在场”和“与场发生联系”^[56],但正如有学者指出的,智能手机让“在场而不交流”成为年轻人线下社交的新特征^[57];以耳机为代表的技术物也有着类似的作用:让“在场而不联系”成为线下交往中新的在场方式,从而导致了“主体在场”和“与场发生联系”的分离,为人们的交往行为创造了新的可能。

在技术物的加持下,赛博格处在几个空间的交汇点上,既可以选择与线上或线下的空间相连,也可

以回到自己的私人空间当中,这就是“半在场”或“半缺席”的状态。这种状态介于“在场”与“缺席”之间,是一种“中间状态”,并且可以迅速地转换为其中的一种状态。以耳机为例,当戴着耳机的“我”看到一个人向“我”表示了交流的意愿时,“我”会摘下耳机从“半在场”变为“在场”;当耳机中的一段音乐让“我”着迷或是一段内容夺得“我”的注意力的时候,“我”完全从身体所在的线下社交场景中脱离出来,由“半缺席”变为“缺席”。由此,在技术物的作用下,即使在线下场景中,人们也可以自由地切换交往对象。

未来,随着智能眼镜等其他技术物不断地普及,人的赛博格化将进一步加强。赛博格将更加灵活地控制自身的感官系统,更加自如地在物理空间和虚拟空间“跳跃”,模糊乃至打破物理空间和虚拟空间的界限,“即时性地穿越在分属不同网络中的各种系统中”^[58]。这就让赛博格可以随时保持一种“半在场”或“半缺席”的“中间状态”:既可以跟随技术物,将注意力转入虚拟空间中,从而实现虚拟空间的“在场”而在物理空间里“缺席”;或反其道而行之,在物理空间里“在场”而“缺席”于虚拟空间;抑或沉浸在私人空间当中。赛博格能够根据自身的喜好向“在场”和“缺席”的一端摇摆,从而对其线下交往行为产生影响。

(二)在人际交流中的技术物:从“中介”到“行动者”

长久以来,媒介技术物被视作为“外在于人们生存活动的客观对象”^[59]。但笔者通过对耳机的考察发现,在线下环境中,耳机处在连接“使用者”与“其他人”的中间位置,深度参与到了人的交往行为当中,成为人际网络中的重要一环。从这个角度来看,比起“中介”,对于耳机更为精准的描述应该是“行动者”。因为它将自身的“媒介逻辑”带人线下交往中,以“行动者”的身份对人们线下交往行为产生“媒介化”的影响,“形塑”了人们的交往实践^[60]。而“行动者”一词,更能强调技术对于赛博格交往实践的影响。

眼镜和耳机,这两个分别作用于视觉和听觉的技术物,其本身蕴含着相反的技术逻辑。眼镜让人看得更加清楚,与眼前的世界保持更加紧密的联系;耳机则是堵塞了听觉,带有天然的“屏障”隐喻和“反连接”的属性。以唐·伊德(Don Ihde)的观点来看,前

者是放大的逻辑,后者是缩小的逻辑^[61]。这也让耳机在人际交流中塑造了“边界”而非“通道”,阻碍了交流而不是促进了交流。

从以往的研究来看,对于媒介技术物“行动者”这一重身份的考察却有着明显的不足。这一方面是因为一切技术物本身就有着“隐而不彰”的特性,人们利用其去完成某些目标时,它本身就成为达成效果的工具,成为相应行为的“背景”——“背景的作用是突显出主题,但它本身不是主题”^[62]。另一方面,与人保持紧密连接的技术物是赛博格身体的一部分,由于身体与技术的高度融合,后者的体验逐渐延伸乃至代替了主体的知觉体验,成为主体体验^[63]。在这种情形下,技术物自然成为“透明的”存在。仍以耳机为例,当人们佩戴耳机时,其中播放的内容得到了人们的注意,而物理空间的声音则被人忽视了,于是人们很容易将耳机播放的声音当作所在环境的声音,由此形成了一层听觉边界。而这层听觉边界同时区隔了“我”与“其他人”,成为交往的边界。

因此,对于赛博格这一新主体而言,技术物嵌入人的身体之中,成为人与人交往中的“背景”。在这种“透明性”的背后,则是技术物以强大的逻辑影响人们的交往行为,我们会“越来越将媒介的呈现内容和呈现方式默认为我们自己身体的感知”^[64]。随着技术水平的不断提升,人与媒介技术物的联系范围日益扩大且愈发紧密,人们的感受将受到媒介的更多影响,越来越通过媒介技术物生存而非凭借肉体存在^[65],技术物带来的体验也将逐步地影响乃至代替知觉体验,成为交往主体的体验。

(三)作为身体一部分的技术物:“我们都是赛博格”

如果说“赛博格”的显著特征是“人与非人、有机体与机器、身体与非身体”等界限被打破,那么当前以耳机为代表的技术物虽然还不能如同科幻电影般对人进行彻底改造,但已经让今天的人类具有了赛博格的特征,在一定程度上将“人”改造为“赛博格”。正如唐纳德·哈拉维(Donna J. Haraway)的断言:在当今的时代里,“我们都是赛博格”。人与技术物紧密结合,以至于实现了“共生”的状态。赛博格的身体被凸显出来,由此对交往行为产生影响。

以耳机这个具体的技术物为例。戴上耳机成为使用者“拒绝打扰”的潜台词,摘下耳机则含有尊重对方和鼓励交流的意味。这些动作不需要语言表达,只是通过身体展示,足以影响线下交往时的各种行为。耳机让身体可以表达交往主体间的关系,其中最突出的体现是双方在同时使用一副耳机时所展现出的亲密关系。

人的身体是“最基础的媒介”^[66],新媒体传播则是依赖高度身体卷入的“即兴表演”^[67]。但在线上交往中,身体在很大程度上“消失”了,所以技术物对于身体的改造并不能被很好地呈现。由此形成了在研究新技术时的视野盲区:承载媒介技术的身体都不见了,又如何能完整地说明技术物对于人类交往实践的影响?但在线下交往中,被技术物改造后的身体完全呈现在对方的视野中,赛博格的身体自然也成为重要的表达符号。

值得注意的是,想要实现“我们都是赛博格”,仅仅“我”成为“赛博格”是远远不够的。“我们”意味着要存在于包括“我”在内有一定共同特征的群体之中。当“我”处在线下空间中,他人佩戴耳机的“人机交融”的状态会影响我的交往行为,而当“我”佩戴耳机时,同样会影响他人的行为。媒介隐匿在了人的身体中,与人融为一体,身体被凸显出来成为审视的对象,“我”审视着他人赛博格的身体,而“我”的赛博格的身体也被他人审视着。在不经意间,人们已经默认了自己处在“人人都是赛博格”的时代,这种默认既包含熟练地使用与自身高度融合的技术物件,以赛博格的姿态存在;也包含以整体性眼光观察其他赛博格,技术物和生物意义上的人在今天再难以被分而视之。

因此,交往主体的改变并非是个体层面的,而是走向了一种整体性的社会化过程^[68]。具体到交往行为上,这意味着人们既可以以整体视角装扮自己的赛博格身体,也需要以同样的方式对待作为交往对象的其他人。赛博格的交往主体不再是“人”,而是和人本身一样的赛博格。

六、讨论:赛博格时代的身体、技术与媒介

“赛博格”已然成为传播学中的一个热词,以至于有学者提出了“赛博格传播学”的说法。不可否认

的是,目前传播学对于赛博格的研究才刚刚开始,这集中表现为有关赛博格“是什么”的本体界定研究较多,而关于赛博格“怎么样”的具体分析较少。这些基于实践归纳、概念发展和未来展望的研究也导致目前传播学对赛博格的关注流于浅表,没有将之抽象升华,在一般性的理论层面进行思考:当赛博格成为新的主体,人们的交往行为会发生何种变化?

本文不是要发现一个与赛博格有关的中层理论,而是希望借助赛博格这一概念来启发乃至颠覆既有的“交往”相关的理论。一方面,以往研究显然已经发现了技术对交往行为的介入,但这类讨论往往仍以人为基点,着重强调人的社会性而非技术性;另一方面,学者们对“人-机”或“人-技”关系的讨论也非常成熟,其中当然也会涉及人的交往行为,但这类讨论往往又忽视了社会性。因此,本文是一项基于“人-技术-社会”之关联性来讨论交往行为的探索性研究,其最终的理论关怀在于对“交往”这一古老的社会科学研究中的基本概念进行更深层的思考。从这个角度来讲,本研究从耳机这一具体的技术物出发,初步探索了赛博格对于日常交往行为的影响与“交往”概念的重新认识。

赛博格的本质特征在于打破人类与动物、有机体与机器、身体与非身体等“人与非人”的界限,这也让“人类中心主义”的固有思维得以动摇——随着技术的改造,人已经离“生物人”相去甚远,成为人与非人组成的“混合物”。之于人的交往行为,主体从人到赛博格的变化则让我们不得不重新思考三个重要的话题以及它们之间的关系:身体、技术与媒介。

自身体在传播学中被重新“发现”以来^[69],学者已普遍认同了身体作为“基础性媒介”的作用。赛博格这一新主体的出现带来了一个问题:身体究竟是什么?是肉身,是与人形成紧密连接的技术物,还是二者的结合?当不同技术物与同一肉身结合时,身体又是什么?“模糊人与非人的界限”是赛博格的根本特征,而身体与“非身体”的界限被打破则是其在身体上层面的体现。不同的技术物与肉体结合产生了不同的身体,而随着技术水平的发展,这种组合数量将会变得越来越多,这就让身体具有了“流动性”的特点。

人有身体,且某种意义上人就是身体^[70],当身体

的边界变得“流动”,对“人”这一主体的指认也变得含混,“人类中心主义”自然就遭到了撼动。从这个基点出发,我们继续思考人与媒介——或称之为身体与媒介——二者的关系就会有一些新的发现,其中就包含对于麦克卢汉“媒介是人的延伸”这一经典断言的重思。

从《理解媒介》的内容来看,“人”指的更多的是“生物人”,因此衣服、轮子、道路等都可以是延伸、是媒介。将媒介视作是“人的延伸”,其实本身就是“人类中心主义”视角之下的产物,潜台词也将“人”排除出媒介的范畴。但是,随着“人”这一不言自明的主体与“非人”的界限逐渐模糊,将人排除出媒介范畴的举动也将变得徒劳,再以人作为基点去认识媒介显得既不现实,也不全面。

在这种情况下,彼得斯的判断似乎更加适合我们今天对媒介的理解,当我们不再从人类自身这一视角来审视媒介之后,就会对媒介有全新的认识:媒介本质上就是“居中之物”^[71]。正如上文所提到的,人的“纯粹肉体”将如同插排一样有多个“接口”,各种技术形成的“插件”则会插满这些接口。此时“生物人”就处在中间的位置,成为不同接口间交流的媒介,并在这个过程中让人成为“赛博格”。所以,媒介并非外在于人的存在,生物人本身也是媒介。

这一设想并非仅仅停留在“未来学”的讨论范畴中,而是已经出现在了现实生活当中,医疗健康领域的“闭环胰岛素泵系统”就是一个典型的案例。很多糖尿病患者都有注射胰岛素的需求,“闭环胰岛素泵系统”就是通过搭建起一个“闭环”系统,实现对于注射剂量与注射时间的精准控制。简单来说,就是让人体上的血糖测量仪与胰岛素注射设备相连接,根据实时血糖变化来决定是否注射以及注射多少胰岛素。在这个过程中,生物意义上的身体成为媒介,提供具有“交转性”的“搭桥”作用^[72];而整个闭环系统帮助糖尿病患者实现控糖的目标,从而维护了身体的健康,成为医学意义上的赛博格。

此外,当身体与“非身体”的界限被打破后,人这一“万物的尺度”自然也会产生相应的变化,这也让我们不得不对长期处在“人类中心主义”视角中的技术多一些新的认识。

“爱比米修斯的过失”给人造成了原始的缺陷^[73],这同样让技术成为“无本质”的人后天拥有的“本质”^[74]。在传播学中,技术常被置于中间位置,被视为促成交往的媒介。赛博格这个新的主体却让人不得不重思“技术是什么”这个根本性的问题。通过对耳机的研究,笔者归纳出了耳机作为技术物的三重“身份”:交互的对象、交往的中介和赛博格身体的一部分。在这个过程中,技术既是交往的客体,又是交往的媒介,同时也是交往的主体。由此观之,将技术视作交往媒介的思路显然已经不能在“我们都是赛博格”的语境中适用了,因为媒介只是技术物的三种“身份”之一。

正如访谈中受访者所提到的“触碰耳机就和触碰身体一样”的观点,耳机这一具体的技术物在此时成为身体的一部分,也相应地转变为交往活动中的主体。技术物不再只是外在于人的交互对象与交往中介,这样的角色认识彻底打破了以往的“人-技术”的二元对立。

综上所述,赛博格这一新的主体的出现打破了“人与非人”的界限,冲击了“人类中心主义”的固有视角。在传播学领域,人与技术的边界一旦被打破,身体的界限不再清晰,从而具有了“流动性”的特征;生物意义上的人也具有了媒介的连接属性,而连接功能的实现本身又是对于赛博格这一主体身份的确认。除此之外,长期被视作媒介的技术也经由主体变动有了更复杂的身份,甚至成为主体的一部分,让“人-技术”的二元对立的认识不符合当下的现实语境。

身体不仅是交往主体,也是交往媒介;技术不仅是交往媒介,也可能成为赛博格主体的一部分。这正是新的主体的出现对于“交往”这一古老概念中的经典认识的颠覆。同时,这也告诉我们在对赛博格这个新的主体进行研究时,应该以“赛博格”的视角观赛博格,而不能以“人”的视角观赛博格,因为后者并非前者与技术的简单结合,而是更为深刻、更为颠覆的主体变革。

参考文献:

- [1][2][61]唐·伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2019:48;22;81.
- [3][28]袁海燕.“配戴假肢的上帝”:科幻电影中“赛博格”的身体生成与身份建构[J].当代电影,2019(03):137-141.
- [4]张晓荣.人文主义视野下的 Cyborg[J].自然辩证法通讯,2007,170(04):10-13.
- [5][12]Manfred E C, Nathan S K. Cyborgs and Space[J]. Astronautics, 1960(09): 74-76.
- [6][8]唐娜·哈拉维.类人猿、赛博格和女人:自然的重塑[M].陈静,译.开封:河南大学出版社,2016:314.
- [7]阮云星,高英策.赛博格人类学:信息时代的“控制论有机体”隐喻与智识生产[J].开放时代,2020(01):162-175+9.
- [9]Chris H G. Cyborg Citizen: Politics in the Post-human Age[M].New York: Routledge, 2000: 2.
- [10]凯瑟琳·海勒.我们何以成为后人类[M].刘宇清,译.北京:北京大学出版社,2018:3.
- [11][24]李国栋.“赛博格”概念考辨[J].文艺理论研究,2021,41(05):131-139.
- [13]Kevin M, JanH, LenkaH, et al. From “cyborg” lobsters to a pacemaker powered by implantable biofuel cells[J].Energy & Environmental Science, 2013(06): 81-86.
- [14][23]Chris H G. The Cyborg Handbook[M].London: Penguin, 1995: 3.
- [15]Sue S. Cyborg Cinema and Contemporary Subjectivity [M]. New York: Palgrave Macmillan, 2005: 44.
- [16]Orive G, Taebnia N, Dolatshahi-Pirouz A. A New Era for Cyborg Science Is Emerging: The Promise of Cyborganic Beings[J].Advanced healthcare materials, 2020, 9(01).
- [17]Sarah F. The Cyborg Embryo Our Path to Transbiology [J]. Theory, Culture & Society, 2006(23): 167-187.
- [18]梁永佳.所谓“赛博格人类学”[J].西北民族研究,2021(04):78-87.
- [19]李伟.从身体美学视角看“赛博格身体”的逻辑生成及身份建构[J].广州大学学报(社会科学版),2022,21(03):105-118;欧阳灿灿.“无我的身体”:赛博格身体思想[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2015,51(02):60-66.
- [20]Rae G. The Philosophical Roots of Donna Haraway's Cyborg Imagery: Descartes and Heidegger Through Latour, Derrida, Agamben[J]. Human Studies, 2014, 37(04): 505-528.
- [21][26]樊祥. 克拉里媒介理论视野下的赛博格形象误区[J].中国图书评论,2022(04):41-52.
- [22]李冰雁.从“赛博格身体”到“元宇宙”:科幻电影的后人类视角[J].广州大学学报(社会科学版),2022,21(03):119-127.
- [24]李国栋.“赛博格”概念考辨[J].文艺理论研究,2021,41(05):131-139.

- [25]田秋生,李庚.传播研究中“赛博格”的概念史——以及“赛博格传播学”的提出[J].新闻记者,2021(12):3-16.李冰雁.从“赛博格身体”到“元宇宙”:科幻电影的后人类视角[J].广州大学学报(社会科学版),2022,21(03):119-127.
- [27]施畅.赛博格的眼睛:后人类视界及其视觉政治[J].文艺研究,2019(08):114-126.袁海燕.“配戴假肢的上帝”:科幻电影中“赛博格”的身体生成与身份建构[J].当代电影,2019(03):137-141.
- [29]李恒威,王昊晟.赛博格与(后)人类主义——从混合1.0到混合3.0[J].社会科学战线,2020(01):21-29.
- [30]彭兰.新媒体用户研究[M].北京:中国人民大学出版社,2020:353.
- [31]周葆华.永久在线、永久连接:移动互联网时代的生活方式及其影响因素[J].新闻大学,2020(03):84-106+120.
- [32]宋美杰,徐生权.作为媒介的可穿戴设备:身体的数据化与规训[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(04):46-50.
- [33][58]孙玮.赛博人:后人类时代的媒介融合[J].新闻记者,2018(06):4-11.
- [34]孙玮.传播再造身体[J].新闻与写作,2020(11):5-11.
- [35][55]朱亚希.传播与身体的互构与互嵌:“移听”行为中的身体三重性研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(08):79-83.
- [36]别君华.人机共生:智能传播的技术具身[J].青年记者,2021(05):9-11.
- [37]米歇尔·希翁米.声音[M].张艾弓,译.北京:北京大学出版社,2013:48.
- [38][39]欧文·戈夫曼.日常生活中的自我呈现[M].冯钢,译.北京:中国人民大学出版社,2008:17-19;100-102.
- [40][41]约书亚·梅罗维茨.消失的地域:电子媒介对社会行为的影响[M].肖志军,译.北京:清华大学出版社,2002:33.
- [42]董士海.人机交互的进展及面临的挑战[J].计算机辅助设计与图形学学报,2004(01):1-13.
- [43]彭兰.人机传播与交流的未来[J].湖南师范大学社会科学学报,2022(05):12-22.
- [44]陈昌凤.人机何以共生:传播的结构性变革与滞后的伦理观[J].新闻与写作,2022(10):5-16.芮必峰,孙爽.从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J].国际新闻界,2020,42(05):7-17.
- [45][59][64]芮必峰,孙爽.理解媒介:从对象到现象[J].新闻大学,2021(12):24-37+121.
- [46]周志强.声音与“听觉中心主义”——三种声音景观的文化政治[J].文艺研究,2017(11):91-102.
- [47]李思维.声音传播视域下耳机使用与个体听觉掌控和“自我”强化探析[J].科技传播,2021,13(13):116-118.
- [48]彭兰.连接与反连接:互联网法则的摇摆[J].国际新闻界,2019(02):20-37.
- [49]刘蒙之.从社恐到社牛:青年人社交议题背后的心理分析[J].人民论坛,2022(01):114-119.
- [50]Goffman. Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior[M]. New Jersey: Aldine Transaction, 1967: 5.
- [51][52][53]米德.心灵、自我与社会[M].霍桂恒,译.北京:华夏出版社,1999:46;45;47.
- [54][57]张杰,付迪.在场而不交流?移动网时代的人际交往新情境建构[J].国际新闻界,2017(12):154-170.
- [56]赵建国.身体在场与不在场的传播意义[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015(08):58-62.
- [60]戴宇辰.媒介化研究的“中间道路”:物质性路径与传播型构[J].南京社会科学,2021(07):104-112+121.唐·伊德.技术与生活世界:从伊甸园到尘世[M].韩连庆,译.北京:北京大学出版社,2019:81.
- [62]胡翌霖.什么是技术[M].长沙:湖南科学技术出版社,2020:15.
- [63]杨庆峰.翱翔的信天翁:唐·伊德技术现象学研究[M].北京:中国社会科学出版社,2015:73.
- [65]覃岚,孔梓睿.媒介性:身体与媒介的视角[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2021(04):170-174.
- [66][71]约翰·杜海姆·彼得斯.奇云:媒介即存有[M].邓建国,译.上海:复旦大学出版社,2020:7.
- [67]孙玮.交流者的身体:传播与在场——意识主体、身体-主体、智能主体的演变[J].国际新闻界,2018(12):83-103.
- [68]陈静,王杰.我们都是赛博格——信息时代的文化新景观[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2009,33(05):106-109.
- [69]刘海龙.传播中的身体问题与传播研究的未来[J].国际新闻界,2018,40(02):37-46.
- [70]布莱恩·特纳.身体与社会[M].马海良,赵国新,译.沈阳:春风文艺出版社,2000:89.
- [72]黄旦.理解媒介的威力——重识媒介与历史[J].探索与争鸣,2022(01):142-148+180.
- [73]贝尔纳·斯蒂格勒.技术与时间1:爱比米修斯的过失[M].裴程,译.南京:译林出版社,2012:19.
- [74]段伟文.可接受的科学:当代科学基础的反思[M].北京:中国科学技术出版社,2014:249.