

# Alienated Anxiety: from “I Should” to “I Choose”

TieYu Zhou<sup>1,a</sup>, LinYi Gao<sup>2,b</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Arts, Macau University of Science and Technology, Taipa, Macau, China

<sup>2</sup>Faculty of Arts, Macau University of Science and Technology, Taipa, Macau, China

<sup>a</sup>1224652264@qq.com

<sup>b</sup>HaydeeG01@outlook.com

## ABSTRACT

Anxiety has become the most characteristic feature of this era. We receive all kinds of information every day, but the unknown makes people afraid and omniscience makes people anxious. Based on Mead's subject-object theory, this paper attempts to analyze in-depth the operating principle of the Internet capital logic chain behind the generation of anxiety and the reasons for its generation from the perspective of the reversal and collection of the subject-object self and to reveal and criticize.

**Keywords:** subject-object self, alienation, anxiety

# 被异化的焦虑：从“我应该”到“我选择”

周铁羽<sup>1,a</sup> 高林熠<sup>2,b</sup>

<sup>1</sup>澳门科技大学人文艺术学院，氹仔，澳门，中国

<sup>2</sup>澳门科技大学人文艺术学院，氹仔，澳门，中国

<sup>a</sup>1224652264@qq.com

<sup>b</sup>HaydeeG01@outlook.com

## 摘要

焦虑，已经成为了这个时代最大的特征。我们每天都会接收到各种各样的信息，但未知让人恐惧，全知让人焦虑，突破了信息壁垒的现代人在信息的处理上缺乏有效性和能动性，由此产生互联网时代的焦虑。本文试图以米德的主我—客我理论为基础，从主我与客我的反噬和收编的角度深入分析焦虑产生的背后的互联网资本逻辑链条运作原理以及产生的原因，对自我异化的意识形态化进行揭示和批判。

**关键词：**主我—客我 异化 焦虑

## 1. 文献综述

主我—客我理论：主我—客我理论最早可以追溯到弗洛伊德的精神分析法。弗洛伊德认为精神分析的构建是由自我、本我、超我三个概念完成的。库利接受了弗洛伊德关于自我的思想，在1902年出版的《人类本性与社会秩序》中提到“镜中我”这一概念[1]，他认为互动是传播最基本也是最重要的形式，它属于人际传播，他人对自己的评价和认识是反映自我的镜子。米德继承了库利的思想，从传播学的角度提出了对自我的思考。在《心灵、自我与社会》中[2]，米德认为我们描绘自画像通过扮演他人——我们如何看待他人来完成的，他认为人之所以能运用符号，进行思维，这与自我无法分开。布鲁默在《象征性互动

[3]中对米德的思想进行了总结，提出了自我互动论，他认为自我互动本质上是一种与他人社会互动的内在化过程，属于自我传播的范畴。

焦虑：焦虑理论最早是由弗洛伊德提出。他早年认为焦虑的产生是由性本能的转变而来，本我是焦虑的根源。而在弗洛伊德的晚年他的态度发生了转变，认为焦虑的产生是由于自我不能协调自我、本我二者与超我之间的相互冲突，但他始终认为焦虑是由本能过程决定[4]。行为主义者毛瑞继承了弗洛伊德的思想，提出了“刺激—反应”理论，注意到认知在焦虑形成中的作用[5]。希金斯继承了这一观点，作为认知流派的代表，他提出了自我差异理论，认为当个体未能履行职责并接受惩罚时，这种否定性的结果往往会导致焦虑的产生[6]。

随着互联网这一交互式媒体的发展,网络的焦虑已经演化成为一种社会症候群,在2013年认知心理学家A. k. Przybylski第一次对错失焦虑(Fear of missing out)展开讨论,人们会因为害怕错过信息而失去某种机会,所产生的焦虑称为错失焦虑[7]。学者韩炳哲在2017年《在群中》认为,互联网时代不仅存有错失焦虑,还存有信息焦虑,即当信息过载到一定程度时,信息无法作为受众对于获取外界的手段,只是单纯的数字叠加。

信息茧房:芝加哥大学法学院教授Keith Sunstein在他的《信息乌托邦》[8]一书中提出了“信息茧房”的概念——公众的信息需求不是全方位的,往往是遵循利益的,随着时间的推移,他们会把自己束缚成茧一样的“茧房”。这源于人们不可避免的先入之见和人们喜欢听赞同的话的心理。团体和个人都喜欢听同意的话语。虽然网络可以提供丰富的信息,但它不一定创造出一个无限开放的社交平台,而是一个封闭的空间。“信息茧房”是认知网络影响的另一个视角。网络不仅给个人和社会带来了“开放性”和“多样性”。

“信息茧房”的出现,不仅在一定程度上顺应了媒体不断分散、碎片化、异质化、社会化的内容生产模式,也反映了媒体在受众本位的引导下积极迎合用户需求的趋势。内格罗蓬特设想的《我的日报》在内容和技术准备上越来越成熟,新闻阅读逐渐从信息需求转变为不断精炼的纵向阅读体验。

过往学者的对于焦虑的研究大多以心理学为主要视角,本文试图从传播学的视角出发,以“主我—客我”为理论框架,通过分析“主我—客我”的反噬与收编来分析受众在个人和社会两种关系下面对信息产生焦虑的原因以及背后的资本逻辑链条的运作原理,对自我异化的意识形态化进行揭示和批判。

## 2. 个人关系下的错失焦虑——个体固化的认知

受众在面对信息过载时,之所以会产生焦虑,是源自平台对于受众的时间绑架、弱化受众的社交关系以及对于个人信息的泄露。在个人关系的层面下,受众更多地表现为错失焦虑和角色焦虑,笔者认为,受众在整个传播过程中,更多地表现为从之前的使用与满足转为了“主我”和“客我”的反噬收编。“主我”和“客我”是米德对于社会现实的建构提出的理论构想,他认为自我可以分解为作为意愿和行为主体的“主我”,通过个人围绕对事物从事会不的行为和反应产生的具体表现;另一个是作为他人和社会评价和期待的“客我”,是意识社会关系的具体表现。在这里,笔者以粉丝文化为例。随着泛娱乐时代的来临,粉丝文化不断被量化,诞生了由粉丝数据转化而来的粉丝经济,多数的粉丝为了偶像进行了一系列数据操作,例如微博打榜、超话签到等,由此成为资本对于偶像的数据层面价值的具体考量。粉丝群是一个高度同质化图层,在这个群体中,当己方偶像与对方偶像

产生矛盾冲突之时,粉丝群会对其成员进行劝服,群体的感染会造成角色焦虑。“主我”被不断压缩,“客我”被不断放大,二者原本的辩证互动关系的天平正在向“客我”倾斜,同时粉丝群将个人的时间与群体绑架在一起,以“数据即正义”的价值观进行系列操作,无效声量和无效用户扭曲了互动的介质——信息,粉丝试图用数据包装偶像的“完美人设”是基于信息爆炸和认知负荷之上的,由此会导致受众花费大量的时间获取信息,得到的却是无法系统化的碎片化信息,有效信息的缺失会让受众陷入流沙陷阱,从而产生信息焦虑。

而面对信息,网络技术的发展和媒介生态的改变,一定程度上打破了信息的壁垒,拓宽了受众接受多元信息的渠道,看似打破了媒介二元论,其实不然,人们更多的还是关注内容,而非媒介本身。错失焦虑在2020年新冠疫情时期被无限放大,各种信息流无穷无尽,人们很难从中提取出有效信息,被不断切割时间,注意力和认知体系都变得碎片化。在面对疫情时,人们的心理恐惧被错失焦虑不断放大,例如“人传人现象”、“双黄连治疗新冠病毒”等假新闻大肆宣传,社会的矛盾加上群体的感染,使个人产生焦虑,做出非理性的行为,造成了一系列的社会负面影响。而与错失焦虑相对的概念,信息疲劳,对于信息的机械化叠加而面临的无法处理的后果,受众会产生心理上的矛盾和焦虑。蒂姆·丹特曾经这样批判物质文化,我们塑造我们创建的事物,然后由他们来塑造我们。无论是由社群带来的错失焦虑,还是信息过载带来的疲劳焦虑,这已经成为时代的病症,互动的关系的天平被打破,互动的介质掉入流沙陷阱,“主客我”的反噬和收编让焦虑不断被放大,从而趋于固化。

## 3. 社交关系下的信息焦虑——被异化的价值

在大众传播时代,报纸、电视和其他媒体通过选择重要和有价值的信息内容来塑造公共议程。在互联网时代,公众自我意识不断增强,权力下放趋势明显,公共议程正逐步向个人议程转变。个人议程和公共议程之间的平衡被打破,公众参与公共事务和公共决策的能力被最大程度地削弱。一些低俗娱乐的内容实际上与社会公共话题无关。个人话题超过公共话题,重要的公共话题信息被忽略和省略。人们常常有类似的感觉。当他们上网浏览信息时,负面消息会充斥他们的眼睛,感觉世界非常混乱。走出去后,他们发现现实依然平静,这证实了公众所知的世界不再是现实世界的原貌。如微博热门搜索列表、今日头条等算法推荐内容已成为公众认识世界的主要方式。

算法,曾被认为是信息爆炸时代的技术红利,基于算法形成的精准推送、个性化服务等,一定程度上提高了资本的运作效率。算法推荐提升了信息的处理的分发效率和精准度,改变了原有的媒介生态和传播模式。然而,由算法构成的“过滤气泡”,在为受众营造的“拟态环境”中形成了“信息茧房”,传统意

义上的“主我”和“客我”概念被混淆，引起了诸如窄化反应的扭曲媒介生态。在这里笔者以淘宝算法推送为例。淘宝平台通过算法分析用户的价值偏好取向，为受众打上用户标签，再通过直播间精准推送商品进行售卖，以此来强化用户的既有认知，从而劝服用户进行购买。在这个过程中，作为被淘宝赋予了社会期待的“客我”逐渐覆盖从事行为的“主我”，受众会为直播间主播在出售商品时贩卖的焦虑而买单。一定的贩卖焦虑确实会为商家带来短期的利益，但是其模式本身还是落脚在注意力经济之上，通过放大受众的不确定和恐惧心理产生的焦虑来实现交易的目的。价值本身的意义被异化，受众落入物化、符号化的陷阱之中，将“自我意愿”的“主我”和“社会期待”的“客我”混淆反转，盲从效应让人们不断地为了商家给自身构建的“客我”中的知识鸿沟、信息鸿沟、数字鸿沟买单，由此产生自我怀疑和自我否定，导致焦虑的产生。价值被不断异化，曾为自我意愿服务的“主我”的价值逐渐被市场赋予的社会期待的“客我”替代，受众的能动性被压缩，永远活在资本为自身构建的，为自认为的“主我”所呈现的世界当中。公众通过媒体认识到的现实是一个不完整的、不真实的世界。公众误判社会重大事件，减少对其他事物的关注，进入信息盲区，对某些事物形成认知偏见。这种偏见一旦形成，原有的印象就难以抹去，这将对未来的认知和行为产生重要影响。当一种固定的、有偏见的消极情绪在公众群体中不断传播和积累时，在遇到爆发点时也可能产生群体行为。

#### 4. 互联网生态下的流量焦虑——是来源，还是结果

互联网市场在如今已经趋于饱和，当市场没有了增量，存量的竞争便被放大。而面对互联网的流量，梁宁曾言，人性的贪嗔痴，成就了中国互联网流量的大江大海。借助社交关系这一资源，互联网公司成为了现今流量世界的领头羊。利用人性的弱点，不断将互联网的虚假社会期待覆盖在受众的“自我期待”之上。消费互联网流量的本质是注意力，特别是目的性较弱的注意力，而注意力永远可以转化为经济。商业类似于土地，流量类似于江河，二者互相依存。流量为互联网公司创造价值，同时也带来了焦虑，这本质上是一种异化的表现。互联网公司为受众赋予了心智作用，而资本则为互联网构建心智。流量的浅和商业的深，其间是一道不可逾越的天堑，以BAT公司为例，它可以作为一个流量创业成功的案例，做一流公司的例子，但是在课堂上永远教不出BAT公司，因为先有例子，后有课堂。流量焦虑下的互联网公司，更多的需要侧重协同作用，阿里巴巴就是一个成功的例子，受众在淘宝开店，菜鸟驿站提供物流仓储渠道，花呗借呗提供收付款渠道，蚂蚁金服提供资金渠道，阿里云提供信息交流的场所，阿里巴巴在整个传播过程的内外对数据进行赋能。流量是资源交换，商业是生态系统，之所以会产生焦虑，是因为过度的流量虚构会

为互联网公司将虚假的社会期待“客我”误以为是自我意愿的“主我”，行动和知觉被反噬和收编，人的社会化的过程被解构，这样基于流量形成的产业，往往发展迅速，但必定会溃于蚁穴。资本可能会与他人分享数据，但不愿意放弃技术官僚的世界观，他们垄断的不是技术，而是一种可以被达成共识的官方思维模式，即，如何思考才是合理的，通过对受众“客我”的虚假构造，强加在“主我”之上，由此达到资本目的。将资本为受众构建的超我收编到受众的自我之中，表现出来的本我的社会行为就是被符合化、异化的表现。资产阶级意识形态范围的扩大让受众产生“社会性格”即客我收编和反噬主我，是一种更为隐蔽的无人统治。互联网时代的焦虑，不是被异化了的价值的来源，应该将价值回归到“主我”之上，是“主我”的结果和目的，而不是手段。

#### 5. 焦虑攻防战——将“主客我”回归到本身

无论是错失焦虑，还是信息焦虑，又或者是流量焦虑，智媒体时代带来的“主客我”缺失和颠倒，是焦虑产生的根本原因。笔者认为，在这样的大环境下，可以从以下几个角度尝试对焦虑进行反制。（1）正确看待焦虑，克服恐惧最好的方法就是直面恐惧，正确对待信息带来的焦虑，而不是过度地放大，减轻信息带来的负担和压力。（2）降低媒介期待，不再将互联网平台作为信息获取的唯一有效来源渠道，将自我意愿的“主我”放置中心地位，寻求机体的平衡状态。

（3）理性看待工具理性，所谓工具理性，是以工具主义和技术崇拜为目的的价值观。理性看待工具理性，合理运用符号来完成自身的社会意愿和社会期待，提高自身的媒介素养，让工具，真正服务于“主我”，而不是他人强加在受众上的虚假的“客我”。（4）塑造认知广角。由于个人利益有限，个人收到的信息总是受到一定范围和范围的限制。然而，作为接受信息的主体，个体在选择接触时需要明确界定自己的理性和认知边界。在理解合理范围的条件下，个体应主动选择接触更加多样化的信息环境，以获得局部接触。一个人对感兴趣的信息或信息的访问可以解决意外问题，称为“会议信息”。这种信息有助于扩大理性的限度，超越个体的认知边界。为了提高理解个人的能力，在不同的信息环境中工作尤为重要。一方面，在信息渠道上，我们可以使用不同的媒体和不同的信息平台；另一方面，在单一的信息平台上，我们应该积极拓展我们接触的信息类型和形式。此外，我们可以通过三种方式适应时间；如果我们使用单个新闻应用程序，我们需要特别注意动态频道管理和个人注册内容，从不同的位置和角度阅读更多新闻，同时聚合大量信息。才能提高信息的广度，达到认知广角的目的。（5）扩充信息渠道。公众在追求个性化内容时，过度依赖社交媒体获取信息，打破了各种信息渠道之间的平衡，形成了信息茧房。为了避免信息茧房，首先，公众应该从多角度、多范围获取信息。要在“短，平，快”的基础上，及时补充信息内容，接收完整的信息。第二，公众需要综合利用各种媒体，不能依靠

单一的信息渠道。最后，社交媒体还应该提供多样化的信息，提供丰富准确的新闻信息，避免缩小信息范围和减少信息量。(6) 优化算法推荐。为了提高用户的个性化体验，更好地为用户服务，各种媒体利用算法技术对用户进行标记，并根据用户的习惯和浏览历史向用户推送固定类型的信息内容。社交媒体不仅可以为公众提供个性化的体验。在尊重用户个性化体验的同时，升级算法技术，弥补不足，提高算法的准确性和合理性，提高信息推送的准确性和有效性，避免信息同质化，提供详细全面的信息，并注重内容的有效性和权威性。(7) 提升媒介素养。在互联网时代，媒介素养不仅指传播和接收信息的能力，还指使用和反馈信息的能力。媒体应遵守职业道德，提供真实有效的信息，注重社会价值和社会责任；公众需要提高识别信息的水平，增强空间。只有提高公众在信息生产、传播和反馈环节的媒介素养，才能跳脱出算法打造的“信息茧房”陷阱，避免焦虑。

## 6. 异化的焦虑——是目的，而不是手段

康德曾言，人是目的，而不是手段。技术的发展解决的应该是信息的迫切性，而不是其价值性。人们在追求信息时，总会不自知地落入符号化的陷阱当中，数据伦理和正义被异化和扭曲。从米德的符号互动论看来，人之所以可以运用符号，进行思维，这和“自我”无法分开，辩证互动的关系让人们拥有了使用符号的能力和手段。我们作为长期游离在信息环境中的人，被资本异化了的焦虑让我们成为信息的游牧民。米德曾提出“延迟反应”，他认为理智很大程度上就是选择，这样的人类行为就不是外来力量或者生理本能决定的，相反，很多情况下都是自愿行为，将“我应该”变为“我选择”。如果资本已经重构了人们的思维模式，那么“我选择”是否只是“资本选择”的傀儡，“主我”被“客我”收编和反噬，是否需要进行抗争和反制仍然值得我们关注。普罗塔戈拉认为，人是万物的尺度，无论是媒介二元论，还是其产生的社会焦虑，其本质的关注点都应该回归到“人”，无论是作为控制端还是接收端的“人”，都应该是我们注意和研究的重点。信息说到底，是为人而服务，“自我”中“主我”在与“客我”的辩证互动关系中应该是一个动态的有机体，二者互为转化，而不是被简单地覆盖和替代。资本世界为我们制造了一条角度令人兴奋的增长曲线，却从不会问我们是谁。将人的意义的形成看作是一个社会化的过程，通过提高自身的增量来扩大存量，才是应对焦虑的有效手段，正如米德在其文中提到的那样，对有理智的人来说，其思考才是他动作的最重要部分。而“信息茧房”的出现，实质上是各种媒体在新媒体时代的生存尝试。它也是受众本位下媒体内容生产特征的重要体现。这也是媒体在竞争压力激增的背景下生存的必然选择。互联网的发展也促进了社会的变革，信息环境和现实环境、公共问题和个人问题都面临着巨大的挑战；在信息茧房的影响下，互联网的开放性和多样化、媒体技术的有效性和准确性、公众认知的真实性和个性化似乎变

得模糊。只有意识到互联网时代的信息茧效应，并用方法和技巧避免它，互联网才能真正有利于人和社会的发展，避免“作茧自缚”

## 7. 结语

本文以互联网时代下受众产生的“焦虑”为话题，从个人社交的微观角度拓展至群体社交的宏观主体，在分析时新现象、热点事件的基础上，探讨焦虑的产生产源与带来的影响。

在互联网资本逻辑链条的牵引下，数据流量塑造了认识事物的全新视角，信息茧房成为框定认知界限的壁垒与阻碍。在被异化的焦虑里，受众变成游离于信息环境的存在，逐渐在媒介使用过程中脱离真实性和丧失自主性，面临“主我”与“客我”混淆反转的风险，而焦虑则因此产生。

对于如何规避自我异化的意识形态化的生成，受众应将“我应该”变为“我选择”，自主提高对于信息的甄别与处理能力，认清媒介现象背后的资本逻辑与商业链条，对于技术的价值取向进行二次考量。

## REFERENCES

- [1]Terman, L. M. (1941). Human Nature [Review of Human Nature and the Social Order, by E. L. Thorndike]. Science, 94(2436), 236–238. <http://www.jstor.org/stable/1668594>
- [2]Merton, R. K. (1935). [Review of Mind, Self and Society, by G. H. Mead & C. W. Morris]. Isis, 24(1), 189–191. <http://www.jstor.org/stable/224865>
- [3]Blumer, H. (1966). Sociological Implications of the Thought of George Herbert Mead. American Journal of Sociology, 71(5), 535–544. <http://www.jstor.org/stable/2774496>
- [4]Cooley, C. H. (1926). The Roots of Social Knowledge. American Journal of Sociology, 32(1), 59–79. <http://www.jstor.org/stable/2765247>
- [5]Freud, S. (1910). The Origin and Development of Psychoanalysis. The American Journal of Psychology, 21(2), 181–218. <https://doi.org/10.2307/1413001>
- [6]Higgins, E. T. (2005). Value from Regulatory Fit. Current Directions in Psychological Science, 14(4), 209–213. <http://www.jstor.org/stable/20183026>
- [7]PRZYBYLSKI A K, KOU M, DEHAAN C R, et al. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out[J]. Computers in human behavior, 2013, 29(4):1841 - 184
- [8]Sunstein, C. R. (2006). Infotopia: How many minds produce knowledge. Oxford University Press.