

网络社区与跨性别者的身份认同

——以 Facebook 某跨性别者小组为例

熊一丹

(中国传媒大学 北京市 100024)

[摘要] 跨性别者(常称为变性人)是一个性别少数群体,因而在媒介上他们的声音也十分微弱,少有从传播学角度对其进行的研究。本文以 Facebook 上一个公开的跨性别者群组为例,来探讨跨性别者在社交网络上如何进行自我表露,如何构建身份认同。结果表明,他们在网上会更大胆地进行自我表露,而跨性别者的网络社区对他们起到了支持的作用。

[关键词] 社交网站; 身份认同; 跨性别者; Facebook

一、研究对象与方法

大部分人都认为男女同性恋、双性恋、跨性别者是性别上的弱势群体,然而有些 LGBT (lesbians, gays, bisexuals 与 transgender people 的首字母缩写) 拒绝性别弱势群体这个称呼,而更愿意他人直接称他们为 LGBT,其中一个原因是性别弱势群体这个称呼会让人产生歧视。这种抗议性的话语已经反映出 LGBT 群体的一种自我认同。在 LGBT 群体中,变性人是最后一个纳入这个群体的类别,甚至某些同性恋都曾无法接受变性人,人们认为变性人只是对性别刻板印象的一种表演。因而跨性别者的身份认同本身就是一个很有意思的话题。

随着信息通讯技术开创性的进步,我们的技术基础设施和社会环境都发生了改变,我们的生活已经成为一种“媒介生活”,媒介支撑和覆盖着我们日常生活经验与表达(Roger Silverstone 2007, Miller, V. 2011 转引)。在所有的媒介形态中,互联网成为媒介化社会中最重要的一环。在网络影响下,我们的线上和线下生活空前融合。随着不同地域、国家、传统界限的不断消逝,学者们越来越多地对我们如何认同与被认同进行研究。在媒介生活中,“我是谁”这个问题越来越有探讨的意味。

本文将 Facebook 上的一个名为“Trans Role Models”(TRM)的开放群组作为案例进行探讨。在 Facebook 上这样的群组并不少,但本文选取的这个群组是为数不多的跨性别者开放群组之一,且成员较多,比较活跃。本文采用了网络民族志方法。笔者观察了近期的帖子与回复,同时也在群内发帖向其他组员提问。为了更好地理解他们在群组内的行为以及潜在的动机,笔者对组员进行了访谈,访谈对象包括 4 名跨性别者以及 2 名跨性别者盟友(trans ally,即支持跨性别者的人)。在这篇文章中,我将尝试描述和解释跨性别者在社交网站上如何呈现自己,如何构建自己的形象和身份认同,而 Facebook 作为一个社区对他们的影响又如何。

二、背景

性别理论家 Judith Butler 认为性别是靠性表现来决定的。性别作为一种社会身份,是通过社会互动和规约性话语(regulative discourses)而建构的(Miller, V., 2011),它并不是一个固定和自然的身份。也就是说,抛开我们的身体特征,在社会文化环境中性别是基于个人通过社会实

践与互动而进行行为规约与调整的动态过程而形成的。卡斯特(Castells)进一步指出,一个特定的个体是多重身份的集合体。我们通过扮演不同的角色来表现我们的多种身份,而这些角色是由社会制度和社会组织结构决定的(Castells, 2009)。类似的研究与理论让我们在身体约束之外讨论人们内在的性别成为一种可能。有学者指出,人们在线上所表现出的自我在某种程度上可以为看做一种跨性别行为(Stone, 1995, Miller, 2011 转引)。这与酷儿理论的观点不谋而合,酷儿理论认为性取向和性别是一种可以改变的社会建构。

无所不在的网络环境下,我们的“身体”更像是一个象征性的符号,而非实体。更为可视的是我们上传到网上的图片、文本、视频、音频以及我们在网上的交流对话,这些组成了我们在网络社会的特征与身份。在初期对网络身份认同的研究中,学者认为人们喜欢在网络上隐藏真实自我和身份。而后来有些研究表明,网络社区的数字化身份根植于线下的“真我”,人们会更多的在线上表露自我,而非扮演其他角色。

三、研究结果与分析

1. 自我刻画

我们可以根据一个人的样貌、行为模式、声音、穿着等来判断他/她的性别,然而在数字世界中我们在多数情况下无法看到对方,因而也就是去了判断性别的语境。尽管如此,在这个 TRM 群组中,我们仍然能够根据人们所使用的语言来初步判断其性别。TRM 群组中,男变女的人多过女变男,因而有些词的出现频率很高,例如“美人儿”、“甜心”、“宝贝儿”、“姐们儿”、“亲亲”等,而通常使用这类词语的人通常为从男性转换为女性的跨性别者。一位曾经是男性的跨性别者甚至曾经在一个网站上测试过自己的书写风格的性别特质:“我的测试结果表明,我的书写一直都是一个女性正常的表达。”

在文字之外,人们还有别的方式来隐性地强调他们的内在及外在性别 1,例如他们所选择的名字,头像,发布的内容等。吉登斯指出,“自我”是人们对个人叙述的理解,人们会努力将自身塑造成那个令自己满意的形象(1991, Miller 2011 转引)。在网络环境下,跨性别者能够更好地管理个人的形象,而这个形象往往是他们所认为的真实的自我。网络形象并不仅是跨性别者的自我投射或者

对线下自我的一种补充表达,而更是一种他们认识自我的方式。因而媒介不仅“将社会关系扩展到时间与空间中去,同时也时刻提醒使用者他们是谁(应该成为什么样子)或者他们能够成为什么样子。”(Deuze, 2012)

对于自我的认知,一位跨性别者强调:“我有许多的侧面,但是没有一个是真正的我,它们只是我的一部分……人们会说,那是变性人 Terrance,但他们不会说那是 Terrance,我想他是个变性人,是个激进分子,同时也是个从政的人等等。”这与他 Facebook 的页面内容以及他对“你经常在这个群组里发布什么内容”这个问题的回答相一致——他会发布各种各样的内容和话题,一如他对自身多样性的描述。Wynn and Katz 也提出过相似的一致性,他们的研究表明网络使用者在线上的自我表现具有连贯性,“人们通过展示对自己重要的事情而尝试在个人主页上表现出一个完整的自我身份,而非刻画一个偏离的、支离破碎的虚假自我。”(Miller 2011 转引自 Wynn & Katz 1997)

2. 联接与支持

TRM 是一个比较活跃的群组,每天都会发帖更新,然而群组成员之间的交流却很少。在本研究的受访者中,只有一个人表示她几乎不在这个群组里发帖,因为人们很少有回应,而其他受访者仍然会在该群组内发帖。这几位受访者回答各不相同,但都表现出对与同类人建立联系的愿望。随着人们媒介化与个性化的增长,人们对于在网络上的亲密性的追求也在增加。

在 TRM 群组中的帖子大致可分为七类:医学信息,法律问题,活动与社会运动,榜样,艺术,个人经历等,内容都与跨性别者相关,这些内容传达了群组成员对互相支持与互相接受的强烈愿望,尤其是当人们谴责社会对跨性别者的歧视与不尊重以及召集参加一场运动的时候。而群组成员对个人经验与故事的陈述也营造了一个态度友好的氛围。加入社区是人们对身份进行定位并找到归属感的方式,网络社区也同样如此。

尽管网络社区无法替代以地缘、传统与历史为基础的社区,但它在人类对于归属感的追求中仍然扮演着重要的角色。一位由女性变为男性的跨性别者住在乡村,由于离他最近的支持团体需要驱车两小时才能到达,所以网络社区对他来说意义更重大。网络社区为人们提供了更为丰富多样的社会关系选择(Miller, V., 2011),因而在传统社区界限之外寻找行为榜样或角色模型更为便利。然而当人们在一个网络社区找不到支持感时,他们也会更容易退出这个社区。在本研究的观察中,有一位群组成员在几个跨性别者群组中都宣布退出,因为她现在已经不能感受到与人们之间的任何联系了。

3. 线上与线下

笔者在 TRM 群组中发帖提出问题:你是否在网上使用你的真实姓名?在所有的受访者中没有一个人使用假名或绰号。在这个群组内,对于匿名的兴奋与神秘感不复存在。这可能是由于网络上凝视的规制(Deuze, 2012)无处不在且更为隐匿,人们容易忽略他人窥探的存在。另一个

可能的解释是,名字对于跨性别者的意义比对其他他人更为重大。对于跨性别者来说,姓名是性别身份的符号,改变姓名也意味着生活方向的改变。因而跨性别者在在线上也更倾向于使用自己的真实性别,来标榜自己的性别身份。

访谈的结果表明,相比在线下的生活而言,跨性别者在在线上更为自在,并且对于自身变性人的身份态度更开放。受访者对此给出的理由是他们网络社区的独立性和孤立性让他们更有安全感。因而我们可以推论,对于因社会限制而不能在线下表现真实自我的跨性别者来说,对自我释放的追求使得他们更容易在线上的进行自我表露,尤其是在跨性别者社区里。

在线下的生活中,人们对于跨性别者的敌意与歧视使得跨性别者倾向于隐藏他们的身份。也就是说,人们渴望寻找一种能让他们更为轻松坦率的社会关系,“因为在后现代社会中,对亲密性的追求已经成为人们自我觉醒的一个重要方式。”(Miller, V., 2011)根据戈夫曼的戏剧理论,人们倾向于在他人面前呈现一个理想化的自我,因而对于跨性别者来说,社交网络更像一个“后台”,尽管这个网络遍布全球并且人人都可以接触到。对应的,现实的世界就成为了跨性别者的“前台”。

四、结论

身份认同是一个可变的、流动的和基于语境的概念,存在于协商的动态过程之中。社交网络则使得自我形象管理更易操控,它也是身份构建的一个重要环境。对于跨性别者来说,赛博空间并不只是一个可以让他们躲藏的安全洞,它更多的是一个让他们认知自我、接受自我的场所,也是一个让他们可以和跨性别者社区接触和获得支持的场所。在某种程度上,网络社区是对传统社区的补充,二者一起为寻找归属感的人们提供了一个无缝的、连续的环境,并使得线上和线下身份、前台与后台的协调与和解成为可能。

注释:

1 在 Zhao 等的一篇名为《Facebook 上的身份构建:固定关系中的网络赋权》(2008)的文章中,作者列举了人们在 Facebook 上构建身份的三种模式。其中有两种模式较为隐蔽,一种是可视化的自我或“作为社会行为者的自我”,是通过同类人和个人的照片来暗示性地表现的;另一种是文化性的自我,通过照片等其他内容展示个人的消费品位、生活方式、爱好等,作为个人定义的消费主义方式。

参考文献:

- [1] Deuze, Mark, 2012. Media Life. London: Polity.
- [2] Miller, Vincent, 2011. Understanding Digital Culture. London: SAGE.
- [3] Castells, Manuel, 2009. Power of Identity: Economy, Society, and Culture (2nd Edition). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.

[作者简介:熊一丹 女 1989 年 9 月出生 中国传媒大学 硕士研究生研究方向:理论传播与传播史]