斯金纳读书报告

131080013

吴依泠

一 、理论回顾和概念分析

斯金纳的新行为主义理论主要是建立在对传统心理学的批判之上，在《超越自由与尊严》一书中提到对人类行为的解释（e.g.力比多，集体无意识）是不必要的，因为它们是不可察觉不能验证的。就好像别人问你今天为什么哭，你回答因为情绪低落一样，并不能有效解释。而且人们就算不了解潜意识也能正常的生活，“它们只是副产物，而不该被错当成原因。”（斯金纳，P12）相对而言，重要的是对于外显的行为的研究，对行为的改变。比如当我们置身于一个新环境之后无法适应，我们不用解释是因为内心的发展或者社会文化对内心的影响，我们只需要分析行为的表现：我们不再积极的发言；并做出行为上的解释：因为我们的发言没有得到积极的强化；即可改变行为并解决这一困境。

斯金纳将经典条件反射向操作性条件反射发展，提供了新行为发展的可能性。强化是斯金纳所有观点的核心，首先强化物包括积极强化物和消极强化物，分别是与反应相依随的刺激能增强该反应和与反应相依随的刺激物从情境中被排除时，可增强该反应。强化的过程可以改变人的行为，因此寻找行为的原因也可以从与行为相关的强化刺激出发。

相倚联系是在书中反复提到的一个观念，可能是因为翻译的问题，其英文是Reinforcement contingency, APA对其的英文解释为：A consistent relationship between a response and the changes in the environment that it produces. 我将其理解为强化的一种，包括环境的改变并联系环境和行为的回应，即某一刺激被不断强化后，行为的改变。斯金纳指出：相倚联系的确是普遍存在的，它们涵盖了关于意图和目的的经典研究领域；而且，其解释功能比后者大得多，它们提供了对所谓“心理过程”加以诠释的另一种全新理论模型。我们可以根据个人感受的情况对相倚关系所引发的问题做出推测（斯金纳，p120）。

二 、自由和控制

斯金纳在书中对传统的自由观点做出了挑战和分析。在我看来，斯金纳讨论“自由”这一议题，是和时代精神相联系的，自由平等的观念从法国大革命开始不断在资本主义社会扩散，美国更是当时自由的代名词；其次斯金纳讨论自由是因为他希望论证“自由并不是最好的，同时控制并不是坏的。”，为自己的理论扫清舆论阻碍，因为斯金纳关于行为和强化的理论让人觉得和动物（甚至和机器）一致而遭到了很多人的反对。

斯金纳指出，传统的自由定义为 “我想要什么就有什么”，但是绝对的自由是不存在的。任何人的欲望和想法，都是依赖于环境刺激的。比如，当饥饿之时，人们认为享有食物的权力最有吸引力。同时，我们为了自由而奋斗，不是由于意志，而是为了避免不利或者他人的刺激。比如，学生要求自由不希望上学，是因为他们认为在学校得到了不利的强化（惩罚）或者他们收到了大人的控制。所以自由是美好的，但是自由不是绝对的也不是天生的自由意志，它主要是人们对正向事物的追求和对惩罚的避免。

然后斯金纳指出，自由作为判断的标准是武断的，因为自由并不代表美好，如同控制并不等于消极。他指出，如果囚犯被强迫要求参加生物实验，传统自由主义可以用 “自由”反驳；但是如果囚犯受到政府诱惑而主动去参加实验，传统主义便无能为力了，然后这样的行为仍旧是违背道德的。所以自由并不是最高的标准。同时，自由带来的主动控制权可能存在长期的消极影响。比如，人们有自由选择抽烟，但是这种自主的控制会对身体产生巨大伤害。又如，父母放任孩子不管，表面上给了孩子足够的自由，但是长期而言这样的自流放任（permissiveness）是惩罚的变形，是对孩子的成长不利的。

三 、文化设计

中文译者陈维纲认为“文化设计”是《超越自由与在尊严》一书的核心内容。我认为这是“强化”在不同层次上的作用，是通过相倚关系的设计，塑造更好的社会文化。文化的设计也包括三种导向：个人，集体和文化。斯金纳提到通过改变文化设计，我们可以创造出最具有生命力的文化从而代代相传。他在之后的著作《沃尔登二代》中也提出了自己设计的乌托邦世界。在这里，我想借用斯金纳设计文化的一些观点，来分析我们社会现在存在的一种文化现象：“网红文化”的发展。这里的文化设计不全是人为的，是在文化群体背后的一种发展推动，是对相倚联系的建立。

网红文化包括网红脸这一审美趋向，也包括其背后的淘宝经济；包括一些自媒体和大平台上的大号IＤ，简单来说，网红就是通过网络人气实现利益转化的人群。

首先，文化为了其生存需要各种各样的利益，它的力量部分取决于那些能维持富有成效的劳动的经济性相倚联系。不可否认，促进网红文化发展的主要原因之一就是其背后巨大的经济潜力。网红通过网络关注度之一虚拟指标，实现经济利益。网红文化的体系中，为参与者提供了多种经济上的保障。比如，淘宝店主。网红的淘宝店交易量通常高于普通店铺。再比如，papi酱的网络赞助权拍卖，售价高达2200万。这一经济能力，吸引越来越多的人希望进入网红的世界，同时加强了正在网络圈中人的归属感，不断变脸希望迎合这一文化的发展趋势，从而保证经济利益。同时，在网红的文化中，关注度是正向强化联结，所有可以吸引关注度的都是被促进的行为，包括丑化（自黑）和美化（整容）。

文化的生命力取决于相传性，即新成员学到的知识。同时，必须要有所改变，鼓励成员认真反思自己的习俗行为，并勇于尝试新的行为，那就能拥有一种特别有效维护自身生存的手段。虽然网红文化的历史不长，但是其更新换代的速度很快，所以我们也有足够的资料，观察其代际的变化。首先，网络红人都遵循大致的发展过程：积累人气——资本转化。无论是最开始的网红凤姐通过丑化和被动的方式出名，还是新晋的网红通过整容和主动的追求吸粉，或者大ID通过话题关注吸引目光，其目的都是一致的积累人气。第二步就是将人气转化为资本。这是几代网红都遵循的基本的发展模式。因为模式是有效的，作为正向刺激，人们自发的学习这一模式是可以通过行为主义的观点解释的。但是在这其中又不乏创新。比如人气积累的手段从随即爆发的概率事件，转向有目的有策划的行为；从丑化向娱乐化转变。最初的资本转化是线下平台的转化，比如凤姐出席活动；之后资本转化变得多样，淘宝店、线上广告代言、签约公关公司等等。网红的主体也从个人变成了个体和团体并存的形式。以一位现象级网红papi酱为例，她短短5个月吸粉800万，通过和罗辑思维签约身价实现转化，同时，第一次广告权售出了2200万高价。从她身上体现了传统的发展模式积累人气——资本转化。也蕴含了不断地变化，视频作为媒介的出现，盈利方式的多元化，内容和颜值的一体化。

社会主流文化又是如何与网红亚文化联结呢？其实我们不难看出，观众的喜好，作为环境刺激，促进了网红行为的不断变化。从丑化、恶搞到审美时代，从网红脸到有特色等等。观众如何反应，强化了网红文化的规则。

这是网红文化之所以兴盛的原因，因为它有内部供给机制生态链条，同时它是不断发展的不会僵化的文化体系。文化设计也体现在网红文化中。文化的设计者也处在文化的进程之中（斯金纳，p144）。同样以papi酱为例，她的出现无疑使得视频这一媒介在网红世界的地位发生了极大的变化，越来越多的人开始使用视频传递信息，这就是网络文化的变化和被设计。同时，罗辑思维签约papi酱，阿里巴巴提出 “网红经济”都是在将自发自主的网红文化推向制度化体系化规模化的方向。你可能在融资之前还不知道papi酱，但是1200万融资一到，漫天的头条就让这个网红从青年阶层走向了大众。当然，我们的主流文化也会对网红文化加以控制，通过限制令这样的方式提供负向刺激。再对直播这种形式推出实名制之后，势必会影响这一形式的发展。再比如大的ID号，它们本身是这一文化的产物同时又塑造了这一文化，比如《太阳的后裔》在一瞬间火到不行自然是离不开大号的推广。

四、总结

斯金纳认为人的行为是不断强化的结果，文化的设计就是在的范围内对多种相倚联结进行设计。通过探讨如今声势正盛的网红文化，我们看出了这一文化是如何通过刺激——强化这一联结，满足了斯金纳对有生命力文化的叙述，并不断发展壮大的过程。也看出了文化设计在网红文化中的运用。虽然不知道这样的分析是否恰当，但是作为一个斯金纳关于文化和文化设计的观点，确实一定程度解释了这一迅速发展的网络文化现象。

参考文献

斯金纳（ 1988）. *超越自由与尊严*. （陈维纲 译）贵州人民出版社.

APA（2015）http://www.apa.org/research/action/glossary.aspx?tab=18