

大学生的自我呈现与身份建构

——以微信朋友圈“最近三天可见”为例

卜南音

重庆师范大学教育科学学院, 重庆

收稿日期: 2022年11月14日; 录用日期: 2022年12月14日; 发布日期: 2022年12月23日

摘要

微信作为大学生群体的主要网络社交工具之一, 其朋友圈功能成为了大学生群体进行自我呈现的重要方式, 而朋友圈的可见范围是个体自我呈现范围和程度的重要影响因素。文章通过问卷法, 对大学生微信朋友圈使用现状以及其中的自我呈现和身份建构特征进行研究。结果表明, 朋友圈“最近三天可见”是大学生进行自我呈现与身份建构的重要途径, 并且不同性别、年级的大学生在其表现上存在差异。

关键词

社交网络, 自我呈现, 身份建构

Self-Presentation and Identity Construction of College Students

—Based on “Visible in the Last Three Days” of WeChat Moments

Nanyin Bu

College of Education Science, Chongqing Normal University, Chongqing

Received: Nov. 14th, 2022; accepted: Dec. 14th, 2022; published: Dec. 23rd, 2022

Abstract

As one of the main online social networking tools for college students, the Moments function of WeChat has become an important way for college students to present themselves, and the visible range of Moments is an important factor affecting the scope and degree of individual self-presentation.

This article uses the questionnaire method to study the current situation of college students' WeChat Moments and the characteristics of self-presentation and identity construction. The results show that "visible in the last three days" in the circle of friends is an important way for college students to present themselves and construct their identity, and there are differences in their performance among college students of different genders and grades.

Keywords

Social Network, Self-Presentation, Identity Construction

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

威廉·詹姆斯(2019)将自我分为“主体我”和“客体我”，前者即“自我认知中的自我”，后者由物质我、社会我、心理我三个要素构成。其中社会我是指我们如何被他人看待和承认，包括给他人所留下的印象、个人心理品质，以及在群体中被他人所接纳和认可的程度。在网络社交中，个体对自我呈现方式和程度的表露，就是构建被他人所认可的社会我的过程。自我呈现的概念源自于戏剧论，由欧文·戈夫曼(2016)首次提出。Leary 和 Kowalski (1990)提出了双成分模型来解释自我呈现，即自我呈现包含有动机和构建两个部分。其中，自我呈现的动机部分，包含三个方面：形成的印象与个人的目标是否具有相关、期望结果的最终价值，当前形象与自我期望形象之间的差异。刘庆奇等(2015)在对社交网站自我呈现的研究中，探讨了网络社交中真实自我的呈现对个体现实生活的影响，进一步发展了线上、线下生活相互影响、共同作用的研究。

社会中的个体通过相关行为、话语以展示自身的独特性，并维持关于自己身份的过程与结果就是身份建构，并在一系列的自我定义和对不断修正的过程中得到发展(袁周敏，方宗祥，2008)。建构主义认为，身份是由行为者在互动中所形成的结构所决定的，但却不是静止不变的，反之已经形成的身份又会对建构的过程产生一定的影响(覃明兴，2005)。社会群体只有在自我认同与群体规范互动过程中、在自我与他人期望中才能形成良好的身份认同或者身份建构(赵晔琴，2013)。身份建构并不完全是个体主观作用的结果，必然有社会环境、社会互动的交互影响，内外部力量的协同形成了对个体的完整建构。

随着网络和虚拟社交的兴起，吸引了学者对网络社交下的自我呈现及身份建构的特点进行探索和研究。唐魁玉和唐金杰(2016)的研究发现，从微信中用户扮演的角色性质来看，一方面用户扮演者与其社会角色、身份、地位等所向符合的角色，显示出对自身行为的一种期待；另一方面，微信中信息发送者与传播者所扮演的角色身份并不是一成不变的，个体会随着外部环境变化而相应做出转变。对朋友圈“最近三天可见”现象的研究表明，“最近三天可见”权限是一道安全屏障，可以在一定程度上缓解人们对信息过度暴露的紧张感。大学生群体作为微信用户的主力军，且处于社交需求和自我表达旺盛的时期。他们在社会交往过程中注重自我情感、特征、符号、个性的表露，力求构建起自我认知中的身份及形象。

综上所述，本研究试图以微信设置中“允许朋友查看朋友圈的范围”为着力点，探究大学生群体的自我呈现和身份建构的特征。帮助当代大学生建立正确的自我认知，避免严重的自我认知偏差，对大学生在社会化进程中与社会进行良性互动，确保大学生身心的健康成长有着重要意义。

2. 研究方法

2.1. 研究对象

本调查通过问卷星平台向某高校本科大学生发放问卷, 共计回收问卷 218 份。为保证问卷结果的可靠性, 首先将选择重复选项过多的问卷标记为无效问卷(17 份), 然后将同时满足: “微信好友少于 50 人”、“并非每天刷新朋友圈”、“半年或更长时间更新一次朋友圈”的问卷标记为无效问卷, 数量为 12 份。经过此初步筛选后, 保留问卷 189 份, 有效率为 86.69%。

2.2. 研究工具

大学生在微信朋友圈的自我呈现现状问卷

本文试图通过问卷, 对大学生在微信朋友圈自我呈现和身份建构进行量化研究。其中包括自我呈现的内容、方式、频率以及对他人的看法等。问卷主要分为两部分, 第一部分为被试基本信息, 主要涉及被试的性别、年级。第二部分为问卷调查题目, 共 11 题, 问卷采用李克特五点计分, 从“完全不符合”到“完全符合”, 依次记 1~5 分。在本研究中, 该问卷的内部一致性系数为 0.79。

2.3. 数据处理

采用 SPSS22.0 软件进行数据的录入和统计分析。

3. 结果

3.1. 微信使用情况的描述统计

如表 1 所示, 超过 76.19% 的被试每天至少浏览朋友圈一次, 更有 13.22% 的大学生每天浏览朋友圈的超过 12 次。大多数的被试朋友圈更新频率为每周一次或每月一次, 总体更新频率不高。每天更新 1 次或多次的被调查被仅占 5.82%。但约有 16.40% 的被试为半年或更长时间更新一次。被试发表的朋友圈内容最多的是日常生活感悟, 其次为自己喜欢或感兴趣的音乐、影片、文章, 旅游风景、逛街聚照。此类内容可归为个体的自我表露的表层部分, 不涉及过多个体内心想法和内在人格, 仅为自己的生活片段及兴趣爱好。对于更涉及个体内部心理的部分, 如对某类事件的看法、心灵鸡汤等, 能够展露出自我的能够展露出自我的思想和观点, 个体更少在网络公共空间内表露。

Table 1. Descriptive statistics of WeChat usage

表 1. 微信使用情况

题目	选项	频数(次)	百分比(%)
浏览朋友圈的次数	并非每天浏览	45	23.81
	每天 1~4 次	56	29.63
	每天 5~8 次	45	23.81
	每天 9~12 次	18	9.52
	每天 12 次以上	25	13.22
更新朋友圈的频率	半年及以上更新 1 次	31	16.40
	每三个月更新 1 次	28	14.81
	每月更新 1 次	69	36.51
	每周更新 1 次	50	26.46
	每天 1 次	7	3.70
	每天多次	4	2.12

Continued

朋友圈发布的内容	日常生活感悟	109	57.67
	音乐、影片、文章等	106	56.28
	旅游风景、聚会等照片	98	51.85
	对热点事件的看法	45	23.81
	广告、红包、优惠活动等	17	8.99
	心灵鸡汤	16	8.47
	其他	13	6.88

3.2. 微信朋友圈设置“最近三天可见”的态度分析

如表 2 所示, 46.56% 的被试表示自己设置了“最近三天可见”, 超过一半被试表示在不同时期调整朋友圈的可见范围, 也就意味着个体的朋友圈可见范围并不是一成不变的, 会随着时期、心情、个人状态等差异做出相应调整。保护隐私(68.18%)是被试将朋友圈可见范围设置为“最近三天可见”的最大原因, 其次是维护个人形象(63.64%), 保留神秘感(52.27%), 告别过去(18.18%)。

Table 2. Analysis of the setting and attitude of “visible in the last three days” in WeChat Moments

表 2. 微信朋友圈“最近三天可见”设置情况及态度分析

题目	选项	频数(次)	百分比(%)
朋友圈是否设置“最近三天可见”	是	88	46.56
	否	101	53.44
是否会在不同时期调整朋友圈的可见范围	是	117	61.90
	否	72	38.10
设置朋友圈“仅三天可见”的原因	保护隐私	60	68.18
	维护个人形象	56	63.64
	保留神秘感	46	52.27
	告别过去	16	18.18
	紧跟潮流	3	3.41
	其他	4	4.55
对微信好友朋友圈设置“最近三天可见”的态度	完全理解	37	19.58
	比较理解	82	46.39
	比较理解但感到失落	30	15.57
	完全不理解	8	5.23
	不在乎	32	16.93

3.3. 自我呈现与身份建构分析

通过身份建构、自我呈现、自我一致性维持及网络社交态度三个维度, 对个体的自我呈现与身份建构进行分析, 结果见表 3。个体在发朋友圈前, 会判别其所要发表的内容是否符合自身形象与角色, 注重其在朋友圈所呈现出的个人形象。在朋友圈发出后, 大多数被试表示会在意好友对其的关注度(如点赞、评论等)。

被试的自我呈现内容倾向于与自我概念保持内在一致性, 即使是在虚拟社交中, 也有 63.5% 被试认为自己在朋友圈中的表现真实反映其内心思想和情感比较符合或完全符合自己, 67.7% 的被试认为自己在朋友圈中的表现跟现实中的表现是一致的。65.6% 的被试乐于在朋友圈中展现自己优秀的一面, 64.5% 的被试表示会避免在朋友圈中表现出一些负面的态度和行为。被试对于“最近三天可见”能否维持社交网

络中的自我形象存在争议, 41.8%的被试倾向于认同其能够维持社交网络中的自我形象, 而 28.5%的被试倾向于不认同。

Table 3. Analysis of self-presentation and identity construction in WeChat Moments
表 3. 微信朋友圈的自我呈现与身份建构分析

题目	选项	频数(次)	百分比(%)
在发布微信朋友圈前, 我会斟酌要发表的内容, 是否符合自己的形象与身份	完全不符合	8	4.23
	比较不符合	13	6.88
	不确定	26	13.76
	比较符合	103	54.50
	完全符合	39	20.63
在微信朋友圈中, 我会很在意好友对我的关注度 (如点赞、评论等)	完全不符合	19	10.05
	比较不符合	22	11.64
	不确定	27	14.29
	比较符合	95	50.26
	完全符合	26	13.76
我很注意自己在朋友圈所呈现出的个人形象	完全不符合	7	3.70
	比较不符合	16	8.47
	不确定	28	14.81
	比较符合	102	53.97
	完全符合	36	19.05
我乐于在朋友圈中展示自己优秀的一面	完全不符合	8	4.2
	比较不符合	19	10.1
	不确定	38	20.1
	比较符合	93	49.2
	完全符合	31	16.4
我在朋友圈中的表现真实反映我的内心思想和情感	完全不符合	7	3.7
	比较不符合	15	7.9
	不确定	47	24.9
	比较符合	87	46.0
	完全符合	33	17.5
我避免在朋友圈中表现出一些负面的态度和行为	完全不符合	9	4.8
	比较不符合	19	10.1
	不确定	39	20.6
	比较符合	90	47.6
	完全符合	32	16.9
我在朋友圈中的表现跟现实中的表现是一致的	完全不符合	7	3.7
	比较不符合	14	7.4
	不确定	40	21.2
	比较符合	101	53.4
	完全符合	27	14.3
我认为朋友圈“最近三天可见”能够维持社交网络中的自我形象	完全不符合	15	7.9
	比较不符合	39	20.6
	不确定	56	29.6
	比较符合	63	33.3
	完全符合	16	8.5

Continued

我认为朋友圈“最近三天可见”能保护个人隐私	完全不符合	5	2.6
	比较不符合	25	13.2
	不确定	27	14.3
	比较符合	104	55.0
	完全符合	28	14.8
我认为朋友圈“最近三天可见”可能阻碍人际关系发展	完全不符合	23	12.2
	比较不符合	58	30.7
	不确定	55	29.1
	比较符合	49	25.9
	完全符合	4	2.1
我认同“朋友圈不设时间限制的人过的更加坦荡”	完全不符合	23	12.2
	比较不符合	45	23.8
	不确定	59	31.2
	比较符合	49	25.9
	完全符合	13	6.9

3.4. 微信朋友圈使用过程中的性别及年级差异

通过分析不同性别设置的朋友圈可见范围发现，相对于女性被试，更多的男性被试设置了“最近三天可见”。在内容上，男性被试在朋友圈发布内容最多的是自己感兴趣的音乐、文章、影片等，而女性被试发布内容最多的是旅游风景、逛街聚会照片。49.3%的男性被试朋友圈发布的内容中有对热点事件的看法，但仅有 8.47%的女性被试会发布这一内容。其次，在朋友圈浏览频率上，女性被试在微信朋友圈中花费的时间更多。女性被试平均每天浏览朋友圈次数超过 9 次的占 27.12%，男性仅占 15.5%。

相对来说，低年级的被试更较少地设置“最近三天可见”，大一的被试也更认同“朋友圈不设时间限制的人过的更加坦荡”的说法。在设置朋友圈“最近三天可见”的原因中，选择“有利于维护个人形象”的被试从大一的 35.71% 上升至大三的 84.38%，在大四的比例有一定回落，但仍高于大一。年级更高的大学生被试也更倾向于认同朋友圈“仅三天可见”能够维持社交网络中的自我形象，比起低年级的大学生，高年级的个体更在意社交网络中自我形象的呈现，并采用相应的印象管理策略。

4. 讨论

本研究结果展示了大学生在微信朋友圈使用中的自我呈现和身份建构，以及其中的性别及年龄差异。在现实中的社交可能个体碍于某些因素，会有保留地展露自我。网络社交的开放性让个体有更多机会表现出不为好友所熟知的一面。在网络社交中，个体对于自己的身份建构有更大的可控性。通过选择表露自我的方面，以及表露的程度等，个体能够在网络社交中呈现出自己所希望表现出的形象。从某种意义上来说，网络社交中自我身份建构也是个体整体构建的一个重要部分。

微信朋友圈作为大学生群体使用频率较高的社交应用之一，对个体在网络空间中的自我呈现和人际交往有着重要意义。大学生正处于社交需求较为旺盛的时期，一方面可以通过微信朋友圈展示自己优秀的一面，在微信中表现为发表朋友圈来获得好友的点赞或评论，在这一过程中与他人进行互动，以此获得同辈群体的认同与赞赏，从而产生归属感和安全感。另一方面，在信息时代个体的“不安全感”，使个体害怕过度的自我暴露会使自己陷入信息泄露的漩涡中。能够通过微信朋友圈“最近三天可见”的功能，在某种程度上给予个体心理安慰，不必担心当下朋友圈发表的内容对将来造成负面影响，或是信息被他人盗用。避免自己的信息发出后，处于某种意义上的“被监视”状态中。人作为社交的动物，有着

强烈的情感需求，在情感需求与不安全感的激烈碰撞中，“最近三天可见”使两者达成平衡。既保证了正常的人际交往和基础，又带来了更高的安全感，使个体在社会互动与自我保护之间保有适当的限度。

参考文献

- 刘庆奇, 孙晓军, 周宗奎, 牛更枫(2015). 社交网站中的自我呈现对青少年自我认同的影响: 线上积极反馈的作用. *中国临床心理学杂志*, 23(6), 1094-1097.
- 欧文·戈夫曼(2016). *日常生活中的自我呈现*(冯钢, 译). 北京大学出版社.
- 覃明兴(2005). 移民的身份建构研究. *浙江社会科学*, (1), 88-94.
- 唐魁玉, 唐金杰(2016). 微信朋友圈的人际互动分析——兼论微生活方式的兴起及治理. *江苏行政学院学报*, (1), 79-87.
- 威廉·詹姆斯(2019). *心理学原理*(方双虎, 译). 北京师范大学出版社.
- 袁周敏, 方宗祥(2008). 言语交际中的身份建构及其理据研究. *南京邮电大学学报(社会科学版)*, 10(3), 56-59+63.
- 赵晔琴(2013). 身份建构逻辑与群体性差异的表征——基于巴黎东北新移民的实证调查. *社会学研究*, (6), 193-214+245-246.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107, 34.