



成绩	
----	--

西北大学

本科生学年论文

论文题目：拟剧理论视角下大学生在社交媒体的自我呈现研究
——以微信朋友圈为例

学生姓名 聂显敏
学 号 2022106078
院 系 新闻传播学院
专 业 网络与新媒体
年 级 2022 级
指导教师 赵双阁

年 月 日

诚信声明

本人郑重声明：本人所呈交的学年论文是在导师的指导下独立进行研究所取得的成果。学年论文中凡引用他人已经发表或未发表的成果、数据、观点等，均已明确注明出处。除文中已经注明引用的内容外，不包含任何其他个人或集体已经发表或在网上发表的论文。

特此声明。

论文作者签名：_____

日 期：20 年 月 日

摘 要

社交媒体的不断发展，不仅改变了人类传播信息的方式，还深刻影响了我们交往的方式。现如今，微信朋友圈已成为大学生自我呈现的重要平台。并随着微信朋友圈功能的升级，大学生通过发布文字、图片、视频等内容，在朋友圈展现虚拟的自我，实现自我表达、情感交流和社交互动。正由于微信朋友圈突破了时空限制，具有快速传达信息，拓展社交等方面的优点，吸引了众多大学生关注与使用。本文以拟剧理论视角解释大学生在微信朋友圈的自我呈现，研究大学生微信朋友圈主要呈现内容、他们所呈现内容的动因、其背后所展现的社会与个体的互动等。通过挖掘个体在日常生活中与微信中的自我呈现的差异性，并且以此为指导。引导大学生正确理解社交媒体中自我形象呈现行为的实质，为人们应对形象呈现与构建过程中的衍生问题及困境提供思路。

关键词：拟剧理论；微信朋友圈；自我呈现；社交媒体

Paper Title

Abstract

The continuous development of social media has not only changed the way humans disseminate information, but also profoundly influenced the way we communicate. Nowadays, WeChat Moments have become an important platform for college students to present themselves. With the upgrade of WeChat Moments function, college students can showcase their virtual selves in their moments by posting text, images, videos, and other content, achieving self-expression, emotional communication, and social interaction. It is precisely because WeChat Moments have broken through the limitations of time and space, with the advantages of quickly conveying information and expanding social networks, that it has attracted the attention and use of many college students. This article explains the self presentation of college students in WeChat Moments from the perspective of dramaturgy, studies the main content presented in college students' WeChat Moments, the motives behind the content presented, and the social and individual interactions behind it. By exploring the differences in self presentation between individuals in daily life and WeChat, and using this as guidance, it guides college students to correctly understand the essence of self-image presentation behavior in social media, and provides ideas for people to deal with the derivative problems and difficulties in the process of image presentation and construction.

Keywords: dramaturgy; WeChat Moments; Self presentation; Social media

目 录

1 引言	1
1.1 研究背景与研究问题.....	1
1.2 核心概念与文献综述.....	1
1.2.1 拟剧理论.....	1
1.2.2 自我呈现.....	2
1.2.3 微信朋友圈.....	2
1.2.4 文献综述.....	2
1.3 研究价值与方法.....	3
1.3.1 研究价值.....	3
1.3.2 研究方法.....	4
2 大学生在微信朋友圈中的表演角色	5
2.1 精致“我”	5
2.1 真实“我”	5
2.1 工具“我”	5
3 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现的现象	6
3.1 内容上的自我把关	6
3.2 形式上的有意选择.....	6
3.3 受众的分类和隔离.....	6
4 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现原因	7
4.1 真我的情感流露	7
4.2 自我的形象修饰	7
4.3 满足自我社交需求	8
5 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现机理	9
5.1 自我披露式的社交互动	9
5.2 自我呈现下的身份构建	9

5.3 自我寻求中的群体归属	9
5.4 自我焦虑中的无奈选择	9
6 大学生微信朋友圈自我呈现的问题	10
6.1 虚拟世界景观化下的自我迷失	10
6.2 同质化分享后的社交疲倦	10
6.3 前后台分裂带来的表演压力	10
6.4 信息安全与舆论的偏向.....	11
7 应对问题的建议	11
7.1 对传播主体：理性看待工具，正确调节自我.....	11
7.2 对受众：提高媒介素养，理性辨别信息.....	11
7.3 对微信平台：产品转型升级，加强信息监管.....	12
8 结语	12
8.1 研究结论	12
8.2 研究局限及不足	12
参考文献.....	14

1 引言

随着互联网技术的迅猛发展，移动设备的广泛使用，个体社交行为不再局限于线下，线上的社交行为也变得更加普遍。微信作为线上社交 app 的典型代表，由于其社交对象的特殊性使得在研究微信朋友圈中的自我呈现现象时也更有现实意义与时代价值。

1.1 研究背景与研究问题

根据中国互联网络信息中心发布的第 54 次《中国互联网发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 6 月，我国网民规模近 11 亿人（10.9967 亿人），较 2023 年 12 月增长 742 万人，互联网普及率达 78.0%。^①而微信作为中国社交媒体的主要平台之一，受到广大国民的普遍使用。截至 2024 年上半年，微信及 WeChat 的活跃用户规模达到 13.7 亿人，其中 35 岁以下人群占比 49.03%。作为 35 岁以下群体，大学生在社交媒体平台的使用中，微信是最受欢迎的应用之一。数据显示，大学生群体中，微信的使用频率高达 25.1%，仅次于抖音。^②相较于微信更强指向性的聊天社交，微信朋友圈作为较弱指向性的社交圈，其内容多样，主要依靠文字、照片以及视频等媒介形态在单一渠道传播。

在这个快节奏的信息社会，微信朋友圈已经不仅仅是简单的分享日常的平台，它逐渐成为了个人品牌、形象管理和情感展示等的场所。而在最近几年，“预制朋友圈”、“精装朋友圈”等受到广大网友的追捧，这一新兴的社交媒体现象成为了当下年轻人探索自我与展示生活的工具。

基于以上观察，本研究将聚焦大学生群体在微信朋友圈的自我呈现，结合质性研究方法，通过对大学生公开朋友圈所呈现内容的分析，深入挖掘大学生在社交媒体中的自我呈现动机、策略以及更深层次的社会动因。具体包括以下问题：大学生在微信朋友圈扮演什么角色？他们通常如何在朋友圈呈现内容？他们所呈现内容的原因是什么？大学生的这种呈现实践显示了社会与个体之间的何种互动关系？这种关系是否存在一定的问题？我们又该如何解决这些问题？

1.2 核心概念与文献综述

1.2.1 拟剧理论

美国学者欧文·戈夫曼在其著作《日常生活中的自我呈现》中提出拟剧理论是借助戏剧的类比来对日常生活进行研究的一种理论。他认为，人们在日常生活中就像舞台上的演员一

^① CNNI:《中国互联网发展状况统计报告》，中国互联网信息中心

^② 艾媒咨询：《2024 年大学生消费行为调查报告》

样，通过各种方式展示自己，并在他人心目中塑造自己的形象。这一理论将人与人之间的互动视作一种主要基于印象管理手段的表演，强调个体在互动过程中如何运用技巧来塑造自己的形象，从而影响他人的看法和行为。其主要包括角色、舞台、观众等概念。

1.2.2 自我呈现

自我呈现通常指的是个体通过一系列行为和动作来完成对自我形象的塑造，旨在影响他人的看法和态度，进而实现个体的社会目标和愿望。社交媒体中的自我呈现是一种常见的、具象化的社交媒体使用行为，拓宽了个体自我呈现的方式，更多的人使用社交媒体平台进行互动。^[1]

1.2.3 微信朋友圈

微信朋友圈是腾讯微信应用中的一项社交功能，于 2012 年 4 月 19 日随微信 4.0 版本首次推出。它允许用户分享文字、图片和视频，引入地理位置分享与隐私设置功能，并与好友进行互动，如点赞和评论。截至 2024 年，微信朋友圈支持发布实况照片，进一步丰富了用户的分享方式。

1.2.4 文献综述

（1）关于微信的研究

微信作为一款集多重功能的社交 app，在学界常被用来研究人际传播。

在已有的研究中，对于微信的研究主要集中在本质属性、作用影响、策略营销等方面。在传播层面，方兴东等学者认为微信主要以点对点传播为核心，其传播途径主要分为三种：一是好友间的直接传播，二是朋友圈的分享传播，三是信息的接收。靖鸣等学者指出，微信的点对点交流具有私密性，朋友圈作为一个基于熟人关系的虚拟社区，展现了较高的真实性。聂磊认为，微信提供了去中心化的平台，人们在双向交流时互为主我。这些都对本研究提供了更加深入的认识。

（2）关于大学生在微信朋友圈自我呈现的研究

近年来关于大学生在社交媒体的自我呈现研究较多，但基于拟剧理论视角下研究大学生自我呈现的论文较少，针对大学生在微信朋友圈自我呈现的研究更是少之又少。微信的朋友圈作为一种主体的受众较为特殊的平台，其受众的主要成员是个人熟知的人，研究起来也更加特殊。

在已有的研究中，国内对于这一论题的研究尚不够全面。针对大学生在朋友圈呈现的机理中，周源源在《拟剧理论视角下大学生在社交媒体的自我呈现研究》中探讨大学生微信平

台自我呈现的机理与意义时并没有站在大学生自身的主观条件下考虑，没有提及大学生的情绪心理因素，如在社交焦虑下的无奈选择这一主观原因等等，而是概括了这一现象背后的一般性机制，研究得不够全面。方杏在《微信朋友圈的自我呈现研究中》针对微信朋友圈作为私密的小世界，在后置前景情境下真实身份的回归中指出人在头像昵称等方面的真实性表征，却没有提出情感上的真实回归，以及这类角色所扮演的一般性特征。孟媛在《大学生群体在微信中的自我呈现研究》指出，朋友圈的呈现活动也具有一定的戏剧化问题。也就是说人们在发布时为其多加装饰，但没有考虑到工具性的个人在发表后存在的信息安全等问题。

针对大学生呈现现象背后的深层问题，白若南认为，部分个体难以满足在朋友圈的一般呈现，转向炫耀性自我形象呈现甚至虚假呈现，使人格极端化。马宣认为，朋友圈的过度美化使熟人之间也存在信任危机。杨婉婉认为，部分大学生在朋友圈自我表达时还存在表达失控等问题，引起不必要的恐慌。由此看来，朋友圈的存在除了社交的功能，还存在一些问题需要解决。

另一方面，这一问题背后存在的问题是否能为微信平台的升级改进做出可行的建议，这也是目前研究并没有提及的。

伴随着微信平台的升级，其展示的场景也发生了细小的变化，比如增加发表实况照片，增加朋友圈话题标签等，这些领域都尚可研究。此外，知网上对于微信朋友圈的应用研究较多，多为技术层面的研究，而人文社科方面的研究仍有补充的空间。我的看法是这方面的研究不够深入，我承认他们的研究结果，但我仍然坚信我可以在前辈的研究上有着更加深入的，更加全面的研究结果。

综上所述可以发现，已有的研究者的研究尚不够全面。针对大学生在微信朋友圈的自我呈现研究还尚未形成一套完整的深入的逻辑系统，针对的群体性也不够明显。因此本文通过在现实和网络田野调查的方法，深入分析大学生在微信朋友圈的角色扮演，并针对这类群体在朋友圈呈现的现象探究其形成的原因，用拟剧理论视角下做以解释。针对其中存在的问题，提供解决思路与路径。

1.3 研究价值与方法

1.3.1 研究价值

(1) 理论意义

自我呈现是社会学和心理学的议题，戈夫曼首次用它来分析面对面交流。随着互联网和社交媒体的发展，自我呈现在新闻传播学中成为研究用户行为的重点。在以往自我呈

现研究中，基于社交媒体的匿名性，个体往往会呈现出真实的自我，将个人真实想法呈现在媒体上，其研究也相对较多。而对于熟人社交网络的自我呈现行为研究较少，一方面由于此类社交媒体较少，研究起来相对困难。另一方面，这类社交媒体的研究角度较少，研究者难以发掘。微信作为新兴社交媒体，私密性强，朋友圈与现实圈子重合度高。因此，将微信的朋友圈作为研究对象可以弥补熟人社交自我呈现上的研究缺陷。此外，通过分析用户在朋友圈中的自我呈现方式、特点、影响等，加深对微信这一新兴空间的认识，可以挖掘自我呈现理论在熟人移动社交网络时代的新意。此外，这对于微信 app 本身的实践指导具有理论意义。

（2）实践意义

微信作为中国人日常生活中使用较多的社交媒体，在现实与人的联系性更强。通过深入剖析个人在微信朋友圈的呈现，挖掘个体在日常生活中与微信中的自我呈现的差异性，并且以此为指导，引导大学生正确理解社交媒体中自我形象呈现行为的实质，了解社交媒体对个人存在方式和社会关系的影响，为人们应对形象呈现与构建过程中的衍生问题及困境提供思路。此外，随着微信在朋友圈上功能的升级，个体的呈现形式也有所不同。通过分析个体呈现的选择，也能帮助微信 app 弥补其他功能的缺陷，进一步完善系统，为人类提供更好的服务与体验。

1.3.2 研究方法

（1）田野调查法

田野调查法，是由功能学派代表人物马林诺夫斯基开创并用于实践的，是人类学和社会学中重要的调查方法，在他之前的人类学发展过程中，对于资料的收集还未脱离历史遗留这个范畴，当这些资源并不能帮助人类学更完全揭示文化本质时，田野调查法得以诞生。^①田野调查法需要调查者全身心投入到某个群体的持续性社会活动中，以达到更深入层次的理解。

^[2]本研究中由于调查对象是笔者的室友，对她们的信息和生活较为了解，更多采用半参与式观察，深入到大学生群体中对其发布朋友圈内容做以深刻观察，同时对大学生线下内容做以考量。田野点位于西北大学长安校区。笔者在观察中保持着冷静与深刻的思考，对其室友的生活展开了记录和总结。此外，本文对观察者进行了化名处理，合理保护他们的隐私安全。

（2）文本分析法

^① 马林诺夫斯基. 文化论. 华夏出版社, 2002.115-118.

文本分析法是对文本讯息内容、结构和功能进行描述和深层次解释意义的质性研究方法，文本不限于文字，电影视频、表情包符号，图片等都可以作为文本。同时，分析的过程也是诠释意义的过程，观察的角度不同，得出的解读结果也不相同。^[3]

本文研究观察对象发布朋友圈中的头像、昵称、文本、图片、视频、点赞和评论等客观行为，解读其背后存在的原因机制等。

(3) 案例分析法，又称个案研究。该研究方法是从个别到一般，将实践凝练成理论的过程。在这个过程，深入的研究情景想象中的人、事、结果最后得出贴合的理论^{错误!未找到引用源。}。选用案例分析法，是因为所选择人群与调查者地理位置上较为临近，便于观察分析，并以此推出整个研究的结论。

2 大学生在微信朋友圈中的表演角色

根据笔者在田野笔记中对于观察者在微信朋友圈的自我呈现，结合研究者的自身实践，大学生微信朋友圈自我呈现的角色主要包括但不限于以下情况。

2.1 精致“我”

部分大学生在内容上追求“精致”，常常选择加工或编辑到理想状态的内容进行发布。在最近爆火的“精装朋友圈”即为这类角色的表演成果。这类表演模式花费的成本更高，时间更多，所期望的效果更强烈。他人的反馈带来的主观影响较大，更容易影响内容的修改与发布。

同时，在田野笔记中观察发现，此类表演角色选择的人也较多。在前台上表演的意愿也更加强烈。主要是为了达到修饰等作用，给他人留下好的印象，同时在心理上也会产生愉悦等积极情绪。但由于现实与理想的差距，精致“我”这类角色呈现的割裂现象也较为严重，甚至出现自我欺骗等社会普遍性问题。

2.1 真实“我”

真实即为不加修饰。真实“我”就是将个体主观的思想、行为客观地呈现在微信社交媒体上，这与表演者当时的心理息息相关。此类表演模式呈现的前后台一致性较高，其表达上主要包括情感与内容的直接输出。与表演者本身的联系更为直接，其表演者一般花费的成本较低。从舞台上设计上观察，这类角色的可实施性和完成度较高，其目的主要为个人的输出带来情绪等价值，但对于观众的反应反而较少关注。网络用语“玩的就是真实”即为这类表演性角色的一个重要体现。

2.1 工具“我”

工具指的是为达到某目的而采用的事物。工具“我”就是为了达到某一目的，不加情感修饰，而去进行社交。在心理学角度出发，表演者的出发点包括主动和被动两种情况。例如，在转发他人分配的任务时，该类表演者可能处于被动的选择；相反，在转发抽奖等利于个人利益的活动时，该类表演者大多数处于主动状态。

在表演内容上，这类角色在微信朋友圈的呈现更偏向于工作和学习的表达，通常表现为转发公众号等成果性内容。这类模式表达的目的性较强，对其分享内容后获得的成效期待性也较高，但投入的成本相对较低。从舞台设置上来说，这类表演角色所展现的前后台关系性更弱，表演的意愿也更弱，但也存在一定的弊端。

3 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现的现象

3.1 内容上的自我把关

前台表演作为拟剧理论的核心概念之一，指的是个体在公共场合或特定社交环境中，为了塑造和维持自我形象而进行的展示性行为。前台表演的特点在于其高度的动态性和调适性，即人们会根据自己的角色定位和观众期待来灵活调整自己的表演策略和内容。大学生在微信朋友圈中发布动态时，会进行内容上的自我把关，即精心挑选和编辑要发布的内容，以确保其符合自己的形象和价值观，并吸引他人的关注和认同。这包括了对文本的编辑，图片的选择，地理位置的适配性等，其共同协调下传达目标意图。

3.2 形式上的有意选择

在拟剧理论中，前台表演是个体在公共场合或特定社交环境中，为了塑造和维持自我形象而进行的展示性行为。而形式上的有意选择，则是指个体在进行前台表演时，对语言、行为、着装等外在表现形式的精心挑选和组合。这些形式不仅是表演内容的载体，更是表演风格、氛围和情感表达的直接体现。通过精心策划的形式选择，个体可以塑造出符合自己期望和角色定位的自我形象，适应不断变化的环境和情境，实现特定的社交目标。

3.3 受众的分类和隔离

当一个剧班的成员都转入后台时，观众就看不见或听不见他们了，而他们就经常以这种方式来贬损观众，这与给予观众的那种面对面的对待方式是极不一致的。在拟剧理论的视角下，大学生还会对受众进行分类和隔离，以确保自己的表演能够精准地传达给目标观众，避免不必要的观众。他们可能会根据不同的社交圈子或关系类型来发布不同类型的动态，以维护自己的形象和社交关系。这种受众分类和隔离的行为有助于大学生更好地管理自己的社交形象和关系网络。

4 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现原因

戈夫曼将人们在社会中扮演的角色类比为舞台中的“前后台”。前台是演员表演的区域，是展现在公众面前的区域。后台是演员休息，公众无法直接看到的区域，具有较强的私密性。在日常生活中，大学生会根据不同的社交场合来调整自己的社交行为。

4.1 真我的情感流露

自我表现是调整自己的行为以给他人创造某个特殊的印象的过程。进行自我表现可以实现如下社会目标:促进社会交往、获取物质或社会奖赏、自我的建构。^[4]梅罗维茨在戈夫曼的研究基础上将使用场景拓展到电子媒介，他认为，新媒体的发展让传统的后台领域暴露在前台中，前后台的边界逐渐模糊化。如果把微信好友当作公众，不少大学生选择将前后台模糊化，将自己的主观意识直接暴露在朋友圈内，以达到情感的流露。美国人本主义心理学家西尼·朱拉德在《透明的自我》一书中（1958年）提出的“自我表露”概念，即“告诉另外一个人关于自己的信息，真诚地与他人分享，提出自己个人的、私密的想法和感觉的过程。”微信朋友圈的表达形式简单及时，他们往往可以通过他人的点赞和评论，以此来达到自我满足的目的。

2024年11月25日23时，朱同学发表了一则朋友圈，内容关于大学生的作业问题。文字内容为：12.20.....没...没事...还能活。并配有截至作业整合与流汗的表情包。

点赞数为21，评论内容有五条，基本上是对作业内容的真实吐槽，并都得到了朱同学的回复，回复内容均为对意见的统一。

线下对朱同学采访时，她表示这是她当时收到班级群里作业消息后情感的真实流露。当其他同学表示作业太多或者未完成时，她的焦虑情绪也得到了缓解。

自我呈现的动因包含了呈现的目的。当大学生发布朋友圈传达情感时，其前后台得到了统一，往往是其情感的真实流露。上述笔者记录中，朱同学的发布动因是宣泄焦虑的情感，发布时间是深夜，发布内容表示无语，通过对其回复内容得到研究结果，其达到了预设的目的。通过观察当天类似同学的朋友圈内容发现，其后台的情感真实公开透明的展现在公众面前。

4.2 自我的形象修饰

朋友圈的受众是有选择的受众，即场景是有选择性的。在最近流行的“毛坯人生，精装朋友圈”网络用语上，这种精装即是对场景有选择地表达。朋友圈作为一种虚拟环境，其内容生产带有作者的主观能动性，往往可以有效的隐蔽表演者的缺点，借助文本、图片等来构

建目标中的形象呈现给受众，以获得评价与反馈，从而达到自我认可，并为其注入呈现的动力。例如给图片精修，选择合适的文案和表情包，有选择地呈现图片等。

2024 年 11 月 17 日 0 时，小王同学发布了这样一则朋友圈，没有文字，内容是四张中国国家地理展览图的四张实况照片，其中三张是展览作品图片，一张为小王背影图，内容是观看展览图片。其中包括具体的定位。评论区的评论内容包括“哇”“这几张图片真美”等表示夸赞的内容。

线下采访小王发布该则朋友圈原因时，她说：“我是一个不爱学习的人，但是这次展览内容是地理上的自然景观动物图片等，看起来很有趣。我发布这则朋友圈或许能够体现我是一个具有艺术修养的人。”

根据在时间点和位置上的判断，这则朋友圈是典型的预制朋友圈，其在拍摄时间与发布时间存在一个时间差，其预制过程主要包括对图片的选择，以及拍摄点的预制定位。拟剧理论认为，人们都像舞台上的演员，努力地让“观众”（我们周围的人）相信自己是某种人，其实我们可能并非这种人。^[5]从前台来看，这则朋友圈发布的目的是为了修饰自己不爱学习的形象，展现自我的艺术修养；从后台来看，作者与前台的形象具有二我差，分裂了真实的自我。

4.3 满足自我社交需求

微信作为现代社交的虚拟舞台，其高度的现实好友融合度为用户提供了一个无缝衔接线上与线下的社交平台。用户作为演员，在微信这一舞台上继续扮演着他们在现实生活中既定的角色，如家庭成员、朋友、同事等，这种角色的一致性确保了线上互动的真实性和深度。用户通过朋友圈发布的内容，如个人照片、生活感悟、工作动态等，构成了其在微信舞台上的前台表演。这些精心策划的内容不仅展示了用户的个人形象和生活状态，更成为了构建话题、引发互动的关键要素。微信朋友圈的互动机制，如评论和点赞，为剧班提供了强大的造势工具。观众的参与不仅是对表演者前台表演的反馈，更是对剧班氛围的营造。随着评论的不断组合变换，形成了多样化的“表演剧目”，这些剧目在增强用户自我呈现的同时，也促进了剧班内部成员间的情感交流和关系维系，从而满足了用户的社交需求。

2024 年 12 月 2 日 21 时，周同学发布了这样一则朋友圈，内容文字是：现在哪里有水可以洗澡，内容上有意选择了同一所大学学生作为受众。其评论区内容是关于澡堂是否水的评论。

这则朋友圈内容的目的是社交需求，寻求生活中的问题结果，包含了作者的期待。受众在评论区进行评论时遵循了这种互动仪式，满足了周同学的社交需求，还维护了与同学之间

的友谊。

5 拟剧视角下大学生微信朋友圈自我呈现机理

5.1 自我披露式的社交互动

社会是自我与他人互动的产物，社会的本质在于两者间的互动。微信朋友圈作为一种广泛使用的社交平台，为大学生提供了展示自我和进行社交互动的空间。在这个空间中，他们的观众是个人有选择的观众，当他们通过选择性地分享个人信息时，就形成了一种自我披露的社交互动模式。在保护隐私和安全的前提下，表演者通常选择与个体切实相关的内容发布，包括情感状态、自我认同、生活经历等相关的信息。当某个内容得到情感共鸣或认同时，就会得到反馈，即完成社交互动。

5.2 自我呈现下的身份构建

身份是可以通过自我呈现的内容来改变其他人对其的认知。当个体在社交媒体上展现其积极一面时，他人对其身份的印象就会是积极的，反之则为消极。当他人对其呈现内容展开互动，比如点赞认同，评论许可时，就会加强身份的持续构建，强化身份的认同，同时在得到反馈后会根据某项建议来增强某项身份特征，更好的构建目标身份。这使得个人身份更接近于预期目标，更容易融入特定的社会群体。在微信朋友圈中，线上的操作使身份构建起来更加容易，更有助于推动线下身份的建立，并完成特定的。

5.3 自我寻求中的群体归属

面对不同的人群，大学生会在分享内容时，考虑到所选择观看对象的兴趣和偏好，展现出他们所感兴趣的内容，积极寻求情感的连接，以达到合群的目的。这种自我呈现不仅是对个人形象的塑造，还吸引相同价值观兴趣等的个体聚合，体现了个体在群体中的角色认同和归属感的建立。在微信朋友圈中，点赞、评论和转发等互动行为，使得大学生能够与他人建立更紧密的联系。通过积极参与社交互动，个体能够获得来自同伴的支持和认可，进一步巩固其在群体中的位置。这种互动不仅促进了个体与群体之间的联系，也加强个体对于群体的归属感。

5.4 自我焦虑中的无奈选择

当个体现实与理想之间存在落差时就会产生焦虑，而当他者将个人的“成功”经历传播到社交媒体上就会造成他者的焦虑。这些理想使得他们必须在展现真实自我与作比较时会产生选择。当其他表演者在舞台上展示时，也会造成表演者的压力，他们不得不选择展示那些被视为“成功”的生活片段，如学业成绩、个人资产等，忽视了自身真实的想法。这种自我

的比较会导致内心的焦虑与不安。同时，由于微信朋友圈的及时性会加剧这种焦虑情绪，比如在好朋友同一个聚会上，其他表演者在某个时间段发表了相关的聚会内容，作为“我”的表演者就会感受到隐形的压力和焦虑，其中可能包括个人的比较、他人目光的监测等，在无奈的选择下发布了朋友圈内容。这种无奈的选择削弱了自我表达的真实性，甚至增加个体的其他负面情感。

6 大学生微信朋友圈自我呈现的问题

6.1 虚拟世界景观化下的自我迷失

“景观”一词由居伊·德波在《景观社会》中提出，其指出景观是对世界的视觉化呈现，也就是有意识的表演。“分离是景观的全部”，景观分离了消费社会存在的一切，尤其是我们的自我主体性。^[6]戈夫曼认为“景观”是指个体在自我呈现过程中基于主观意识控制而进行的社会化表演。^[7]由于部分个体在发布朋友圈时，过于执着于内容的理想化目标，大量使用美化软件、编辑工具来过度包装，比如“精修图片”就是来展现理想中的自我或者场景，来获得满足感等情感需求，我们就会掉入景观化的循环，认为理想化的自我就是真实的自我，拉大了主我与客我的差异化，形成矛盾，并在该循环中迷失自我。正如德波在书中表示，我们的真正需求已经不是发自内心，而是被景观的图像堆积蒙蔽。

6.2 同质化分享后的社交疲倦

朋友圈作为一个开放自由信息高度共享的平台，其内容生产形式较为简单。随着社交媒体的发展，大数据的算法和社交环境促使大学生倾向于模仿流行的分享模式。面对大量相似的内容，如旅游自拍、聚会合影和学习成就的展示，用户很容易感到审美疲劳。这种同质化的分享不仅减少了内容的多样性，也削弱了用户的参与感。大学生们在不断接收到类似的信息时，可能会产生一种孤独感，尽管他们的朋友圈充满了互动，但深层次的情感连接却因缺乏真实和独特的自我表达而受到影响，这势必会带来社交疲倦。其包括两部分内容，一是心理上的疲倦，二是行为上的疲倦。心理上的社交疲倦，往往表现在沮丧感、疲惫感、排斥等负面情绪，这直接影响了朋友圈受众的观看兴趣。在行为上，受众为了减少疲倦感往往会选择屏蔽或者逃离，去其他社交平台开设账号等。这些往往使得表演者的理想目标适得其反。

6.3 前后台分裂带来的表演压力

在心理等多方面原因的促使下，前台的表现形式要求大学生在社交媒体上展现出理想化的自我形象，部分用户在进行朋友圈内容发布与经营时，也会选择在一定程度上伪装自己或者只呈现较好的一面，不愿将最真实的自我呈现在网络上。^[8]他们需要发布符合社会期待

的内容，如成功的学业、丰富的社交活动以及积极向上的生活态度。这种对形象的过度关注，使得许多大学生在内容选择和编辑上投入大量精力，甚至不惜修饰现实，以求在朋友圈中获得他人的认可和赞赏。这种表演压力使得个体在呈现中感到疲惫，迫使他们不断维持一种“完美”的外在形象，进而影响心理健康。后台的真实自我常常与前台的表演形成鲜明对比。在微信朋友圈中，大学生的真实情感和日常生活常常被掩盖，导致内心的孤独感和焦虑感日益加重。尽管他们在社交媒体上展现出光鲜亮丽的生活，然而在私下里，可能面临学习压力、人际关系困扰等多重挑战。这种前后台的分裂，使得他们在表达自我时感到空虚，甚至在面对他人期待时产生强烈的焦虑感。

6.4 信息安全与舆论的偏向

朋友圈作为信息分享的平台，其受众主要是与传播主体关系较为亲近的关系，也就会导致对其传播信息的信任度增加，客体对虚假信息的甄别能力也会下降，容易对虚假信息形成信任与传播。同时，朋友圈的大量转发评论公众号和其他链接内容也会造成观众想法的多样性，这种信息泛滥导致客体接收信息之后产生多极化的想法，多极化的观点让大众传播的舆论引导功能处于弱势，^[9]形成舆论失焦等多重社会问题。例如，2024 年贞观发布的《一个出租屋女孩，死在了我出租的公寓》引起大量人员转发，其中包括大量大学生，使得舆论失焦，舆论偏向于公众对自媒体新闻伦理和准确性的讨论，一来公众大量转发了不实信息，二来舆论转向对新闻界的批判，降低了公众对自媒体新闻的信任度，短时间互联网上充斥着对社会问题的消极言论等。

7 应对问题的建议

7.1 对传播主体：理性看待工具，正确调节自我

微信的本质是帮助公众信息交流的工具，微信朋友圈作为微信的一个重要组成部分，其本质更是交流娱乐的延申性结果。大学生在使用微信朋友圈时要认清其本质，避免不必要的迷失与焦虑，正确使用微信的社交性功能。同时，在发布内容时，需要遵从内心，合理使用其他编辑工具，做好主我与自我的统一，协调好二者差，做好前后台的隔离，加强信息安全意识和舆论素质的教育，维护互联网的安全稳定。

7.2 对受众：提高媒介素养，理性辨别信息

微信朋友圈的受众作为传播者有选择的受众，与其关系也较为亲近，更需要理性辨别信息，不能因为关系而放松了对信息的识别能力，做到客观理性的评论。通过提高媒介素养，理性辨别信息，受众可以更自信的自我呈现，帮助他们过滤低质量的信息，增强自我保护意

识，选择适合自己的表达方式，并非单纯的迎合他人的期待，从而改善朋友圈内容的质量，增强彼此的信任感和情感联系，形成更加健康的社交环境。

7.3 对微信平台：产品转型升级，加强信息监管

微信作为社交平台 app，要从消费者的需求出发，及时发掘消费者的潜在需求，不断转型升级。比如在大学生的需要得到情绪安慰与释放时应该新添保护隐私且满足需求的独立性功能，以达到最佳的预期效果。同时在朋友圈的信息管理上，要做好及时的舆情监测，正确引导受众对虚假信息的辨别，提高传播主体与受众的媒介素养。因此，不管是传播视频为主要内容的社交平台，还是以文字交流为主要内容的社交平台，他们作为当下信息分发和流动的重要渠道，都应该提高对舆论的认知，对信息真实性的及时考察吗，建立信息真审查机制，自觉树立把关意识，积极承担社会责任，弘扬主旋律，加强监督评价机制，包括独立的媒体监管机构、公众参与的舆论评价平台等，通过对舆论传播过程的监督和评价，及时发现和纠正舆论失焦问题，保障公众获取真实和客观的信息。其次在算法推荐上平衡推送内容的多样性，确保具有真正新闻价值的公众信息得到及时、有效的传播。^[10]

8 结语

8.1 研究结论

伴随着互联网技术的迅猛发展，移动智能终端的革命性进步，信息交流的工具也在不断发展。本文以微信朋友圈为案例研究大学生在社交媒体的自我呈现，其中探讨了自我呈现的动因、策略、背后所呈现的机制以及自我呈现表层下的部分问题，并得到建议：构建和谐理性的社交环境不是一件单方面就可以解决的事情，需要传播主体、受众、平台等共同努力，有所作为，从而维持深远长久的发展。

8.2 研究局限及不足

在研究中，因人力、物力等因素的影响下，田野调查的人员存在局限性，所选取的研究对象的人数较少，范围较窄，不具备典型性和代表性。本文在归纳推理时具有一定的局限。第一，案例分析法在选取案例时存在偏差的可能，个案无法代表普遍意义上的结论。客观上在人员的选择上缺乏普遍性，为了方便而选择，单一田野点研究得出的结论说服力不够。在本研究中，虽然微信作为大学生群体普遍使用的社交媒体之一，但由于该社交媒体受众组成上的特殊性使得在推理上不具有典型性得代表。第二，文本研究法依赖于作者的学术素养等，且在研究结论上具有较强的主观色彩。第三，话语分析是研究者对于文本及文本过程的解读，依靠研究者的经验素养等，很难确保结果的准确度，导致可信度的问题。所以研究结论上无

法代表群体的普遍研究共识。

参考文献

- [1] 陈浩,赖凯声,董颖红,等. 社交网络(SNS)中的自我呈现及其影响因素 [J]. 心理学探新, 2013, 33 (06): 541-553.
- [2] 罗岚,唐丽香. 民间舞蹈田野调查方法探析——读沃尔科特《田野工作的艺术》 [J]. 北京舞蹈学院学报, 2015, (04): 99-102.
- [3] 孟媛. 大学生群体在微信中的自我呈现研究[D]. 西华师范大学, 2017.
- [4] [美]齐纳森·布朗.自我[M].译者:陈浩莺等.北京:人民邮电出版社,2004:141.
- [5] 周源源. 拟剧理论视域下大学生微信自我呈现研究 [J]. 思想理论教育, 2016, (09): 84-88. DOI:10.16075/j.cnki.cn31-1220/g4.2016.09.014.
- [6] 刘莉. 居伊·德波对“景观”幻象的批判路径及其当代价值 [J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2017, (02): 40-45.
- [7] 张美洁. 拟剧理论视阈下Plog用户的自我呈现研究——以小红书博主为例 [J]. 传媒, 2024, (03): 58-60.
- [8] 白若男. 拟剧理论视域下社交媒体的自我呈现研究——以微信朋友圈为例 [J]. 视听, 2023, (03): 113-116. DOI:10.19395/j.cnki.1674-246x.2023.03.005.
- [9] 马宣. 拟剧理论视域下微信朋友圈的自我呈现 [J]. 新闻传播, 2022, (03): 23-24.
- [10] 路小静,姚永春. “把关人”理论视角下的融媒体传播问题及对策——以抖音新闻类短视频为例[J].出版广角,2021,(19):74-77.