

“晒”文化视角下大学生微信朋友圈的自我呈现研究

肖力铭

(六盘水师范学院, 贵州 六盘水 553004)

摘要:互联网的日新月异冲击着人们的日常生活,尤其是随着社交软件的广泛使用,使人们的社交行为和社交表现发生了巨大的改变。就社交软件微信而言,随着人们使用与普及,微信已经与日常生活的各个方面紧密联系,其朋友圈功能赋予了人们自我展现、分享等呈现的平台。大学生是一个自我呈现相对多元化的群体,在微信朋友圈中更加彰显得千姿百态,大学生在微信朋友圈的“晒”现象也引发着人们的关注与思考。本文从大学生微信朋友圈的自我呈现行为出发,探讨其特点和偏好,并研究了自我呈现与交流互动的联系,以及印象管理的内容,最后提出了大学生微信朋友圈自我呈现的发展策略。

关键词:晒现象;大学生;微信朋友圈;自我呈现

手机社交软件微信随着其交际联系、购物、支付和信息获取等功能的完善,被广泛使用在人们的日常生活中,使人们的日常生活更加快捷与便利。其中,大学生使用微信的频率越来越高,除去常规的功能使用,大学生对于微信的朋友圈功能也十分的热衷和追逐,一定程度上,通过微信朋友圈能够了解大学生群体的偏好、品味和意识,折射出大学生群体生活上和心理上的方向。在如今的移动互联网时代,微信在极短的时间内风靡各类人群,“晒美食”“晒宠物”“晒旅游”等内容在朋友圈中屡见不鲜,乐于接受新鲜事物和新观念的人们通过发泄和分享的方式来寻求精神慰藉。作为一种社会现象和生活方式,“晒”虽然得到了人们的包容和理性对待,但大学生群体仍要保持清晰的认知与思考,避免出现晒行为偏差,给他人和自己带来不良影响。

一、“晒”现象的兴起

互联网的发展一日千里,人们在社交网络中热衷于分享或暴露着个人消息、状态和体会等日常生活的方方面面。“晒”是一种分享、共享和倾诉,有的人也认为其是一种炫耀,难究其晒行为发出者的真正用意,人们的晒行为背后的意图大抵相似,但却不会完全相同。“晒”行为不再是偶尔发生的舆论热点事件,而是互联网时代人们日常的生活方式,“晒”行为可分为三类:自我塑造型、自我情感展示型、纾解压力型。晒现象推促着晒行为的产生和增加,诸如晒节日、自拍、美食和心情等等现象,“晒”已成为一项“全民运动”,随着突飞猛进的演变成为现代社会的一种亚文化形态;深入探析“晒”行为背后存在着的问题,蕴含着现代人内心的孤独,抑或是对自我表达与倾听的渴望。但是某些无节制的极端“晒”行为,则是一种当前社会价值的迷失,通过“晒”来显示自我存在感。社交媒介时代,大多数人已然习惯了通过“晒”的方式分享一切,证明自我的存在。然而,随着社交媒介所呈现的晒行为逐渐发生变化,晒文化也就丧失了原初的意义。面对纷繁复杂的朋友圈晒现象,要加以进行准确的对待和取舍,尤其是对于当代大学生而言,通过对“晒”文化现象的正确辨别和探讨,应注重

推动网络文明,以及促进人自身的全面发展。

二、微信朋友圈——自我呈现的舞台

在微信朋友圈里,人人都可以成为晒行为和晒文化的主体。客户端用户起初习惯以文字、图片和视频等新时代网络媒介符号进行互动,久而久之容易对互联网和朋友圈产生依赖性,同时随着不断的发展演变,会导致个体的自我呈现发生一些新的变化。微信目前是排名靠前和知名度较高的社交工具,截至2019年6月,我国网民规模达8.54亿,互联网普及率达61.2%。这说明以互联网为核心的网络社会已然崛起。一方面,在互联网这个全新的时代,它提供了全新社交体验和参与感,搭建了网民自我表露、展现的新平台,同时,“晒”文化在这种环境下繁衍。另一方面,随着网络社会“个体”的崛起,人们对于生活的共享反而更加强烈,在“晒”行为里找到了体验分享行为的仪式感,在互联网世界找到一种“集体晒”的归属感。

在《日常生活中的自我呈现》一书中,美国学者欧文·戈夫曼提出了拟剧理论,其中比较知名的一对概念就是前台(front stage)与后台(back stage)。前台是指一种固定的观察者定义情境的方式,它是有规律地且存在于个人表演中,是“个人有意无意地在表演期间使用的标准表达性装备”;而后台恰恰与前台相反,它是指“那些被竭力抑制、可能会阻碍它所要造成的印象的一系列行动”。所谓的“印象管理,其实就是对于前台和后台的操纵。印象管理(impression management)即印象整饰,也叫自我呈现,它是指一方通过特定方式去干预和控制另一方形形成自己所期望的印象的互动过程。随着互联网时代的快速发展,人们对互联网的使用频率越来越快,使用需求越来越强。同时,网络化社交越来越明显,诸如在各大直播平台和游戏平台等,来自四面八方的人可以开展社交和交流等。因此,随着社交网络向人际交往中不断蔓延,印象管理的作用快速凸显出来。例如,日常使用最频繁微信朋友圈已经成为人们互相了解、交流的主要平台,催生出人们形成了新的交往方式,微信逐渐在日常生活中占据着重要的位置,对大学生群体而言更甚显著,处理好微信朋友圈中的印象管理,将具有重要的新意,并有助于大学生丰富自我、促

进其成长和发展。

三、大学生微信朋友圈自我呈现的特点分析

大学生是一个朝气蓬勃的群体,身心发展还有待健全。其“社交圈子”中主要是同学、师长、亲友、社团等,此时微信则成为一处崭新的社交与自我呈现平台。由于大学生心智尚在健全阶段,其自我监管能力仍需提升,在人际交往中更要学习平衡人际关系与自我和谐。结合当前现实,大学生在朋友圈中自我呈现的主要方式是文字发表,与男生相比女生表现得更为热衷,分为日志和非日志两大类;大学生朋友圈中另一种较为普遍的形式就是“晒照片”,在这一点上女生仍然比男生更为热情。作为非正式沟通方式,基于特定话题的“点赞”和“评论”则成为个体之间互动对话的方式,而“求转”和“求赞”则成为朋友圈中提升用户被认可度和存在感的有力手段。因此,大学生微信朋友圈的自我呈现特点如下。

(一) 逐步重视微信朋友圈自我呈现的功能

不管大学生采取何种自我呈现方式,他们都开始比较注重自我呈现所体现的功能,形成以产生的这些功能来进行微信朋友圈的社交。

(二) 逐渐重视微信朋友圈自我呈现的管理

就大多数情况来看,大学生群体在微信朋友圈中的自我呈现,已具有一定的管理意识,微信朋友圈对他人展示出来的事物比较的具有自我意识和自我倾向。

(三) 大学生微信朋友圈自我呈现的群体比例女生大于男生

以微信朋友圈大学生自我呈现的活跃程度来看,女生的占比远大于男生,但是自我呈现也是一种隐性的自我表达与呈现,都应该得到每一个大学生的重视,去学习、去实践、去改善和加强,针对大学生个体的具体情况。

(四) 大学生微信朋友圈自我呈现需要学习和加强

自我呈现的管理包含多个方面,从相关理论到具体的实践和完善等是一个需要不断改进和反思的过程,也就要求大学生要积极学习与自我呈现管理相关的知识等,提升对微信朋友圈大环境里晒文化的辩证认知,提高自我分辨力和判断力,以促进个人的成长与发展。

四、大学生微信朋友圈自我呈现策略

为提升大学生微信朋友圈自我呈现的深度和广度,树立辩证的晒文化认知,建立和完善好大学生在网络社交媒介中的印象管理,可从以下方面进行思考。

(一) 共同保护好互联网时代晒文化的本质

晒文化应该是积极的方面,是符合主流社会思潮和意识的方面,但随着网络参差不齐的变化,容易出现一些违背的、低俗的、格格不入的不良晒文化,加上大学生群体认知和判断等的局限性,会导致出现对晒文化认知的偏差和消极问题等,因此,构建纯净的晒文化互联网大环境是当下的迫切问题,通过加强相关的法制健全,对大学生进行相关思想政治教育和实践活动

等方面。

(二) 积极完善自我呈现的内在质量

互联网时代具有一种集体化的趋势,易造成一种不良的跟风现象,倘若是消极的传播行为,也同样的具有传播速度快,影响范围广的特点,对大学生就会造成负面的影响或模仿,就会妨碍或阻断大学生今后的发展,这是应当避免发生的。大学生要积极完善自我呈现的内在质量,主要强调了大学生群体要针对个体的发展情况和需求,积极地学习相关理论实践,不断改进和完善自我,注重对量的积累,良好的印象管理无法一蹴而就,也不能朝夕而成。大学生要发扬拼搏精神,对未来有清晰的规划,并加以实践,给人呈现一种积极的和进取的印象,发挥好自我呈现的力量。

(三) 探索和学习印象管理方面等的内容

理论知识必定作为实践成果的基础,通过不断的反思和重复再进行实践成果的强化,大学生要加强对自我呈现相关知识方面的学习。同时,处理好自身与各关系群体的自我呈现关系,面对不同的社交群体和社交关系,大学生需要学会相应的应急处理模式,加强学习实践,以提升在微信朋友圈中的自我呈现管理水平。

五、结语

戈夫曼认为,“面具是吸引人的表达方式”,强调了对自身进行自我呈现的管理是有必要和具有实际意义的。大学生是一个相对特殊的群体,其身心发展和思维认知等还不太深刻。针对大学生微信朋友圈的晒行为,从晒文化的视角来看,大学生应秉承取其精华、去其糟粕的原则,通过系统的学习实践来探索自我呈现和印象管理的本质与精髓,以提升自我网络社交管理方面的能力,最终促进日常生活社交能力的提升。

参考文献:

- [1] 王欢, 关静雯. 微信朋友圈“晒”现象研究[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2016, 28(03): 76-81.
- [2] 李小华, 张付伟. 社交媒介中的“晒”现象探析——现代人的自恋主义倾向[J]. 新闻界, 2015(21): 50-53.
- [3] 于朝晖. CNNIC发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 网信军民融合, 2019(09): 30-31.
- [4] 董晨宇, 丁依然. 当戈夫曼遇到互联网——社交媒体中的自我呈现与表演[J]. 新闻与写作, 2018(01): 56-62.
- [5] 王金金, 汪晓燕, 薛如. 基于印象管理理论分析大学生微信朋友圈中的自我呈现[J]. 新西部, 2018(21): 38-39, 16.