

浅析网络社交中的印象管理

王晨阳 张淑萍

海南热带海洋学院人文社会科学学院 海南三亚 572000

摘要:如今网络社交已经逐渐成为现代人日常生活中的重要社交手段。通过网络社交平台进行交友、晒生活、发自拍、秀恩爱等等。本文通过拟剧理论的视角,分析网络社交平台中的自我呈现的内容、心理动机和其印象管理策略,提出存在的问题并进行反思,旨在倡导大家和谐使用网络社交平台,规范日常生活。

关键词:印象整饰;拟剧理论;自我呈现行为

面子文化作为中国人所特有的文化现象,对中国人的日常社会生活产生了极大的影响。而随着网络社交的兴起,面子文化也渐渐的渗透到了网络社交平台当中,“晒”成为了网络社交平台当中的一种重要文化,从一开始到博客到如今的微博,从QQ空间到微信朋友圈,如今网络平台的社交甚至从社交软件转移到了游戏当中,很多人们可以利用互联网更好的展示和包装自己,但作为一个双刃剑,过度的印象管理也往往会产生一些不好的影响。接下来我们将基于拟剧理论来分析网络社交当中存在的面子文化与印象管理策略。

一、相关概念的界定

1. 印象管理

印象管理(也叫印象整饰、印象控制),是指人们在社会互动过程中总是用一定的言语、行动控制对方对自己的印象,以达到符合自己的特定目的^[1]。因为人们留给他人的不同印象会导致他人在认知、评价、应付自己时产生不同的情形,因此当人们想要得到别人的某些特定认知、评价与应对时,会试图控制他人对自己形成印象的过程,而这个过程就叫做印象管理。

2. 拟剧理论

拟剧理论是美国社会学家欧文·戈夫曼在《日常生活中的自我呈现》中提出的社会学概念。在《日常生活中的自我呈现》中,戈夫曼主要从表演、剧本、区域、不协调角色、角色外沟通和印象管理等六个方面展开论述,这也是拟剧论的六大构成要素^[2]。戈夫曼将人生比作戏剧,将社会当做舞台,他人则是舞台之下观看表演的观众,而将人们日常生活中的行为比作一场场的戏剧

表演^[3],人们在人际交往当中往往会希望给他人留下特定的印象,就像演员表演时运用表演技巧来操控观众对剧情的看法一样。这种控制他人来对自己产生特定印象的行为,即为印象管理,该理论则称之为拟剧理论(或戏剧理论)。

二、网络社交中自我呈现行为的心理动机

戈夫曼认为,自我呈现通常通过与他人面对面环境中的“控制性”表达以及“自然流露”来完成控制别人的行为并使对方作出符合自己期望中的反应^[4],如口头交流或非口头的暗示等。人们在网络社交中往往会展现许多不同于现实场景中的社交,通过网络平台借助个体精心处理过的文本、图片、视频等来向特任展示理想化的自己,从而影响着人们对于自己的印象,以达到自己自我呈现的目的,这种展示并试图控制他人印象的行为,便是拟剧理论的具象化呈现。其心理动机笔者将其总结为以下几种。

1. 塑造理想化的自我形象

在当前社会中,通过网络社交平台去分享自己的生活已经成为了一种常态,且在这个平台当中,不仅仅有现实好友,也有很多的“网友”,事实上,在网络社交中所展示的大多为个体想要展示给好友去看的,是经过粉饰才最终呈现出的内容,通过理想化的表演,试图控制他人对自己的印象,从而塑造“理想化”的自我形象。如人们总是期待在不熟的朋友面前保持一个较好的形象,从而能更好的获得友谊。

2. 获得身份认同,博得关注

身份认同即人们在社会中对自我身份的一种认定,这种认定在人际互动中产生,不仅包含个体对自我的认知,也包含他人对个体的看法和评价^[5]。人们在网络社交中的自我呈现行为是想要通过这样的精心展示,让他人认可自己所展示的“理想化”形象,从而获得身份认

作者简介:王晨阳,1997年10月,女,陕西省商洛人,海南热带海洋学院人文社会科学学院,在读硕士,社会工作专业,研究方向:老年社会工作。

同,获取他人的赞同与认可,博得他人的关注。事实上,这与中国人的面子文化也无法脱离关系^[6]。因此,基于中国人的面子文化,笔者所分析的这类表演行为既让人们在社交中赚足了面子,同时又能够满足其社交需求,这种行为也满足了马斯洛的需求层次理论中的自我实现的需要。如明星往往会给自己去设立一个人设,吃货人设,呆萌人设等,以赢得人们的喜欢与关注。

3. 心理宣泄

生活在这个快节奏的社会当中,人们往往会在工作和生活中承受很多心理压力,较为自由的网络平台则成为了许多人的心理宣泄平台,随着人们的这种需求,手机媒介、微信、微博等社交平台的普及也让网络社交平台成为了很多人宣泄情绪的加油站,人们通过网络社交平台来展现自我、分享情绪、解压宣泄。如一些心情树洞软件等,这都是为了满足人们宣泄情绪以及分享秘密所出现的产物。

三、网络社交中自我呈现行为的印象管理策略

人们在网络社交中进行印象管理的实质是想要塑造一个理想化的形象,因此他们在这个过程中会把塑造成功的这一角色所需要的因素和品质进行总结和归纳,在这些表演者想要达到印象整理的目的时,就需要通过印象整理的策略进行实施,而戈曼夫将印象管理的策略分为理想化表演、神秘化表演和误导性表演三种^[7]。

1. 理想化表演

理想化表演是指表演者为了使自己所表演的形象尽量符合社会公认的规范,使用一切手段来塑造和维持自己的形象,包括欺骗、隐瞒、掩饰等方式,甚至会把一切不利于自己信息删除,从而维持自己的理想化形象,将观众向自己所期望的理想化状态所引导,控制观众对自己的印象。人们在网络社交中的自我呈现行为就是对自己形象维持的一种粉饰,而他们所展示给观众的都是经过精心处理和修饰的,对自己所塑造的理想化形象不符与不利的信息绝对不会被表演者呈现出来。观众的看法全都来自于表演者的表演,因此表演者为了构建理想化的自我形象会自然而然的进行理想化表演。

2. 神秘化表演

神秘化表演指在交往过程中表演者与观众会保持一定的社会距离,使观众无法完全了解表演者而深感神秘,从而对演员产生一种敬畏心理。例如在网络社交中人们的常常会为了吸引观众的注意力而通过网络社交平台去发布一些有深意的图片却不配文字说明或者一些顾左右而言他的文字来吸引观众的猜测和询问,进而进行产生

互动,如此表演者的目的就达成了。

3. 误导性表演

误导性表演是指表演者为了与观众的互动期间呈现理想化的表演效果,他们会在一定程度上进行误导性表演。在进行误导性表演时,表演者会摒弃或隐瞒与社会规范不一致的动机或行为,而通过表演呈现出符合社会公认准则的动机或行为。如一些网络社交中往往会呈现一片岁月静好类的动态,人们总是会更喜欢去分享自己生活中好的那一部分,而对生活当中的不好的部分进行一些粉饰,这就属于误导性表演,表演者通过在网络社交中的误导性表演来达到自己呈现理想化表演的目的。

四、网络社交中自我呈现行为的印象管理的意义

1. 网络社交中适度的印象管理带来的积极意义

(1) 网络社交中的印象管理由于其特殊性,成本低,可操作性强。网络社交中的印象管理不同于现实中的印象管理,由于网络的便捷,使得网络社交中的印象管理成本远低于现实,在网络社交平台中,表演者往往只需几张精修图片、一段文字、或者使用一些PS软件,经过设计发布在公众平台,就可以完成一次成功的理想化表演,因此网络社交中印象管理可操作性更强。

(2) 适度的印象管理有助于人际关系交往。适度的印象管理是人际交往的润滑剂,可以让人们更顺畅的进行交流与互动。基于拟剧理论的基础,我们能够发现人们在人际交往中总是试图通过自己的表演来控制他人对自己的看法,这都是为了促进人际交往的进一步达成,因此适当的印象管理能够美化自己在他人眼中的形象,有益于人际交往。

2. 网络社交中过度的印象管理带来的消极影响

(1) 无法营造出诚恳的社交氛围。过度的印象管理可能会造成表演者个体的原有的才智与个性被表演者所追求的“理想化形象”掩盖,因此其具有强烈掩饰性的表演无法营造出诚恳的社交氛围,更多所展现给观众的是包含着欺骗、掩饰与误导性的表演,他们所展示出的形象往往与原本的个体相差甚远,这种违背了良好的社交动机的印象管理甚至会恶化社会风气。

(2) 过度的印象管理会造成表演者对自我身份的迷茫和焦虑。从心理需求上来分析,一部分人过度的自我呈现行为实际上揭示了这群表演者对自我身份的迷茫和焦虑。从实际调查中我们发现,这类表演者为了构建自己理想当中的形象,经常会使用具备欺瞒与误导性的表演方式,当他们纯粹为了表演而表演时,这就意味着沉迷于“理想化”表演的这类表演者已经迷失了自我,丧

失了原有的理性，甚至已经处于被自己的表演所支配的状态。

五、结语

本问以拟剧理论为理论基础，以网络社交中的印象管理与自我呈现行为为研究对象，主要得出以下结论：

(1) 随着网络技术的发展，人们的社交行为也发生了改变，通过网络社交平台所进行的社交活动更符合现阶段社会人们的社交需求。同时，人们以网络为依托的社交中所出现的印象管理行为的心理动机主要有塑造理想化的自我形象；获得身份认同，博取关注；进行心理宣泄等。

(2) 人们为了便于网络社交，通过网络社交平台进行了理想化表演、神秘化表演、误导性表演等印象管理策略。

(3) 通过分析，我们认识到了适当的印象管理有利于人际交往，同时网络的低成本也更利于印象管理；但过度的印象管理会使得人们对自己本身的个体身份产生迷茫呢焦略的情绪，同时过度的印象管理也无法营造出

一个诚恳的社交环境，使得人际交往质量下降，造成网络社交中的交流危机。

参考文献：

[1]李鹏飞.印象整饰与中国人的脸面观[J].中国地质大学学报(社会科学版),2001(01):8-10.

[2]王晴锋.戈夫曼拟剧论的内涵、误释与道德性[J].西北民族大学学报(哲学社会科学版),2019(04):182-188.

[3]欧文·戈夫曼著.冯钢译.日常生活中的自我呈现[M].北京:北京大学出版社,2008.3.

[4]王红春.微信群中的印象管理——基于“拟剧理论”的分析[J].新闻研究导刊,2018(10):3-4.

[5]解振华.试析戏剧理论下微信朋友圈“晒客”的自我呈现行为[J].传播力研究,2020:16-17.

[6]王晨.基于戏剧理论分析人际传播活动中的面子文化[J].新闻研究导刊,2018(08):61-123.

[7]李琼、郭德俊.印象整饰的概念、动机及行为策略简述[J].心理科学,1997(01):69-72.