

社交媒体中自我呈现与自我认同的建构：社会支持的作用

王枏萌 杜文航

天津师范大学 天津 西青区 300387

【摘要】：目前，社交方式逐渐趋向多元化发展。例如微信、QQ等新兴社交媒介；朋友圈、微博等新型自我展现平台。就大学生社交网站的使用与社会支持和自我认同的关系，本研究进行了调查分析。结果：在真实自我呈现与自我认同的关系中，社会支持存在完全中介作用，积极自我呈现可以直接预测自我认同。结论：社交网络的自我展现可以帮助大学生建立自我认同感。

【关键词】：社交网站；自我呈现；自我认同；社会支持

1 问题提出

什么是自我认同（自我同一性）？即个体在一些方面的自我感知，评估和定位。埃里克森提出，对青少年而言，进行自我同一性探索是这个阶段的主要发展任务，即回答自己是谁，将要去向何处等问题。

然而，当下很多大学生表现出很多负面心态。例如日益严重的就业压力以及社会竞争，导致大学生无法专心进行同一性的探索和确立，只能被时代和群体推着前进，此时就会产生焦虑，压抑，和紧张感，导致自尊降低，自我评价恶劣。这是因为，大学生正处于青少年晚期，同样也面临着来自同一性危机的巨大挑战。大学阶段要面对截然不同的社会环境和学习节奏，导致他们在价值观，生活方式，职业选择等方面面临更多诱惑和选择，大学生能否成功解决自我认同危机，建立自我认同感，就成为一个非常重要的任务^{[1][2]}。

什么是社交网站的自我呈现？是指个体为了掌控塑造自己在他人心中或者社会认知中的标准形象，有意识地做出行为。社交网络中的自我呈现有两种策略，分别是积极自我呈现和真实自我呈现^[3]。顾名思义，真实自我呈现就是用户不介意暴露自己的消极方面，不注重修饰和有意识隐瞒的真诚的自我表现。积极自我呈现指个体展示外貌，人格等形象和其他信息，但是这种展示往往是积极的，并且展示内容是经过选择的。社会支持是指个体与周围人进行人际交往时，从关系中获得的支持和鼓励。本研究中的社会支持更倾向于选择心理认知取向，从个体主观感受出发，探究个体不同自我呈现策略下获得的社会和情感支持。

关于社交网站自我呈现对个体存在何种性质，哪些方面的影响，已经有来自先前研究的很多积极证据。有研究证实线上反馈在自我呈现和自我认同中的中介作用^[4]。还有研究表明社会支持在积极自我呈现与人际关系满意度的关系中存在着完全中介效应。因此，本研究旨在探究社交网络的两种自我呈现策略对个体自我认同感发展的影响，并分析社会支持的中介效应。

2 研究方法

2.1 被试

选取天津某高校的学生共236名，进行问卷调查。这些学生都具有使用微信，QQ等社交媒介的经验。得到有效问卷181份，有效率为76.70%。

2.2 研究工具

2.2.1 自我呈现策略量表

牛更枫等人（2015）本土化处理的社交网络自我呈现问卷。采用7级计分。由“完全不符合”到“完全符合”。

2.2.2 社会支持量表

采用领悟社会支持量表（PSSS）：7级计分。由“完全不符合”到“完全符合”。

2.2.3 自我认同量表

采用自我认同量表（SIS），4级计分。从完全不适合到非常适合。

3 结果与分析

相关分析如下所示（表1）。除去积极自我呈现和社会支持无显著相关，积极自我呈现与真实自我呈现呈显著负相关外，其余变量两两之间均呈显著正相关。

表1 描述性统计结果和变量间的相关性分析

	M	SD	1	2	3	4
1 积极自我呈现	3.99	1.27	1			
2 真实自我呈现	4.50	1.15	-.403**	1		
3 社会支持	5.31	1.06	0.070	0.208**	1	
4 自我认同	2.66	0.36	0.167*	0.147*	.557**	1

注：*P<0.05,**P<0.01>，下同。

表2 模型中变量关系的回归分析

回归方程	整体拟合指数			回归系数显著性		
结果变量	预测变量	R	R ²	F	t	
社会支持	真实自我呈现	0.27	0.07	6.84	0.28	3.57**
	积极自我呈现				0.18	2.32*
自我认同	真实自我呈现	0.58	0.34	29.86	0.32	0.51
	积极自我呈现				0.18	2.57*
	社会支持				0.52	8.22**

表3 社会支持在社交网站真实自我呈现对自我认同影响中的中介效应分析

	间接效应值	Boot 标准误	Boot CI 下限	Boot CI 上限	相对中介效应
间接效应	0.11	0.05	0.04	0.22	78.04%

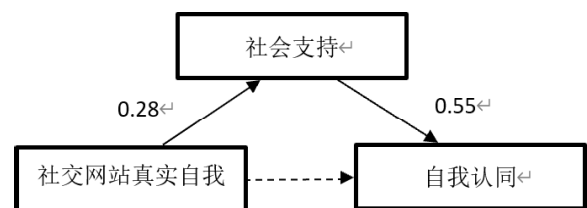


图1 真实自我呈现对自我认同影响路径图

由于在相关分析中，积极自我呈现并未表现出与社会支持存在显著相关，故不符合进行中介分析的条件。所以只对真实自我呈现与自我认同之间的关系进行分析，同时探讨社会支持的中介效应是否存在。回归分析结果

(表2): 真实自我呈现显著预测社会支持 ($\beta=0.28$, $P < 0.01$), 不能直接预测自我认同 ($P > 0.05$), 社会支持显著预测自我认同 ($\beta=0.55$, $P < 0.01$), 真实自我呈现对自我认同的中介效应量的 Bootstrap 置信区间不含 0, 所以社会支持在社交网站真实自我呈现与自我认同之间的存在显著的完全中介效应。中介效应值为 0.11, 中介效应 78.04% (表3)^[5]。

4 讨论

尽管前人的研究中, 有结果显示, 积极自我呈现能增强个体心理适应, 但是这也可能是一种积极错觉导致的结果, 无法反映真实的自我认知情况。所以在一定程度上可以对本研究未能分析出积极自我呈现策略与社会

支持之间的相关进行解释。

个体在社交平台上的真实且坦率的个人展示, 往往被认为是高自尊或者高自信的表现。本研究结果表明, 这种自尊和自信可以通过家人朋友的支持和帮助进一步增强, 对自我同一性的建构存在较高的积极意义。

本研究证实, 两种呈现策略对自我认同的预测机制不同。从相关分析和中介分析的结果看, 在社交网站中进行真诚坦率的自我呈现更有利于大学生的心理适应。

同时本研究对大学生同一性的建构有一定启示, 即利用社交网络中的自我表现, 比如发朋友圈, 发空间, 发微博等功能, 无论是真实还是积极的自我呈现策略, 都可以对获得自我同一性起到积极作用, 对大学生的心理建设存在一定的实践意义。

参考文献:

- [1] 孔祥娜. 大学生自我认同感和疏离感的研究 [J]. 河西学院学报, 2005(03):63-67.
- [2] 薛俊义. 网络社会背景下大学生自我认同的构建 [J]. 学校党建与思想教育, 2021(07):88-89.
- [3] 杨柯, 张伟豪, 冯钰. 戏剧理论视域下大学生微信朋友圈的自我呈现行为研究 [J]. 湖南广播电视大学学报, 2021(01):9-16.
- [4] 刘庆奇, 孙晓军, 周宗奎, 牛更枫. 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 [J]. 中国临床心理学杂志, 2015, 23(06):1094-1097.
- [5] 温忠麟, 叶宝娟. 中介效应分析: 方法和模型发展 [J]. 心理科学进展, 2014, 22(05):731-745.