

■人文社会自然科学研究

# 基于高校学生工作视角下微信自我呈现的性别研究

王若斯

(北京邮电大学国际学院, 北京 100876)

**摘要:**自我呈现是指策略性的表现自我以寻求社会认同的方式,主要形式包括微信个人信息和朋友圈的自我呈现。作为高校学生工作管理者,通过关注和解读学生的微信信息,可获得一手的学生动态,及时掌握学生的情况,进行深入细致的研判。本文通过抽样调查发现:大学生群体中,男同学自我呈现的学业和社会导向较高,女同学自我呈现的情感和生活导向较高;女同学整体自我呈现程度高于男同学。

**关键词:** 高校学生;自我呈现;微信;性别差异

**中图分类号:** G647

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2095-770X(2019)03-0117-04

**PDF 获取:** <http://sxxqsfxy.ijournal.cn/ch/index.aspx>

**doi:** 10.11995/j.issn.2095-770X.2019.03.023

## Research on the Gender Difference of Self-presentation on WeChat Based on the Perspective of College Students Work

WANG Ruo-si

(International School of Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing, 100876, China)

**Abstract:** Self-representation refers to the method of tactical expression of self for seeking social identity, and the main forms of self-representation include WeChat personal information and self-representation on Moments. By focusing on and interpreting the WeChat information of students, college student work managers can get first-hand student dynamics, timely master student situation, and make in-depth and meticulous judgments. Through a sample survey, this study found that the self-representation of male students in the college student group is more academic and social-oriented, while self-representation of female students is more emotional and life-oriented. Self-representation of female students has a higher degree than that of male students.

**Key words:** College students; Self-representation; WeChat; Gender differences

### 一、研究背景与文献综述

社会学家葛夫曼提出的自我呈现理论(self-presentation),又称印象管理。意指为了使他人按照自己的意愿看待自身,从而在他人面前展现自我的行为,它通常泛指一般人表现自我的处事方式。自我呈现是人际互动的重要环节,因此,为了很好的与他人进行互动和交流,人们需要在固定的期待情境中扮演自己的角色。微信中,人们以一种特定的

方式表现自己,从而向他人传递自己的形象,并进行“印象管理”。这种形式通常表现在人们通过微信个人信息的展示、朋友圈的发布从而实现自我呈现。

麦克卢汉认为技术营造了社会环境,对人们的交往模式进行重组。在电子技术出现之前,由于空间的区隔性,行动舞台受到空间地理限制,人们在具体的物理空间内进行互动和自我展示。麦克卢汉将人们行动的舞台分为了前台和后台,在前台,社会规范通过不同的情境作用于人们所扮演的各种角色,

前台的人们总是使自己的形象合乎他人及社会的要求;而只有在后台,人们才能逃离社会规范和预期获得暂时的自由<sup>[1]</sup>。

戈夫曼则认为,前台和后台是相对的,前台并不是以具体物理空间为判断依据,而是抽样的制度化产物;后台则是制度化对个人行动相对失控的状态<sup>[2]</sup>。尽管在虚拟网络世界中的个体身体处在一个私密的空间,但为达到自我呈现的目的,仍然会推测他人对自己角色的期待从而选择性地流露个人信息,呈现出不同的形象。

已有诸多国外学者对行动者在网络空间中的自我呈现策略和类型进行了细致的研究。由于网络的独特性,表演者可以获得比面对面互动更多的管理控制,表演者角色扮演也有更多自主性<sup>[3]</sup>。Jones将人们在网络中的自我呈现策略分为了五种类:逢迎讨好、能力显示、威逼强迫、榜样示范和示弱求助。Dominick和Bortree进一步研究发现逢迎讨好、能力显示、示弱求助这三种策略更多的被人们用于网络角色扮演中。

目前,国内对社交网络的自我呈现研究主要集中在个人自我信息的呈现,其中多以某个特定群体,如,大学生群体为例展开研究,也有部分以性别差异为例展开研究的成果,但其研究侧重主要为女性在社交网络中的自我呈现。已有的研究表明影响人们在网络空间中的自我呈现因素主要有三个方面:其一是网络媒介的特征;其二是潜在观众与行动者之间的真实关系;其三是行动者自身的因素,如,性别特征、性格特征、兴趣爱好、生活方式、价值观念等<sup>[4]</sup>。

高校大学生文化程度高,接受新鲜事物能力强,注重个人隐私的保护,追求平等公开的话语环境。作为高校学生工作的管理者和教育者,利用新媒体手段及时获取学生的有效信息,掌握他们的网络自我呈现特征,针对不同类型学生,有的放矢地开展工作,获取学生信任,提高管理效率是非常有必要的。

## 二、研究过程

### (一)研究对象与方法

本文的研究对象基于作者微信朋友圈的真实好友,采取随机抽样的方法,选取了朋友圈中40位大学生好友,其中20男20女,确保样本数的平均有效。40个样本量来源不同的高校、专业、籍贯、兴趣爱好学生,确保了研究的广泛性和真实性。

### (二)微信个人信息中的自我呈现

微信个人信息主要包含了微信用户昵称、微信号、微信个人头像、所在地区和个性签名等,这些信息的呈现可以使他人在第一时间内对该用户做出基本的判断。个人信息的真实性和深浅度会一定程度上影响他人对我们的主观印象,因而在微信自我呈现的过程中,个人信息的表现程度也是很重要的因素之一。

目前的大学生群体,既乐于分享自己的部分信息,又较为看重隐私的保护性,对朋友圈的设置也多为仅展示最近3天的朋友圈,因此,在获得学生更多有效信息上具备一定的难度。本研究随机选取了作者微信中的40位大学学生(20男20女),通过观察和记录他们的微信动态,掌握性别差异对大学生自我呈现的影响。

#### 1. 昵称和微信号的自我呈现

昵称和微信号是微信用户最基本的身份标签,随机选择的20位男同学,其中8位的昵称和自己的真实姓名相关,微信号也多以真实姓名的拼音+生日等信息构成,自我呈现的信息比较真实。男性微信用户的自我呈现是比较直接和清晰的,他们往往倾向于将自己的真实姓名传递给他人。

随机抽取的20位女同学微信中,仅有3人采用了自己的真实姓名或真实姓名中的部分字符作为昵称名,其他17人的昵称均无法准确判断出其具体含义。女同学在个人昵称和微信号的呈现中,态度较男同学更为谨慎,她们一般不愿意直接展示个人的真实姓名,而多以具有一定含义的字词、拼音或英文作为自己的昵称。女性在网络虚拟环境中,更容易受到网络负面影响,因而女性在使用网络社交时,也往往显得更加的小心和封闭,不愿意轻易泄露自我真实信息。

#### 2. 用户头像信息的自我呈现

微信头像同样最能直接展示用户真实身份的信息,头像的设置最能体现用户的“外在”信息,是微信用户普遍比较关注的信息点。在微信的摇一摇、附近人等功能中,陌生人之间产生交流欲望的初衷,也多与对方的微信头像有很大关联,因而微信用户的头像的设置,对人际互动的开始具有很大的影响。

20位男同学中,12人选择了卡通或动漫图片作为自己的头像,2人选择了自己本人的照片作为头像,其余6人选择了其他图片。男同学在头像的设置中,一般多使用他们喜爱的动画形象,卡通、动漫等图片并不能反映他们的真实外在信息,他们也轻

易不愿意使用个人的照片作为头像,自我呈现的程度较弱。

20位女同学中,有14人选择了自己的真实照片设置头像,占到抽样总人数的70%,这种高比例展示着女性用户希望通过头像向他人传递自己的外在形象,这些头像一般都是经过女同学精心选择,并使用美图秀秀、美颜相机等美图软件经过美化的照片。女性在个人信息的展示中,往往最在意外貌的呈现,因而在微信个人信息的自我呈现环节,对头像的设置也是最在意的,暴露程度比较高,这与男性用户有比较大的差别。

现实生活中,女同学相比于男同学,更注重自己的外在和他人的评价,任何负面信息都有可能造成学生情绪的波动,需要辅导员多给予关注和疏导。大学生普遍年龄在18—22岁之间,心理成熟度有待提高,容易受周围事物和言语的影响,辅导员在学生思想工作辅导过程中,应该给予正确的引导,明确网络社交环境与现实人际交往的区别,帮助学生树立积极健康的学习生活观念。

### 3. 个性签名的自我呈现

微信用户的“个性签名”,一定程度上是自我个性的呈现。每个人都是独立存在的个体,他们的思维、感知、行为都有很大的差异,因而他们的存在都是独特的、有性格的。“个性签名”是一个可以展示他们自我存在的差异化的平台。性别差异在“个性签名”的呈现中,也具有很强的差异化特点。

20位男同学中,有5位没有个性签名,另外15位的个性签名也没有明确的性格特点暗示,他们较排斥用文字来直接呈现自我的心理状态,他们的个性呈现也非显而易见的,因此,男性用户对于个性签名的自我呈现,是比较薄弱的。本研究样本中的20位女同学,均有个性签名,其中8人的个性签名,是对于个人信念或情绪的传达,她们通过显性或有意寓意的文字来表现自我的心理状态或理想状态。

男性的现实形象一般是冷静、理智,而女性的现实定位往往是感性、情绪化的,因此,在个性签名一栏,男同学并未主动的呈现自我的心理状态或性格特点,他们在网络社交中也往往处于观望和沉默的状态。女同学由于其天生的表现欲和情绪多变的特点,个性签名经常会随着心情的变化而改变,观察女同学微信用户的个性签名,一般都与其当时所处的情境和心境有很大的联系,因此,女同学在个性签名的自我呈现程度更高,自我呈现也具有一定的阶段化特征,不同时间和不同环境下,女同学的个性签名

变更相对频繁。

### (三)微信朋友圈中的自我呈现

《诗经·小雅,伐木》篇有诗“嘤其鸣矣,求其友声。相彼鸟矣,犹求友声”。微信朋友圈给微信用户提供了一个“发声”的渠道和平台,显然这种“发声”也正是一种“求其友声”以寻求好友认同的自我呈现手段。微信朋友圈中的自我呈现具有一定的私密化特征。微信朋友的主要来源有手机通讯录、QQ好友和陌生人,从微信的基础功能来看,它主要是为通讯录朋友之间的沟通服务的,因此,具有实名制特征,朋友圈的成员身份要经过严格的审查,若没有经过本人同意和开放,陌生人很难看到他人的朋友圈。任何用户的点赞、评论和转发,也只有共同好友才能看到,因此,微信朋友圈的自我呈现具有极强的个人隐私性。

#### 1. 不同性别在朋友圈的自我呈现特点

通过随机抽取的20位男同学的朋友圈作为研究样本,发现男同学发朋友圈的数量相对较少,平均值仅在3—5条/月,发朋友圈的积极性不高。他们转发的文章也多是时政社论类文章,很少涉及情感类或生活类的文章,希望通过这种理性间接的方式来传达自己的观点和倾向,对时事的关注度较高,具有一定的社会责任感;发的视频也多与社会新闻、专题报道相关,关注生活中的各种信息,并多附有自己的评论;男性在朋友圈分享的文字信息多以社论和生活感悟为主,客观色彩比较明显,他们的自我呈现也更愿意展示其外在的能力和行為。

通过随机抽取的20位女同学的朋友圈作为研究样本,发现女同学朋友圈发布的数量较多,在两个月内发布的朋友圈从十几条到二十几条不等,朋友圈内信息量较大,内容丰富,能够充分地向他人传递信息。女同学对时政社论类文章关注度较低,大部分以学习感悟,生活点滴分享及个人心情为主,爱晒自己的学习生活细节,经常有感而发。女同学的朋友圈能体现出她们多愁善感、感性亲和的一面,自我呈现的程度较强,具有一定的性格揭示作用。

女性用户发表文字的频率较高,且主要发表的内容多与生活感悟和个人情感有关,每当她们的心理活动发生比较大的变化或者身边的环境有变动时,都能够通过朋友圈得到体现。她们希望通过发表文字来获得其他微信好友的关注和评论,从而获得心灵上的慰藉和满足。

在女性微信朋友圈中,照片所占的比重最大。20位女同学中,13位发布过学习和生活相关的照

片,这些照片涵盖日常学习缩影、社团活动等照片,体现了她们的学习环境和状态;10位女同学都分享过生活照片,包括旅游照片、美食、同学聚会照等,她们会随时随地的发布相关照片,并且通过定位信息的显示,实时传达她们在什么地方进行什么活动,在发布照片的同时配有表达心情的文字或对照片的解释说明,自我呈现程度极高,基本上完整而真实地揭示了自己的生活状况。女同学的朋友圈有利于辅导员了解学生的动态,掌握她们的思想变化,及时捕捉有效信息,从而更好的管理学生。

## 2. 不同性别的朋友圈自我呈现类型

通过研究性别形象在微信朋友圈中的自我呈现,作者将自我呈现的类型概括成以下三种类型:

**观点态度型。**这种自我呈现类型主要以男性居多,他们关注社会热点事件,并且积极转发,参与讨论,通过表明自己的立场和观点来实现个人社会性的自我呈现,他们普遍有较高的学校责任感和社会归属感,能够承担学校和社会信息的传递者责任。

**分享体验性。**这种类型男性女性兼有,通过在微信上发表文章、分享照片和文字等,即时叙述、回忆和建构各种生活状态和场景,描述当时的状态和行为,直接或间接的构建自我形象,获得自信和自我满足,也实现了自我呈现的生活化揭露。

**渴望关注型。**这种类型以女性用户居多,女性通过这种虚拟和现实相结合的互联网平台,一定程度上构造和重塑自我,达到自己心中所期望的自我呈现,来获得他人更多的关注,以弥补现实世界的失落。她们一般会努力在头像信息、朋友圈照片中呈现最理想的自我,通过他人的赞美和互动,满足了内心的自信和虚荣,在一定程度上是自我呈现的主导者。

因此,高校思政工作者应该以此为参考标准,针对不同性别学生,有侧重的寻找他们感兴趣的话题为切入点,主导谈话的节奏和方向,引导学生打开心扉。与男同学谈话交流时,可以直接深入的探讨某一事件或现象,理智客观地分析各种利弊;与女同学谈话时,则更多的要从生活体验和情感表达的角度入手,通过细腻温和的情感代入法,拉近与女同学的距离。对于学生在朋友圈发布的负面信息和言论,应该及时与学生沟通,站在学生的角度思考问题,侧

面加以疏导和指引,避免发生正面冲突,导致学生对老师关闭朋友圈,很难再获取有效信息。

## 三、研究结论

通过上述研究,我们可以发现:女性大学生易受手机媒体影响<sup>[5-6]</sup>,更注重感性思考,因此,在思政工作中,要侧重以情感人,感同身受的教育方式,通过情感的代入增强与学生之间的互信,关注细节差异,把握好谈话的尺度与分寸,做到专业性、私密化和温情度结合。男性大学生有相对独立理智的思考,对时政和社会热点有更多的关注和参与热情,因此,在我们的工作中,要牢牢把握政策条例,通过理性客观的分析与解答,真正实现以理服人,避免与学生正面争执,可以通过某个话题来掌握学生的心理动态和思维方式,找准切入点,与学生进行深度访谈。

微信作为大学生使用最频繁、自我呈现程度高的新媒体社交软件,它的各种呈现特征能够为高校学生工作管理者提供一定的研究借鉴和实践参考。针对微信中自我呈现的性别差异,我们可以在学生管理的过程中,有针对性的采取相应策略,提高学生工作的效率和成果,为进一步配合学校“双一流”建设提供一线学生工作的思路参考。

## [参考文献]

- [1] 童慧. 微信的自我呈现与人际传播[J]. 重庆社会科学, 2014(1): 102-110.
- [2] 丁道群. 网络空间的自我呈现——以网名为例[J]. 湖南师范大学教育科学学报, 2005(5): 97-100.
- [3] 黄露. 女性在社交网络中的自我呈现[J]. 中国传媒科技, 2012(3): 97-98.
- [4] 董小菲. 微博性别形象的自我呈现与女性主义的传播[J]. 东南传播, 2012(4): 68-69.
- [5] 赵红霞. 手机媒体对女大学生法治观的影响——以运城幼儿师范高等专科学校为例[J]. 陕西学前师范学院学报, 2017, 33(9): 145-149.
- [6] 赵红霞. 手机媒体对女大学生核心价值的影响——以运城幼儿师范高等专科学校为例[J]. 陕西学前师范学院学报, 2017, 33(5): 111-114.

[责任编辑 雷润玲]