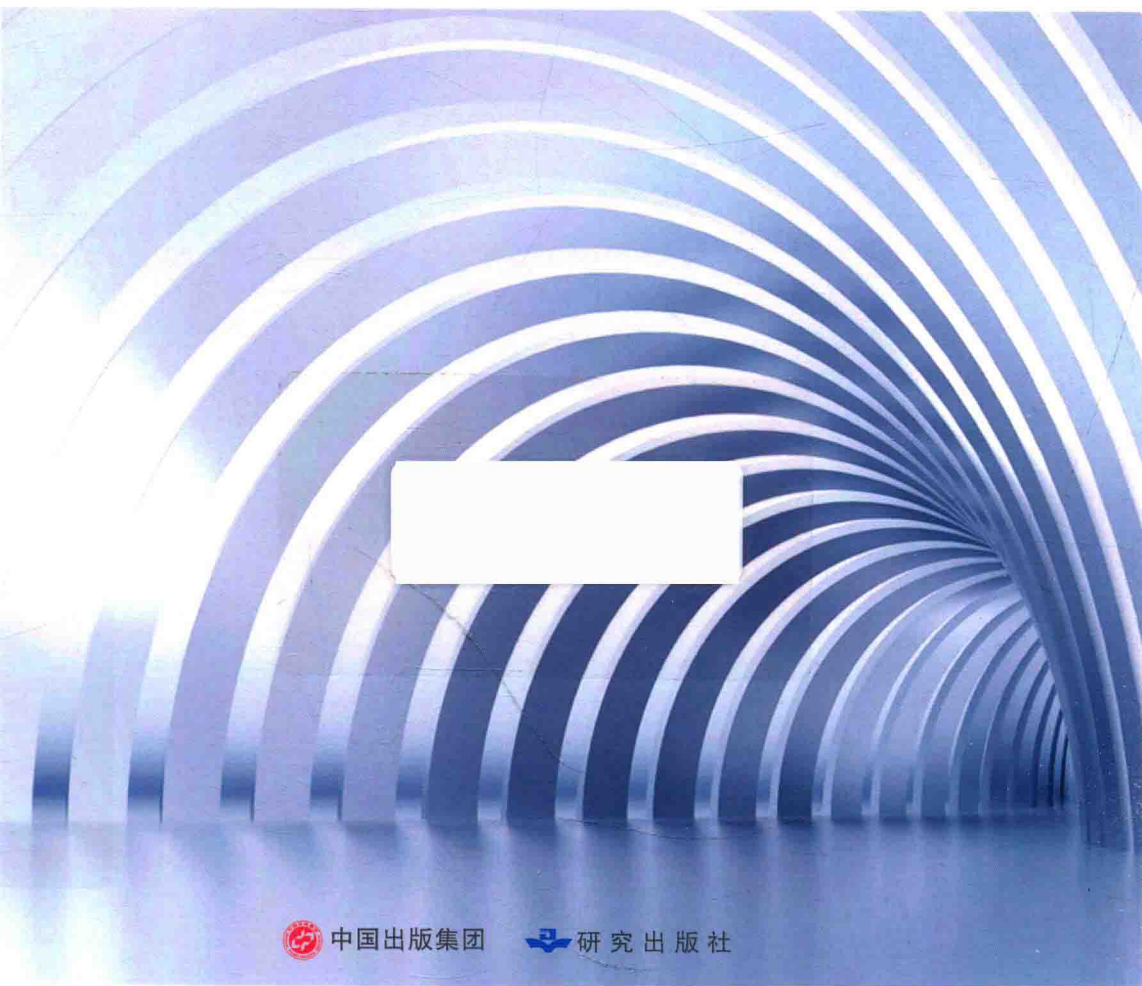


“国家教育部人文社会科学研究项目（批准号：12YJC860050）最终成果”

THE CONSTRUCTION OF COLLEGE  
STUDENTS' SELF-IDENTITY IN  
MICROBLOGGING SPACE

# 微博空间中 大学生自我认同的建构

杨桃莲◎著



中国出版集团



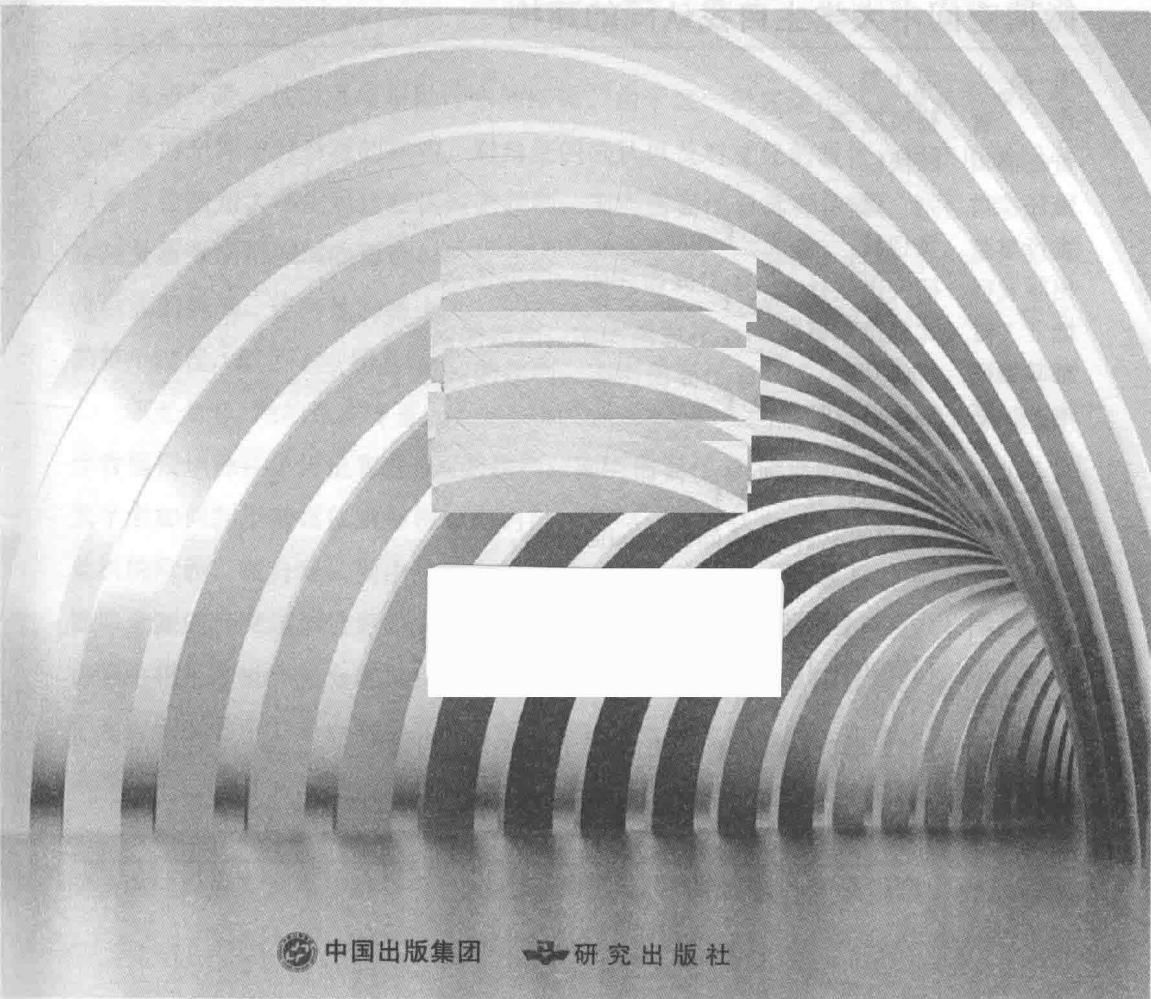
研究出版社

“国家教育部人文社会科学研究项目（批准号：12YJC860050）最终成果”

THE CONSTRUCTION OF COLLEGE  
STUDENTS' SELF-IDENTITY IN  
MICROBLOGGING SPACE

# 微博空间中 大学生自我认同的建构

杨桃莲◎著



中国出版集团



研究出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

微博空间中大学生自我认同的建构 / 杨桃莲著. —北京 :

研究出版社, 2017.7

ISBN 978-7-5199-0048-9

I. ①微… II. ①杨… III. ①互联网络—应用—大学生—爱国主义教育—研究—中国 IV. ①G641.4-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第143730号

## 微博空间中大学生自我认同的建构

---

出品人 赵卜慧

作者 杨桃莲 著

责任编辑 陈侠仁

责任校对 张 琨

发行总监 黄绍兵

出版发行 研究出版社

地 址 北京市东城区沙滩北街2号中研楼

邮政编码 100009

电 话 010-63292534 63057714 ( 发行部 )

63055259 ( 总编室 )

传 真 010-63292534

网 址 [http:// www.yanjiuchubanshe.com](http://www.yanjiuchubanshe.com)

电子邮箱 [yjbsfxb@126.com](mailto:yjbsfxb@126.com)

印 刷 北京市金星印务有限公司

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13.75

版 次 2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5199-0048-9

定 价 48.00 元

---

版权所有，翻印必究；未经许可，不得转载

## 序

杨桃莲博士送来其撰写的《微博空间中大学生自我认同的建构》书稿，嘱我为之作序。

这部专著，是她多年辛勤汗水的结晶。由于这一研究运用多重视角考察大学生在微博空间中对自我的建构、对角色的确认以及对文化的皈依，旨在使我们可以多方位获知大学生对自我认同的建构，因而需要作者具有传播、文化、社会、精神分析等学科领域的理论与知识，这一跨学科领域的尝试，对杨博士来说是一次巨大的挑战。作为她的博士生导师，我亲见她为之奋勉、为之困顿、为之欢欣的整个过程，验证了一句老话：“一分耕耘，一分收获。”

综观全书，她的这本专著的选题比较新颖。自我认同问题是个经典的哲学命题，作者敏锐地抓住了正值青春期的大学生最易产生自我认同危机这一问题，考察了大学生如何利用新媒体来建构他们的自我认同。作者认为，在最易发生自我认同危机的阶段，在自我认同由外向内、由被动向主动转型的情况下，迅速崛起的微博等全新的社交媒体恰好为大学生反思自我、表达自我、建构自我提供了平台，大学生将外部世界整合进自我的叙述，进行了主动的自我认同建构。全书围绕这个富有创意的中心论点层层展开，深入剖析了大学生的心理、生存状态、文化诉求等。

该专著对新媒体研究也有一定的拓展性贡献。以雪莉·特克为代表的学者主要关注纯粹虚拟网络中的自我建构问题，认为“网络中的自我不同于现实生活中



的自我”，网络中所建构的自我是“单一的、片断化的自我”。杨桃莲博士则考察了在她研究大学生自我认同问题时最红火的新媒体——微博，发现实名制下的微博不是纯粹虚拟的媒介，在此空间中建构的自我并不是完全不同于现实生活中的自我，它是“本我”“现实我”“理想我”的统一。这一论断，丰富、充实了原先网络自我建构的研究，弥补了以往研究的不足。

此外，该专著运用“虚拟”田野调查、文本分析和案例研究等方法，基于大学生微博的内容，获取了大量第一手的资料，并做了精细的文本分析，不做架空之论，言之有理、有据。书稿中关于大学生自我建构的丰富图景，可为社会学、人类学等相关研究领域提供比较扎实的支撑性成果。

这一专著，不仅具有上述理论意义与学术价值，而且还具有很大的现实意义与实用价值。该书稿所揭示的大学生心理状况有助于增强家长、学校和社会对大学生的客观了解，所揭示的大学生自我迷失、身份焦虑等负面问题也值得家长和学校教师审慎思考引导大学生健康发展之路。

最后，希望杨博士今后能继续这项具有理论与现实双重意义的研究工作，在学术之路上越走越远，获取更多的成果。

黄 瑚\*

2016年11月10日

\* 序作者简介：黄瑚，博士，复旦大学新闻学院教授、博士生导师，教育部高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会副主任委员，上海市高等学校新闻传播学类专业教学指导委员会主任委员，中国新闻史学会副会长。

# 目 录

## Contents

序 .....	黄 珺
摘 要 .....	001
第一章 绪 论 .....	005
第一节 选题缘起及意义 .....	005
一、选题缘起 .....	005
二、选题意义 .....	009
第二节 理论依据及研究综述 .....	010
一、理论依据 .....	010
二、研究综述 .....	015
第三节 研究对象、方法、思路及伦理 .....	017
一、研究对象 .....	017



二、研究方法 .....	018
三、研究思路 .....	020
四、研究伦理 .....	021
<b>第二章 微博：大学生自我认同建构的平台 .....</b>	<b>029</b>
<b>第一节 大学生微博的现状 .....</b>	<b>029</b>
<b>第二节 大学生热衷写博的原因 .....</b>	<b>032</b>
一、追求时尚与休闲 .....	034
二、排遣孤独 .....	036
三、倾诉与发泄 .....	037
四、相互交流 .....	039
五、实现价值 .....	042
<b>第三节 微博：大学生建构自我认同的平台 .....</b>	<b>044</b>
本章小结 .....	048
<b>第三章 自我的建构 .....</b>	<b>053</b>
<b>第一节 现实我的再现 .....</b>	<b>055</b>
一、实名、前台与现实我的再现 .....	055
二、自我叙事与现实我的再现 .....	060
<b>第二节 本我的浮现 .....</b>	<b>062</b>
一、匿名、后台与本我的建构 .....	063

二、自我揭露与本我的浮现 .....	066
<b>第三节 理想我的呈现 .....</b>	<b>068</b>
一、美化自我 .....	069
二、投射于他人 .....	072
三、虚拟另一身份 .....	076
本章小结 .....	077
<b>第四章 角色的确认 .....</b>	<b>085</b>
<b>第一节 大学生定位 .....</b>	<b>086</b>
一、大学生定位的必要性 .....	087
二、大学生定位的方式 .....	094
<b>第二节 “小资” 阶层认同 .....</b>	<b>101</b>
一、“小资” 含义及其历史流变 .....	102
二、小资情调 .....	105
三、小资品位 .....	109
本章小结 .....	120
<b>第五章 文化的皈依 .....</b>	<b>127</b>
<b>第一节 地方共同体的建构 .....</b>	<b>129</b>
一、再现家乡风景 .....	130
二、展现家乡饮食 .....	134
三、抒写家乡情 .....	136





第二节 国家认同的建构 .....	142
一、铭记历史 .....	143
二、理性爱国 .....	146
三、捍卫国家主权 .....	148
四、以“母亲”意象载爱国情怀 .....	152
本章小结 .....	154
结    语 .....	159
附录一 .....	162
附录二 .....	174
参考文献 .....	185
后    记 .....	210

## 摘 要

新传播技术的发展促进了媒介形态的演变。迅速崛起的因特网，被公认为是继报刊、广播、电视之后的第四媒体，是媒介进化史上新的里程碑。随着技术的更进一步发展（如 RSS、Ajax、TAG、SNS），互联网由 1.0 进入 2.0 时代，仅十几年光阴，微博等互联网信息传播媒介已经将个人塑造为 Web2.0 时代的绝对主角。“微博”意指“微型博客”，它是继 E-mail、BBS、ICQ、博客之后出现的第五种网络交流方式，它已成为“Web2.0 核心的应用的最典型代表”。

国内外的调查研究表明，在校大学生既是使用网络最稳定、最活跃的主要群体，也是使用微博最稳定最活跃的主要群体，可代表主要的网民群体和主要的微博作者和读者。大学生正值青春期，这个阶段正是被美国心理学家埃里克·H. 埃里克森称为最容易产生自我认同危机的阶段，因而大学生在青春期要解决的核心任务是建立自我认同感，排除自我迷惘，这就需要充分的自我表达、自我反省以及社会交往，在表达、反省与交往中建立起自我认同。那么，大学生采用何种表达渠道来建构自我认同，又是如何来建构自我认同的呢？这正是本文要考察的主要内容。

泰勒（Taylor）、吉登斯（Giddens）、科特（Cote）都认为，我们已经改变了我们发觉自我、呈现自我和再现自我的方式，自我认同已经由外向内、由被动向主动转型。而微博的出现恰好为需要主动建构自我的大学生提供了自我反省、自我表达、自我建构的平台，它能满足大学生追求时尚、排遣孤独、倾诉与发泄、



相互交流、实现自我价值的需要。它因兼具公共性和个人性，从而比人际传播、传统日记本、E-mail、BBS、ICQ、个人主页等更有助于大学生建构自我认同，即有助于大学生在自我表达、自我反思、与他人交往中确定我是谁。微博是大学生自我认同建构的平台，毫无疑问，它留下了大学生自我认同建构的痕迹，展示了大学生的心路历程，而其心路历程不可避免地会打上社会和文化的烙印。因而在接下来的篇章，笔者以众多大学生个人微博为文本，在观察的基础上，着重从心理层面、社会层面和文化层面来考察大学生如何主动地建构自我认同，篇章顺序依次是自我的建构、角色的确认、文化的皈依。

关于网络中自我建构的问题，早期大多数研究均关注纯粹匿名环境中网络身份的建构，容易得出网络使用者建构的是与现实自我完全不同的新身份的结论。然而，微博也是网络样式的一种，但它实行的是实名制（前台自愿、后台实名），通过它所建构的自我就绝不是一种自我，经观察得知，大学生在微博中建构的自我是本我、现实我、理想我三者兼而有之。只不过匿名微博更有助于建构本我，实名微博更有助于建构现实我，而微博便于印象管理的特性，又使之能建构理想我。

角色是在社会中形成的，没有社会就没有角色的产生。“大学生”理所当然的是大学生要扮演的一个重要角色。因大学生活与高中生活的巨大反差，大学生容易迷失自我；因高校扩招以及就业分配制度的改革，大学生的身份由“天之骄子”转变为“普通劳动者”，这使得大学生容易产生对身份的焦虑，因而大学生有必要进行自我定位。大学生往往倾向于以兴趣、能力来定位，以社会角色期待来定位，从而明确自己前进的方向和目标。从阶层上来看，“小资”的含义经过历史的演变，已淡化其经济、政治的阶级色彩，成为一种生活方式，一种生活情调与生活品位。大学生在客观上虽不属小资阶层，但他们却在主观上认同自己为“小资”，他们通过所流露出的“情调”及“品位”建构起自己的“小资”阶层认同。

人是文化的人，社会是文化的社会。当前的中国正处于从传统社会向现代社会的转型时期，也跨入了全球化时代。大学生在传统与现代的碰撞、中西文化的冲突与融合中，文化和价值观念也发生相应变化，个体的生存意识和生存方式也发生转变，其文化认同也呈现多元化的特征。我们不可简单地以大学生受现代文

化和西方文化的影响就得出大学生抛弃传统、全盘西化、不爱祖国的简单结论。大学生在现代化的冲击下并没忘记象征着传统的家乡，仍对家乡有着高度的认同；大学生在全球化的冲击下也并没抛弃自己的祖国，其对祖国也存在着认同。这说明，他们对文化的认同是传统与现代并存、本土与全球共在的开放的多元化认同。

总之，在最容易发生自我认同危机的阶段，在自我认同由外向内、由被动向主动转型的情况下，迅速崛起的微博恰好为大学生反思自我、表达自我、建构自我提供了平台。它融合了过去网络中单一的、片断化的自我，使之成为全面完整系统的自我。大学生将外部世界整合进自我的叙述中，是主动地在建构，而不是被动地选择，这是贯串全文的主线。

**关键词：**大学生 微博 自我认同 建构

**中图分类号：**G206.2



# 第一章 绪 论

## 第一节 选题缘起及意义

### 一、选题缘起

本文选题起因于：其一，大学生正值青春期，这一阶段最易产生自我认同危机；其二，大学生是使用微博的典型性和代表性群体之一，他们的自我认同危机及建构不可避免地会打上微博的印记。

#### （一）自我认同危机及认同方式的转型

美国心理学家埃里克·H. 埃里克森认为，人格在人的一生要经过口腔、肌肉、运动、潜伏、青春期、成人早期、成人中期和成人后期八个发展阶段，每个阶段人格都要面临一定的危机并试图适应和解决它，从人格发展的第五个阶段（即青春期）开始，同一性（自我认同）危机产生。这个阶段正是儿童向成年人过渡的阶段，青年不仅要经历一个生理上性别明确区分的发展过程，还要在心理上适应和承受社会文化的急剧变迁所带来的价值观念的冲突，因此在这个阶段最容易产生危机。<sup>[1]</sup>而在全球化、多元化、高度流动的后现代社会，转型时期的中国，青年所面临的认同危机问题更甚。在此情况下，处于青春期的的大学生是如何来建构他们的自我认同呢？这是一个很有意义的问题。



泰勒（Taylor）、吉登斯（Giddens）、科特（Cote）都认为，我们已经改变了我们发觉自我、呈现自我和再现自我的方式。<sup>[2]</sup>认同问题严格说来是一个现代性问题。Taylor 指出：“在现代之前，人们并不谈论‘同一性’和‘认同’，并不是由于人们没有（我们称为的）同一性，也不是由于同一性不依赖于认同，而是由于那时它们根本不成问题，不必如此小题大做。”<sup>[3]</sup>Taylor 认为，在前现代社会，认同的起点在人的自身之外，因宇宙存在着天意安排的秩序，万物进入各自的位置序列，恰如其分，分毫不差，因而“我”是统一的、稳定性的单一的自我。而在现代社会，认同的起点就在人的自身，我是一个自然人，我被一系列内在的动力、目标、欲望和抱负等欲望刻画出自我的特征。此时的我是“变化不定的自我”，带有后现代的流动性、可变性等特征。<sup>[4]</sup>Cote 认为，认同形成总是包括自我的主体方面和个人所处社会情境的联系。在前现代社会，个人从传统、宗教、出身所赋予的社会地位中继承他们的社会身份，此时的个人认同是受外界支配的。从前现代向早期现代的转化中，社会认同可通过自我实现来获得。在个人层面上，个人认同建立在公认的、完整的传记基础上。而后现代的市场取向，使注意力更集中于个人，体现在商品中的社会身份可被积极管理。人们发现自己需要更直接、更外向的自我定义，而不是含蓄的，于是积极的自我反省出现了，自我经常通过自我叙事、自我呈现或社会演出加以详细阐明。<sup>[5]</sup>Giddens 认为，传统社会或者说前现代社会中的自我认同，从很大程度上说，是通过外在的“仪式”以及其他的规则认证之后自我承认和接受的结果，在自我认同的过程中，个体的角色是被动的，个体几乎没有选择，如果说有，他的选择或许只有一种，那就是：去遵从传统。可以说传统社会中的自我认同的方向首先是向外，然后才向内的。而在现代性条件下，自我认同的路上经历的更多的是“仪式的缺场”“权威的多元化”“自我的两难困境”，个体的生活历程变成了一个内在参照性的历程，自我就是在这样的生活历程中被不断地形塑与建构甚至重构。个体必须作出选择，这里的选择很少有传统意义上的“遵从”的含义，它更多的是体现了一种主动性和开拓性，是对自我的一种开拓。可以说，它的方向与传统社会里自我认同的方向是相反的，它首先是向内，然后才向外。<sup>[6]</sup>

自我认同由外向内、由被动向主动转型的过程，决定了本文的研究取向：关注大学生自身如何建构自我认同。

## (二) 大学生·微博·自我认同

“网络正在把传播学引向一个‘研究人’的时代。”<sup>[7]</sup>“研究处于网络传播核心的人，成为新传播学研究所必须面对的核心课题。”<sup>[8]</sup>大学生作为社会中的特殊群体，是传承科学文化的主要载体和社会发展的中坚力量，肩负着实现中华民族伟大复兴的历史使命，他们的身心健康与否直接关系到我国社会的稳定与发展。

国内外的调查研究表明，无论是网民还是微博作者和读者，在校大学生都占有很大的比重，可代表主要的网民群体和主要的微博作者和读者。皮尤因特网与美国生活项目对大学生使用因特网的情况作了调查研究，其研究表明，大学生比一般人更容易上网，几乎100%的学生都与网络有关。<sup>[9]</sup>据网络使用人口普查来看，国外的网络用户大多是在校的18~29岁的年轻人，大大高于其他年龄段。<sup>[10]</sup>中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第20次《中国互联网络发展状况统计报告》中，在校大学生(包括大专、本科、硕士、博士)网民超过4成(43.9%)。这些网民中，又有一半是本科及以上学历(23.8%)<sup>[11]</sup>。在第21次统计报告中，在校大学生比例也达36.2%，其次是高中生，比例为36%。<sup>[12]</sup>在第22次统计报告中，“中国网民的主体仍旧是30岁及以下的年轻群体，这一网民群体占到中国网民的68.6%，超过网民总数的2/3”<sup>[13]</sup>。在最近的37次统计中，截至2015年12月，我国网民以10~39岁群体为主，占整体的75.1%：其中20~29岁年龄段的网民占比最高，达29.9%，10~19岁、30~39岁群体占比分别为21.4%、23.8%。<sup>[14]</sup>这说明大学生是各重点群体中最稳定、最为活跃的一个，由于身心的成熟，大学生群体的网络信任感最高。

2013年8月19日，全国大学生新媒体发展论坛在京召开。论坛上，北京团市委与中科院心理所、新浪微博联合发布了《中国大学生微博发展报告》。报告提到，截至2013年6月底，单是新浪微博的大学城用户数已逾3000万，高校日使用用户超过1000万。<sup>[15]</sup>而至2015年6月底，新浪微博中可明确识别学生身份的用户，共有在校大学生(含海外用户)37760362人(占比72.52%)，在校高中生用户共有14305188人(占比27.48%)，两者共计52065550人。2015年上半年迎来





增长的高峰期，2015年6月底相比于2014年12月底用户总体增幅为23.37%。微博学生用户随年龄增大用户数量越多，其中22岁用户占比16.55%，15岁用户占比8.25%，两者相差8.3个百分点。从活跃率来看，20岁的学生用户活跃率最高，为31.51%，其次为19岁用户、21岁用户和22岁用户。统计发现，从15~35岁用户所有年龄段的活跃情况来看，学生用户活跃率明显高于非学生用户，活跃度呈现年轻化特征。<sup>[16]</sup>

大学时期正处于人生的转折与过渡时期，面临着建立自我认同的核心发展任务。微博无疑为大学生提供了一个很好地表达自己、反思自己的平台，国外学者彭内贝克和比尔（Pennebaker & Beall）指出，写出个人经历有助于个人更深刻地理解自己，并能缓解主要矛盾和冲突；缪拉（Miura）也认为，通过在微博中表达和揭露自己，作者能加深对自我的理解。<sup>[17]</sup>大学生自我认同的发展将不可避免地被打上微博的印记。

在“网络普及的社会中，自我认同是一个值得注意的议题”。<sup>[18]</sup>近年来，人们已经开始了互联网与自我认同关系的研究。当代西方学界兴起的自我认同理论为我们研究当代大学生心理健康问题提供了有益的启示。在西方学者看来，自我认同已不仅是一个心理学上的概念，而且还是哲学、社会学、政治学等领域中的常用概念，也就是说，自我认同研究已成为多领域、跨学科的整体性研究视角之一。正是这一点使它非常适合作为研究人的问题的一个切入点，因为有关人的问题的研究涉及的是人的整体的生活世界。由此可以理解，国内学界自20世纪90年代以来为何越来越多地关注自我认同问题，并把它引入大学生心理健康教育研究。尽管这种“引入”对于拓宽大学生心理健康研究的视野的意义不言而喻，但从目前的研究资料来看，这样的研究还只是处于初始阶段，特别是缺乏关于大学生使用微博与建构自我认同相结合的系统性研究。这也是本论文选题的目的所在。

为什么那么多大学生喜欢写微博？他们在微博中是如何建构自我认同的？微博中所建构的我与现实生活中的我完全不一致吗？正是这些问题驱使笔者要研究这个选题。