

網路世界中的自我呈現：虛擬與現實的交織

撰文/許侑倜

在現今數位化和社交媒體盛行的時代裡，網路世界成為了我們日常生活中不可或缺的一部分。網路使我們跨越了時間、空間的限制，可以隨時隨地獲取到多元且大量的資訊。在這個虛擬的空間裡，每個人都有機會通過社群平台、交友軟體和其他多樣化的應用程式來向他人呈現自己的形象和個性。當然，這種自我呈現不僅限於文字和圖像，還包括影片、遊戲角色等不同形式。

作為與他人進行線上交流互動的主要方式之一，大部分的人如今每天皆會花一定的時間在瀏覽社群軟體。我們會於社群媒體上發布的貼文、限時動態或短影音等方式去經營自己的社群帳號，與他人分享自己的生活。在發布任何動態之前，大多需要做許多準備，例如編寫文案，或是花時間拍攝、選擇及編輯照片、影片等等。

而在選擇的過程中可能會有許多糾結和猶豫的心理歷程，像是擔心他人是否會喜歡這樣的內容？亦或是他人會對自己的這個動態有什麼看法及評價。相對的，我們也會期待能夠獲得許多好友們的愛心及留言，以感受到自己是被肯定的，並從中獲得歸屬感及人際支持。因此許多人會特意的選擇特定範圍的內容來發布，營造一個我們期望中的形象，僅分享自己想被大家看到的部份——也就是自我呈現。

自我呈現是什麼？

自我呈現 (Self-Presentation) 又常被稱為印象管理 (Impression Management)，由心理學家厄文·高夫曼 (Erving Goffman) 所提出，指個體試圖在不同環境中透過自我形象的塑造，影響他人對自己的印象之過程。網路世界中的自我呈現是一種複雜而多樣的過程，它反映了我們刻意的表現出想要展示給他人看到的面向。可能包含我們的興趣愛好、職業身份、生活方式，亦或是自己的價值觀和人格特質。

自我呈現的類別：

1. 正向的自我呈現：

在人際互動中，正向自我呈現可以帶來情感上的好處，幸福感得以提升並使人們處於積極正向情緒，並作為對抗負面生活事件的心理緩衝。除此之外，越是表現出積極正向的自我，越是一種自我肯定及自我增強的表現。舉例而言，我們可能會不自覺地在社群媒體中發出生活過得很好、到處玩樂的照片、或是分享有意義的文章等，目的是刻意讓別人覺得自己是正向積極的。

2. 誠實的自我呈現：

指的是當人們期望與朋友建立長期關係時，會傾向選擇較誠實地呈現自己，有更多的自我揭露。此時正向或負向情緒都有可能出現，因為個體並沒有刻意地去營造自我呈現的面向，而是真誠的抒發心情、表露想法。當我們適當的自我揭露時，可以獲得良好的人際支持並促進社交關係之發展。

自我呈現的益處：

由上述文段可知，兩個種類之自我呈現皆可以帶給我們諸多好處及助益。理解和探索網路世界中的自我呈現，有助於我們更好地運用這些網路平台來表達自己。若能以此為依據，適當的創造出積極的有利於我們的形象，能夠有助於我們更成功地與他人建立連結，以擴展自身社交網絡。此外，透過營造自我形象的過程，也能夠有更多自我認識的機會，了解自身理想中的樣子為何。

自我呈現的隱憂：

網路上的自我呈現往往可以更精心地策劃和精修，以符合我們理想中的自我，這也同時會產生一些挑戰和風險。若期望與網路上的朋友持續發展關係，則勢必會回到現實中，進行面對面的接觸與交流。此時若是仍僅停留在正向的自我呈現，則可能很難與對方建立更深入的關係，並流於失真的社交互動。此外，也可能會過度在意他人對自己的評價。因此我們可以試著去看看自我呈現對自己帶來的影響，並思考如何取得一個較合適的平衡。

如何了解我們如何自我呈現，而其又對自身有何影響呢？我們可以跟著以下步驟思考：

1. 自我核對：你在網路世界與現實中分別展示什麼樣的面貌？而其中又包含哪些特質呢？
2. 比較與感受：這兩者是相近或有落差的呢？而當你看到兩者之間的不同時有什麼樣的感受或想法？
3. 思考與抉擇：根據上題的回答，你會期望能夠如何改變，或選擇接納自己現在的樣貌呢？

每個人在面對不同情境或關係時，都可能會展現出不同的樣貌。當我們意識到自己在網路世界與現實世界中呈現的樣貌有所差異時，我們可嘗試以中性、不批判的角度，將其作為一個自我了解的契機，覺察這樣的自我呈現滿足了什麼樣的人際需求，並思考自己是否喜歡目前的呈現方式。除此之外，也可以透過設定自身網路使用之界限及維持與親友的真实連結等具體策略，來促進兩者之平衡，以提升心理健康之品質。

參考資料：

洪譽凌（2018）。臉書使用者的自我呈現對於主觀幸福感之影響- 以感知社會支持為中介變數〔碩士論文，國立臺灣師範大學〕。華藝線上圖書館。

楊美雪、朱家瑩（2016）。行動社群參與者社交動機與自我呈現策略之研究。藝術學報，(99)，89-108。

Kim, J., & Lee, J. E. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359-364.