

# 青年群体在自主匿名社交中的自我呈现心理研究

## ——以小红书Momo群体为例

赵佳文

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月18日; 录用日期: 2024年12月3日; 发布日期: 2024年12月18日

### 摘要

目的: Momo群体在互联网环境下通过特定的昵称和头像聚集在一起, 形成的一种虚拟的社群。通过对小红书momo群体的研究, 反对算法推荐、保护个人隐私、强调在网络环境中保持匿名的需求和重要性。方法: 以拟剧理论为基础阐述momo群体的自主匿名社交的自我呈现, 通过分析其呈现的动机以及产生的正面效应和媒介困境, 更深入地了解青年群体在新媒体时代中的社交行为。结果: 青年群体化身momo可以不受现实身份限制在虚拟世界中自由地表达内心真实想法和个人情绪, 找到与自己有共同兴趣、价值观和目标的人群, 获得群体认同感和归属感。结论: 在匿名的环境下, 人们可能更容易被感性驱使而非理性思考, 极端表达也变得更加频繁, 缺乏责任感, 潜在地孕育互联网社交风险。

### 关键词

自主匿名社交, 心理, 自我呈现, Momo群体

# A Psychological Study on Self-Presentation of Young People in Autonomous Anonymous Social Interaction

## —Taking the Momo Group on Xiaohongshu as an Example

Jiawen Zhao

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 18<sup>th</sup>, 2024; accepted: Dec. 3<sup>rd</sup>, 2024; published: Dec. 18<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

**Objective:** The momo group is a virtual community formed by young people on the internet through specific nicknames and avatars. This study aims to explore the demand and importance of opposing algorithmic recommendation, protecting personal privacy, and maintaining anonymity in the online environment. **Methods:** This study uses the dramaturgy theory to analyze the self-presentation of the momo group's autonomous anonymous social behavior. It analyzes the motivations behind the group's presentation, the positive effects it generates, and the media dilemmas it faces, to gain a deeper understanding of young people's social behavior in the new media era. **Results:** Young people who adopt the momo identity can express their true thoughts and emotions freely in the virtual world without being limited by their real-life identities. They can also find groups of people who share their interests, values, and goals, and gain a sense of belonging and identity within the group. **Conclusion:** In an anonymous environment, people may be more driven by emotions rather than rational thinking, and extreme expressions become more frequent. They may also lack responsibility, potentially incubating internet social risks.

## Keywords

The Main Anonymous Social, Psychology, Self-Presentation, Momo Group

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

在数字化时代，社交媒体已成为人们尤其青年群体生活中不可或缺的一部分。小红书、微博、抖音等的社交媒体，为用户提供了交流平台，使得人们可以轻易地与他人建立联系、分享信息、交流观点。但在一些弱关系的社交媒体上公域与私域的界限也逐渐模糊，用户的“私域”被侵占，用户对隐私的需求变得更为强烈。青年群体作为社交媒体的主要用户群体，其社交行为和自我呈现方式具有独特的特点，自主匿名成为“momo”就是他们在网络世界生存的特点之一。Momo 们在社交媒体互动过程中逐渐形成群体认同、产生归属感和安全感，匿名也为他们提供了一种“数字隐身”的感觉，但便利与自由的同时也可能导致一些社会问题，如匿名暴力、群体极化、低俗信息等。

## 2. 研究现状与理论依据

### 2.1. 自主匿名社交的现状分析

在小红书这一社交平台上，存在着众多以“momo”为昵称，且采用粉色恐龙作为头像的用户群体，他们频繁现身评论区，其身份的混淆性颇高。起初，部分网友误以为这些账号背后为同一人，由此引发了不少误解，赋予了“momo”这一身份显著的娱乐色彩。用户们通过选用该头像并积极互动，不断催生出一系列与“momo”相关的网络“梗”，进一步激发了更多用户的参与热情，促使“momo 大军”在小红书上的规模迅速膨胀，这一现象几乎演变成了平台用户自发采取的一种匿名交流方式及娱乐游戏(欧文·戈夫曼, 2008)。近年来，关于小红书用户匿名表达与社交行为的研究，大多聚焦于印象管理的视角，而从自我呈现维度进行的探讨则相对匮乏。

## 2.2. 自我呈现心理的理论依据

自我呈现理论(Self-Presentation Theory)是由社会心理学家欧文·戈夫曼(Erving Goffman)提出,此理论主张,在社会交往的广阔舞台上,个体依据不同的社会背景与期望,会主动且策略性地调控他人对自身所形成的印象,旨在塑造一个契合自身利益的形象轮廓。这一过程犹如一场精心编排的戏剧,个体在其中扮演多变的角色,利用言辞、举止、外貌等多种媒介,巧妙地引导他人对其角色认知与评价的走向。

拟剧理论又称“前后台理论”,是戈夫曼在《日常生活中的自我呈现》中提出的,是一种社会互动理论。它关注人们在社交互动中如何塑造、维护和展现自己的身份,它把社会比作剧班,把社会成员比作在这个剧班里扮演不同角色的演员(古斯塔夫·勒庞,2017)。每个人在社会互动中都非常小心地表现自己,努力展示自己,以把握自己给他人造成的印象,希望自己的形象能够最好地为自己要达到的目的服务。

## 3. Momo 群体在自主匿名社交中自我呈现的心理动机

### 3.1. 大数据下的自我保护与隐私博弈

大数据时代,个人信息在各种数据库中被广泛存储,算法被广泛应用于推荐系统、搜索引擎、广告投放等领域。通过算法,可以分析个人的行为和兴趣,也可能被用于挖掘和盗取个人的身份信息。许多网民通常在社交媒体上分享自己的生活、兴趣、观点等信息,这些信息在大数据和算法的帮助下可能会被推送给现实生活中的熟人。

但一些青年人并不希望自己的账号和发帖内容被熟人知道,所以会主动设置同质化昵称和头像或限制社交媒体上的可见性设置等,穿上 momo 马甲,变成互联网群体中的一员。为了保护自己的隐私和安全,许多用户选择匿名化,隐藏自己的真实身份和个性。独特的 ID 昵称和头像增加了被人检索到的风险,因为这些信息更容易被搜索引擎或算法识别。而我们在搜索“momo”时,会得到大量相似的社交账号。这些账号的名称可能都是“momo”,但它们背后的个体可能是不同的。这种自主匿名的方式使得个体在虚拟世界中的身份更加难以被识别,从而给予个体一定的安全感。社交平台的“可能认识的人”等功能,利用用户的个人信息和社交行为数据,将用户的账号和平时的发帖等精准无误地推送给他们通讯录中的熟人。这种基于强关系的推荐功能使得现实生活中的关系网络渗透到社交平台中,个体在社交平台上的理想化表演被破坏。因此,“momo”们在使用社交媒体时通常会特别注意自己的言行举止,不敢在社交平台袒露自我、分享过于私密的信息或观点,他们需要权衡隐私保护和个性化表达的平衡。

### 3.2. 缓解前台扮演的社交疲劳

拟剧理论将表演分为前台和后台。前台是人们呈现给他人的形象和行为,而后台则是人们真实、不为人知的一面、是我们休息放松的地方。momo 作为一个标签,为人们提供了一个在社交媒体上的“后台”,让他们可以释放“主我”,即真实的自我。在这里,人们可以更加自由地表达自己的真实感受和想法,不必担心前台的形象受损。在现实社会中,人们受到各种规定和约束,限制着人们的自由表达和行(刘海龙,2008)。而虚拟社会,如社交媒体平台,提供了一个相对安全的空间,让人们可以倾吐和宣泄真实的自我,这种自由表达的方式有助于缓解人们在现实社会中的压抑和焦虑情绪。

由于社交媒体的公开性和竞争性,用户往往需要在这个平台上塑造一个积极的、吸引人的形象,以获得他人的认可和关注。但这可能不是用户真实的自我,当个体长期处于这种持续的前台表演状态时,很容易产生社交倦怠心理。在小红书上用户疲于前台表演,他们通常不需要维护一个积极、吸引人的形象以获得他人的认可,可以以一种匿名社交的方式展示真实的人格,使用 momo 的身份不用担心受到他

人的评判或攻击不会出现“人设崩塌”的情况。换上“momo”的昵称和头像，让他们能够在社交媒体上更加自由地表达自己，缓解了社交压力和疲惫感。

### 3.3. 强化群体认同建立情感归属

Momo 作为一个虚拟群体，反映了青年群体对于社交媒体或应用中的个性化推荐的反抗，对于信息泄露的担忧，以及对强匿名社交的需求。青年群体在小红书上使用 momo 这个社交符号来展示自我，他们实现了“身体的虚拟在场”，即他们在网络上的存在和参与。他们与 momo 社群中的其他人进行互动，这种互动可以被视为一种仪式，这种互动形成了一个完整的互动仪式链。在这种连续的互动过程中，那些有共同价值观、意义和理解的青年人得到了情绪的释放，释放了孤独和压力(董晨宇, 丁依然, 2019)。同时，他们也找到了属于自己的群体，并加强了自己对这个群体的认同感。Momo 群体使用统一的头像、昵称等互联网标识，他们在这个群体中有共同的身份认同，明确区分自己与其他群体的不同之处，说明他们对这个群体的认同感很强。

由于 momo 群体中成员们的身份信息高度一致并且集体匿名，在匿名冲浪的过程中，攻击不会直接针对个体，而是针对整个群体，momo 的集体身份降低了个体受到攻击的风险。“momo”们经常在帖子的评论区集体出现，这种“团建”进一步增强了群体内部的联系和认同，很多网友在与 momo 交流时，常常发现自己在与多个不同的 momo 交流，很难分清哪个是一开始回复的 momo。他们可能会感到更加自信和勇敢，让他们更加大胆地表达个人意见，不再害怕被孤立或攻击。因此，“momo”的群体认同得到了进一步地强化。

## 4. Momo 群体在自主匿名社交中自我呈现的正面效应

### 4.1. 构建强信任的匿名化社交模式

Momo 群体的出现带来了更强信任的匿名化社交模式，成员们在平等和自由的环境中建立联系和信任。在这个群体中，成员们都使用相同的头像和昵称，在社交互动中保持匿名，这种匿名性使得成员们更容易信任彼此，因为大家在社群中都更自由也更平等，没有代表人物或意见领袖来影响互动。这种平等性使得成员们更容易自由地表达自己的观点和情感，而不用担心被身份地位较高的人所压制或批评(陈雨薇, 方伟, 2023)。此外，momo 们更容易向同类表达真实的自我。由于匿名性带来的安全感，成员们更容易在社群中展示真实的自我，更加自由地交流和互动，而不用担心自己的身份被识别或受到攻击。这种真实性使得成员们更容易建立信任和联系，从而增强了社群的凝聚力和认同感。

在传统的社交网络中，人们往往通过身份、地位、关系等来建立信任关系。然而，在 momo 群体中，这种信任关系被重新定义，大家都是平等的，人们可以摆脱身份和地位的束缚，自由地表达自己，因此成员们更容易基于共同的兴趣、价值观和经历来建立信任关系。用户可以在小红书肆意宣泄自己的情绪和焦虑，与其他陌生人分享自己的感受和经历。“反正没人认识我，也没人认得出来我”，使得他们的防御心理得到了进一步安抚，以此来展开社交互动，满足了用户对于个性化选择的需求，使得他们在社交互动中更加自在、自信。

### 4.2. 营造多元舆论场

在传统的社交媒体中，主流意见往往占据主导地位，而少数派的声音往往被忽视或淹没。由于社交媒体的开放性和匿名性，也使得人们的隐私很容易被泄露，或者受到网络暴力攻击。这种担忧使得很多人不敢随意发表意见，成为了沉默的大多数。而 momo 的出现为这些沉默的大多数提供了一个机会和平台，人们可以自由地发表观点态度，从而减轻少数派的压力，使得不同观点和声音得以展现和交流，促

进了思想的多样性和创新性。这种多元化的声音和意见使得社交媒体更加丰富多彩，也为人们提供了更加全面的信息和观点(杨恒, 蔡亚欣, 2023)。随着 momo 群体规模的不断扩大, 为少数派提供了一个支持和响应的群体, “一 mo 做事亿 mo 当”的共同体意识减轻了他们被孤立的恐惧感。因此, 越来越多的少数派开始敢于表达自己的意见和观点。momo 群体的出现提供了一个表达的机会, 在一定程度上打破了面对主流意见而不敢表达不同意见的局面, 使得他们敢于挑战主流意见, 为社交媒体带来了新的表达方式和社交形式, 促进了多元舆论场的形成。

### 4.3. 共同表演下的多声表达

在拟剧理论中提到了“剧班”(team)的概念。在现实生活中, 为了维持特定的社交场景, 表演者需要与许多其他的参与者进行合作。剧班可以被视为一个秘密社会, 其中的成员拥有共同的秘密话语和契约。这些秘密话语和契约是剧组成员之间相互信任和依赖的基础、是他们之间的默契和共识, 也是他们共同维持相关情境中的互动的关键, 用于沟通和交流, 以及协调各自的行为(马珺, 2016)。

一方面, momo 在小红书上作为一个剧班, 他们有着共同的目标、信仰或价值观, 具有较强的群体认同心理。当他们出现在观众面前时, 会塑造一个群体印象, 这个形象是他们作为一个群体共同发出的声音, 是他们作为一个团队共同塑造的形象。这个形象体现了他们作为一个群体的共同价值观和理念, 也是他们希望能够呈现给观众的形象。所以当 momo 以这样的形象出现在小红书上发表言论时, 个体成员的差异和个性被淡化, 而集体性的形象成为了主导。同时, 他们内部存在着集体契约, 比如小红书平台流传的《Momo 市市长致全体 Momo 的一封信》, 内容是对 momo 们的行为的规范与要求, 以确保整个剧班的表演能够顺利进行。当 momo 其中之一的行为失范, 其他 momo 便会加以管制, 这是为了维护整个剧班的形象和声誉; 当面对外部攻击的压力时, momo 们也会齐心协力进行反击, 以保护整个剧班的利益和尊严。

另一方面, 如果观众仔细观察 momo 们, 也会发现这个群体存在着“千人一面”却“千人千声”的多声表达。他们缺乏“意见领袖”, 没有一个中心化的领袖或组织来整合他们的言行, 每个 momo 都有自己的表达方式和观点。这些不同的个性和表达方式导致了他们在表演中存在差异和矛盾, 不了解 momo 群体的观众会将 momo 认成同一个人, 这些前后不一致的言行会导致观众产生困惑和误解, 使得观众难以将他们视为一个统一的形象。加入 momo 的条件非常宽松, 只需要修改头像和网名即可, 缺乏明确的入会标准和审核机制, 仅在外表上呈现出一种统一的面孔或形象, 但在具体的表演中, 每个成员都可能拥有自己的独特风格、观点和表达方式, 使得他们在共同表演中呈现出一种多声表达的效果。

## 5. Momo 群体在自主匿名社交中的媒介困境

### 5.1. 责任分散下的极端表达与群体暴力

尽管匿名化社交的初衷之一是帮助用户规避网络暴力, 但实际操作中, 匿名性也可能成为网络暴力的推波助澜者。momo 作为虚拟社交渴求的产物, 与现实联系较弱, 集体相同的外观和 momo 间的相互支持分散了指向明确个体的压力, 从而减轻个人在表达时的压力。在匿名的保护下, 由于不再害怕自我暴露, 他们可能觉得无需对自己的言论负责, 感性战胜了理性, 认为可以隐匿在集体成员之中, 不用受到外部的监管, 更容易发表攻击性、侮辱性或偏激的言论。同时基于强烈的群体认同, momo 们更容易受到群体情绪的影响, 也很容易群体极化。当这种群体极化达到一定程度时, 匿名群体可能会变成乌合之众, 被情绪所左右, 从而引发群体暴力。这不仅会严重伤害被攻击的对象, 也会进一步激化社交媒体交流矛盾, 还可能引发更广泛的社会矛盾和冲突, 使社交媒体环境变得更加紧张, 冲突重重。

## 5.2. 情绪操控下的媒介依赖

Momo 群体通过自主匿名在小红书等虚拟网络世界中逃避社会控制,这种逃避现实的行为可能会导致他们在追求快乐时更加不加节制。现实生活中的熟人带来的压力可能使人们感到压抑和束缚,无法自由地表达自己的情感和需求。而在这个全新的社交场域中,人们可以与未知的陌生人进行交流,这种交流方式消解了来自熟人的压力,momo 们凭借匿名性可以更加坦诚地表达自己的情感和需求,同时也更容易获得他人的支持和理解,这会增加他们对媒介的依赖。这可能导致他们对媒介的过度使用,花费大量时间在虚拟社交上,过度沉迷于匿名社交,从而忽略了现实生活中的重要事务(李晓楠, 2023)。

在虚拟社交中,用户可能会不断地接收和消费大量的信息,这些信息可能包括有用的信息,也可能包括无用的信息。过度接受和消费信息可能会导致人们沉迷于虚拟世界,导致在现实生活中更加孤立和不安。虽然匿名社交可以为那些担心在现实生活中受到评价的人提供一种逃避的方式,但它只是提供了一个倾诉焦虑的出口,为用户创造了一个逃避现实社交焦虑的空间,并不能真正解决社交恐惧的问题。过度依赖匿名社交可能会导致人们在现实生活中更加孤独和焦虑,而不是真正克服社交恐惧。

## 5.3. 低质内容和不良信息暗流涌动

由于匿名性和即时性的特点,社交平台上的信息传播速度非常快,范围也非常广。一些用户可能会利用 momo 群体的匿名性发布不实或有害的信息,这使得平台上可能存在大量的低质内容和不良信息,如虚假信息、误导性言论、恶意攻击等。在匿名社交平台上 momo 们可以通过隐藏自己的身份削弱外部的压力,在公共领域畅所欲言,他们可能会恶意攻击、情绪化表达或陷入二元对立的思维模式。这些行为不仅可能对其他用户造成困扰或伤害,还可能对媒介生态和网络空间造成破坏。这可能是因为一些用户缺乏媒介素养,无法正确分辨信息的真伪和价值,从而将虚假信息或不良内容传播出去。与此同时,许多用户缺乏对媒介信息的批判性思考和判断能力,容易被虚假信息或不良内容所误导。不良信息误导他人,对言论的真实性决策产生潜在危害,破坏社会的正常运转和秩序,对社会造成负面影响。

## 6. 青年群体自主匿名社交行为的解困路径与反思

勒庞在《乌合之众》中提出:“群体是匿名的,因而无需承担责任,于是约束着个人理性的责任感往往会消失得无影无踪。”在网络虚拟社会中,虽然用户可以匿名发表言论,但这种自由并不是无限制的。网络虚拟社会仍然受到现实社会的影响和制约,用户的言论和行为需要遵守一定的规范和法律。用户使用 momo 身份在小红书冲浪虽然是自主匿名化的结果,每个用户在后台都是独一无二,用户后台的实名认证信息,可以追溯发现用户的真实身份。

首先,虽然互联网具有虚拟性,为人们提供了一定的自由空间,但网络的自由空间仍需要有一定的规范和约束。为了应对这些问题,平台应加强用户管理和监督,不断完善举报和投诉机制,建立良好的社区氛围和行为规范,营造安全、友好的社交环境。同时,也要加强对用户的教育和宣传,不断提高用户的媒介素养。

用户要谨防个体逐渐被集体所奴役。在互联网时代,信息传播迅速,各种声音和观点层出不穷。用户如果盲目跟随集体的声音,差异性和多元性就可能被抹去,那么他们的思想就会变得单一、刻板,失去了个性和创新,从而失去独立思考和判断辨识的能力。我们需要时刻保持警觉,对于各种信息和观点进行慎重评估;应该学会辨别真伪,不轻易相信未经证实的消息和传言。同时,我们也要对自己的言论负责,不随意发表伤害性的言论,以免给他人带来困扰或伤害。

目前,由于更多网络社交权限与用户自我规制的加强,青年群体自主匿名社交行为已不再“时尚”,真实与秩序逐渐受到追捧。Momo 因其匿名的特性,成了青年群体的精神角落,青年们享受到了匿名上

网的快乐，也要注意自由的边界，互联网不是可以违法乱纪的地方，而“momo”们同样需要遵守一定的规则和道德标准，注意表演的范围，防止在自主匿名中丧失自我，产生消极影响。

## 7. 结语

社交媒体的普及和人们使用虚拟身份的倾向，公共领域和私人领域的界限变得越来越模糊，新的秩序和规范亟需建立。青年群体主动隐藏自己的真实身份，以换取更大的自由度和逃离前台的关注，化身momo可以不受现实身份限制在虚拟世界中自由地表达内心真实想法和个人情绪，也在互联网中释放了情绪得到了心理安慰，找到与自己有共同兴趣、价值观和目标的人群，获得群体认同感和归属感。但这也意味着他们游离于虚拟自我和真实自我之间。在匿名的环境下，人们可能更容易被感性驱使而非理性思考，极端表达也变得更加频繁，缺乏责任感，潜在地孕育互联网社交风险。如何建立一个平衡的社交环境，既能够保护用户的权益和隐私，又能够促进积极、健康的网络交流和互动，积极正面引导青年群体互联网的自我呈现值得我们思考。

## 参考文献

- 陈雨薇, 方伟(2023). “Momo”大军兴起——匿名化网络群体的二次匿名现象分析. *新媒体研究*, 9(9), 39-41.
- 董晨宇, 丁依然(2019). 社交媒介中的“液态监视”与隐私让渡. *新闻与写作*, (4), 51-56.
- 古斯塔夫·勒庞(2017). *乌合之众*(p. 11, 李国超 译). 北方文艺出版社.
- 李晓楠(2023). *拟剧理论视角下乡村女性形象的自我呈现研究——以抖音短视频为例*. 硕士学位论文, 武汉: 湖北文理学院.
- 刘海龙(2008). *大众传播理论: 范式与流派*(p. 291). 中国人民大学出版社.
- 马珺(2016). *匿名社交网络中的自我呈现与人际传播*. 硕士学位论文, 北京: 北京邮电大学.
- 欧文·戈夫曼(2008). *日常生活中的自我呈现*(冯钢 译). 北京大学出版社.
- 杨恒, 蔡亚欣(2023). 拟剧理论视域下匿名化的青年媒介形象探析——以豆瓣 Momo 群体为例. *新闻研究导刊*, 14(7), 117-119.