

头像自定义：抖音青年女性用户的影像表达与自我建构研究

汪雅丽

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21日；录用日期：2024年12月13日；发布日期：2024年12月26日

摘要

社交媒体的出现丰富了用户自我呈现的策略和手段，其中社交媒体头像在用户自我建构的过程中扮演着重要角色。抖音平台定位于一、二线城市的年轻群体，抖音用户以影像表达将其数字痕迹延伸至网络交往领域。本文采用网络民族志的参与式观察法、深度访谈法，以抖音青年女性用户头像为例，探究其影像表达类型及其对自我建构的作用。研究发现，出于差序关系下的隐私保护、精神内省下的个性表达、他者凝视下的印象整饰等动因驱使，青年女性用户的抖音头像多采取真人隐匿、客体代偿、理想化展演等策略性表演，并最终在前台展演中以可见的形象和遮蔽的身体构建出情境自我，在抖音场域的人际互动中实现社会自我建构。

关键词

社交媒体，用户头像，影像表达，自我建构，抖音

Customizing Avatar: A Study on the Image Expression and Self-Construction of the Young Female Users on TikTok

Yali Wang

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

Received: Oct. 21st, 2024; accepted: Dec. 13th, 2024; published: Dec. 26th, 2024

Abstract

The emergence of social media has enriched users' strategies and means of self-presentation, and social media profile pictures play an important role in the process of users' self-construction. TikTok

文章引用：汪雅丽(2024). 头像自定义：抖音青年女性用户的影像表达与自我建构研究. *心理学进展*, 14(12), 597-604.
DOI: 10.12677/ap.2024.1412926

is positioned towards young groups in first- and second-tier cities and TikTok users extend their digital footprints to the realm of online interaction through image expression. This study uses the participatory observation method of netnography and in-depth interview to explore the types of image expression and their role in self-construction among young female TikTok users. The study finds that young female users' TikTok avatars are often strategic performances, such as real-life invisibility, object substitution, and idealized performance, driven by motives such as privacy protection in the hierarchical relationship, individual expression in the spirit of introspection, and image refinement in the gaze of others. Ultimately, they construct a situational self by presenting visible images and concealed bodies on the front stage and achieve social self-construction in the interpersonal interactions within TikTok.

Keywords

Social Media, User Avatar, Image Expression, Self-Construction, TikTok

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

社交媒介是依托网络科技,运用智能手机、个人电脑等作为主要交互界面,融合文字描述、图像展示、视频播放、音频传递等多种媒介形式,为用户提供即时的信息交流、意见共享、建议探讨、经验传递、观点发表及资讯获取的综合服务平台与工具。社交媒体的兴起颠覆了传统的信息传播和自我呈现的方式,非语言的视觉符号成为网络空间流行的话语样式(曹高辉, 巩洪村, 梅潇, 2020)。“头像”作为社交媒介中极具代表性的视觉标识,不仅象征着网络用户的个体身份,而且深刻塑造着用户在虚拟世界中的社交互动以及自我展示方式。

抖音的出现满足了用户自我表达的需求,提供了情感共享的体验渠道,建构起丰富的交互情境。抖音作为社交媒体已深度渗透到用户的日常生活中,通过抖音分享个人动态、展示生活已成为社交媒体用户普遍采取的交往方式。作为公共领域的自我呈现,抖音用户自定义的头像有时是现实生活形象的直接反映,有时是个人特征、兴趣偏好或生活情境的一种提炼或局部展现,有时也代表着对自我形象的艺术化加工,包括美化处理、夸张变形或借助隐喻手法来表达内在特质。基于此,本文以用户头像为研究本位,探讨青年女性用户在抖音这一社交媒体中所用头像的影像表达类型、成因及自我呈现与构建特点,以探究用户自我形象表征及印象管理举措,探究社交媒体平台中图像符号所隐含的用户主体本性。

2. 研究思路与方法

2.1. 研究思路

社交媒体用户将头像作为自我呈现、形象塑造的关键工具,建构起虚拟在线身份,以适应空间平行化的交往模式。抖音作为热门短视频平台,兼具社交互动功能,用户头像的视觉表征传递出对自我身份的建构。研究最初,确定了“社交媒体平台用户头像的影像表达”为初步研究课题。首先,利用文献研究法,根据理论基础、文献基础,提出研究问题:社交媒体平台中用户头像的影像表达与成因,及其所承载的用户自我建构信息。“影像表达”来源于视觉修辞理论和影像符号学。视觉修辞理论关注图像、影像等视觉符号的修辞运用,视觉修辞通过选择、组合和呈现视觉元素来传达特定的信息和情感,类似于

语言修辞中的比喻、象征、夸张等手法；影像符号学则将影像视为一种符号系统，通过分析影像中的各种符号元素(如色彩、构图、人物形象等)及其组合方式，来解读影像所传达的意义。

其次，选取课题的具体研究对象，研究对象聚焦 18 位抖音青年女性用户。然后，使用质性研究方法：民族志的参与式观察法和深度访谈法，参与式观察女性用户的抖音头像表征及其更换频率。得到初步的质性研究结果之后，通过深度访谈，引导访谈对象进行抖音头像选择与使用的民族志回溯；并基于自我呈现理论，进一步探究青年女性用户抖音头像对其自我呈现的作用。最后，结合对抖音青年女性用户的民族志观察、深度访谈和文献研究，总结其头像的影像表达与自我建构分类并撰写文本。

2.2. 研究方法

研究使用质性研究方法，将民族志的参与式观察法和深度访谈法相结合。在选取样本时，一是确保样本的代表性和针对性，通过社会关系网络，确定 18 位来自不同行业的抖音青年女性用户，以降低样本的同质化风险。二是确保样本的真实性。鉴于头像选择的心理动机往往触及个人隐私，研究采取参与式观察的方法，走进被访者的日常生活，从 2024 年 4 月 1 日至 2024 年 10 月 7 日进行了为期数月的实地观察，以多次回溯性对话逐步建立起与被访者的深厚信任，从而确保了访谈内容的可信度。通过前期观察进行对比、归纳与总结，以确定最终的研究材料，并根据研究问题对抖音青年女性用户进行深度访谈。

访谈对象是 20 岁以上、30 岁以下的青年女性抖音用户群体，通过滚雪球的方式选取出 18 名用户作为受访者(见表 1)，每位受访者的访谈时间为 60~120 分钟，合计形成民族志观察和访谈材料共计 31,627 字，借助收集的材料和自我呈现理论对用户头像的影像表达与自我建构进行阐释。

Table 1. Basic information of interviewees
表 1. 访谈对象的基本信息

编号	姓名	年龄	职业/行业	教育程度	抖音使用年限
F1-LL	李*	23	硕士在读	硕士	7 年
F2-KYQ	况**	23	硕士在读	硕士	6 年
F3-SXW	时**	25	硕士在读	硕士	8 年
F4-SF	施*	24	硕士在读	硕士	7 年
F5-DLT	丁**	25	银行经理	硕士	7 年
F6-SFY	孙**	28	小学教师	本科	5 年
F7-CX	蔡*	24	硕士在读	硕士	3 年
F8-GHH	郭**	24	硕士在读	硕士	7 年
F9-YYL	杨**	24	小学教师	本科	6 年
F10-HXY	韩**	24	硕士在读	硕士	3 年
F11-ZYY	张**	23	医院护士	专科	8 年
F12-HTY	黄**	24	自由职业	硕士	7 年
F13-HSJ	何**	24	初中教师	本科	3 年
F14-HXY	黄**	23	硕士在读	硕士	3 年
F15-YY	尹*	24	教培老师	本科	7 年
F16-DYJ	杜**	23	硕士在读	硕士	8 年
F17-YYs	杨**	23	硕士在读	硕士	4 年
F18-WYT	王**	25	广告策划	本科	7 年

注：编号中的 F 表示女性，数字表示第几位访谈对象，字母组合为访谈对象姓名首字母。

3. 抖音头像的影像表达及成因

整理访谈资料发现,访谈对象在抖音头像的影像表达方面存在较大的异质性,但在头像选择动机方面具有一定的同质性,主要包括个人爱好、独特性与自身关联性等方面的考虑。以下结合被访者头像的几类表现形式,综合动机展开分析。

3.1. 真人隐匿: 差序关系下的隐私保护

调研发现,被访者的抖音头像多选用女性真人网络图片、明星、动漫,而少使用本人的真实图片。未使用本人图片的被访者表示,是出于隐私的顾虑。抖音作为公共性社交媒体平台,个人头像信息是公开呈现给全体用户的直观信息。“我又不是网红,而且也不想成为网红,只是平时刷刷短视频,偶尔发发抖音照片动态没多久又会设置成私密了,主要还是隐私考虑,不想被其他人发现这是我的抖音。毕竟互联网的世界太复杂了,充满了很多不确定性”(F15-YY)。在受访者看来,自我形象是个体化的呈现。不同于抖音动态的可见性管理,外在的头像的展示无法进行细致的可见性管理。无需添加好友,只要被浏览、被分享,个人头像就会暴露在网络陌生人眼前。

“总觉得在互联网上用自己照片当头像有一种裸奔的感觉。在抖音平台上能被很多陌生人浏览到,会有点担心信息安全”(F17-YY)。当问及是否会担心网络陌生人利用自己的真人头像照片从事不安全行为时,受访者大多持肯定态度,认为在抖音平台上使用本人真实图片做头像极易造成自我信息的泄露,具有较强的风险意识。“我从没用过自己的照片做抖音头像,因为不想被熟人认出自己,也不想被陌生人看到自己的真实照片,泄露个人的样貌等信息,担心被别有用心的人利用,拿我照片去诈骗啥的。在抖音我只想默默刷视频,跟几个玩得特好的朋友在我们的抖音小群里互动一下”(F7-CX)。

社交媒体上的隐私风险感知构成互联网隐私风险感知的一种具体情境,身处其中的每位用户不同程度地都会担忧个人信息遭到不当使用(牛静, 孟筱筱, 2019)。尽管如此,用户仍因社会交往的需求而持续在社交媒体平台上进行适度的自我展示。正如费孝通所提出的“差序格局”,在中国人的人际交往中,个体以其自身为中心,依据关系的远近亲疏,对不同的交往对象采取差异化的交往模式(林升栋, 吴晶晶, 易苑, 2021)。由于抖音场域中用户的复杂性和多样性,信息实时传播的无边界性,用户的头像展演往往是隐匿自我真实形象的、转向更为稳妥的网络图片,在隐私与自我呈现之间探寻出一定的安全区域,以不变应万变。

3.2. 客体代偿: 精神内省下的个性表达

抖音用户有权自主挑选用于塑造和表征其社交媒体公共形象的图片,这些图片可以是不直接反映个人外貌特征的多种图像类型。以本人真实图片作为头像未必就能真实地呈现自我,头像所呈现的仅仅是某个特定场景下的片面式、局部化的自我形象反映。因此,用户更偏向于利用头像作为媒介,传达个人的性格特质、个人喜好或特定阶段的个人状态。

“现在的抖音头像是我之前在小红书刷到的别人发的图,是旧版《全职猎人》里的一张截图,画风很古早但是更耐看。画面上的角色叫柯特,巨好看,巨可爱,人物眼睛像猫咪一样圆圆的,很符合人设,虽然是男孩但外表看着像女孩一样也是萌点之一。我喜欢一切可爱的东西,就跟我自己一样”(F4-SF)。受访者将自我认知深化为涵盖精神层面的全面且动态的内在体验。单看本人的真实图片或许无法判断其个性特征,但通过一个热门的影视形象至少可以间接解读其媒介偏好。因此,即使未使用本人真实图片作为抖音头像,青年女性用户依然能够巧妙借助客体事物完成个性与情感的隐喻性表达,实现自我呈现的代偿。“我会随着自己生活状态的变化会定期更换抖音头像,所以头像一般只能代表我特定阶段的状态和心境。我现在的头像是刘亦菲捧花照,因为网上都说用这个头像比较招桃花,说实话现阶段我还挺

想谈恋爱的，但愿有用”(F16-DYJ)。

当个体将自己的情绪状态与个性特质映射到外在客体时，便会在社交媒体平台上利用头像作为“相似我”的表达，通过调整头像图片以契合当下的心境，展现出一种具有弹性的、可变的动态自我。“兔子是我的生肖，在一定程度上代表着我，她在晚霞下草丛中无忧无虑地抓着蝴蝶，背后房子的烟囱在冒着炊烟，玩累了就可以回家吃饭了！这是我向往的幸福的小生活”(F3-SXW)。在审视头像所包含的客体元素时，用户不仅关注客体的外观特征，如形态、构造、色彩等直观要素，同时也重视建立起客体与自我主体之间深层次的感知联结与共鸣。

3.3. 理想展演：他者凝视下的印象整饰

梅罗维茨提出，当一个特定的私人场景与其他社会场景融为一体、变得公开时，行为方式必须随之调整、变化。场景的组合改变了主体的行为模式与社会现实的构成(孙卫华, 王艳玲, 2011)。抖音为青年女性用户搭建了一个能够积极展开自我表演的空间。“抖音头像对我来说是个人属性的体现，也是展现自我个性的一个小窗口，通过头像，我想对外传达一个阳光开朗、积极可爱、活泼自由的个人形象。我总会希望自己的头像既要是自己喜欢的人、事、物，又要和别人的不一样。更准确来说，我挑的头像就是我觉得最美好的东西，是我内心追求的一个极度完美化的自我表达”(F5-DLT)。用户通过抖音头像塑造的积极形象使得其他用户的注意力更多集中于自身的正面信息，从而维持积极的自我概念。以抖音为代表的社交媒体平台无疑成为一个十分理想的自我呈现平台。无需以现实自我的形象真实展演，挑选一张既真实又能强烈吸引他人注意的图像，用来在虚拟平台中代表自我形象，从中释放出理想自我信号，构建自身多元的理想化状态。

由于对自身外貌持有消极看法，部分受访者倾向于不直接使用个人真实照片作为长期展示的社交媒体“门面”。“我感觉在网上敢用真人照片做头像的，都是现实生活中本来就长得很好看的人，我这种的还是算了。不如直接选一张网络美女图，又白又瘦又漂亮，头发还多，这简直就是我想象中的自己啊！”(F11-ZYY)选取网络热门图像用作个人抖音头像，是他者凝视下无奈做出的印象整饰。

在被访者中，也有用户选择主动应对他者凝视，将本人的真人图片设为抖音头像。在图片选择和处理上，用户并未采取磨皮之外的更多操作，因而其头像具有强烈的真实感和生活感，这也是受访者想要呈现的理想效果。“微博上有位‘玄学大师’说的，得用自己的正脸照做头像，这样比较招财，我就选了最近比较满意的一张露脸照做抖音头像啦。平时我要么用自己的照片做头像，要么用偶像的照片做头像。只要图片好看，我心情到了，随时可能换头像。换的时候不会考虑太多别人会如何评价我，我的头像我做主。就像前段时间抖音热门话题所说，大胆点，你的生活没有那么多观众”(F1-LL)。

而更多的受访者则难以跳脱迎合并调整自身形象以适应假想观众的循环。这种假想既有对外貌的关注，也有对个体性格和品德的评价。“总觉得自己的照片不够完美，而且年龄相近的好友们也都没有拿真人照片当头像的，我把自己照片拿来当头像似乎有点自恋的成分在”(F5-DLT)。受访者普遍担忧使用真实头像会让自己“看上去比较肤浅”、“显得过于自恋”、“好像很爱炫耀”等。

4. 抖音头像对自我的符号建构

4.1. 自我建构的实践过程

在抖音平台上，青年女性用户的自我建构是一个动态且复杂的实践过程，涉及多过程的相互作用。

4.1.1. 头像选择与意义赋予

一是基于多重考量的初始选择。青年女性用户在选择抖音头像时，并非随意为之，而是综合多方面

因素进行考量。如前文所述,部分用户出于隐私保护选择真人隐匿型头像,像 F15-YY、F17-YY 等受访者因担忧个人信息泄露及被熟人认出,而从众多网络图片、明星或动漫形象中挑选适合自己的头像,是其在公共网络社交环境下对自我形象展示的初步决策,反映出其对自身安全边界的设定。

二是个性化与心境表达的更替。对于一些用户来说,头像不仅是一个固定标识,更是表达个人心境和个性变化的窗口。例如 F4-SF 依据自己的喜好选定头像,体现出她当下的审美偏好及对自身可爱特质的认同。而 F16-DYJ 则会随着恋爱想法等生活状态的变化定期更换头像,从头像的更替便可以看出她在不同阶段的心理需求和自我认知的动态变化。

三是理想形象追求的呈现。在他者凝视的影响下,许多用户将头像视为展现理想自我的舞台。如 F5-DLT 希望通过头像传达正面的、积极的形象,因此挑选自认为最美好的东西作为头像,以此构建内心追求的完美化自我表达,体现了用户在虚拟空间中对自身形象的理想塑造,试图向外界展示一个符合自己期望的“好”形象。

4.1.2. 社交互动中的形象调适

一是陌生观众与熟人圈子的差异应对。抖音平台的观众构成复杂,包含大量陌生人,这与熟人社交为主的朋友圈有所不同。在面对陌生人时,用户更倾向于展示符合自己理想形象或能保护隐私的头像,以减少社交压力和潜在风险。例如在选择展示背影、侧面轮廓等照片作为头像时,既可以在一定程度上表达自我,又避免了过多个人信息的暴露。而在与熟人互动的小圈子里,用户则会根据彼此之间的关系亲疏和共同经历,选择更具个性化或有纪念意义的头像,如 F10-HXY 选择了一张能体现集体氛围、和谐感的图片作为头像,以增强在特定群体中的身份认同感和归属感。

二是他人反馈与自我调整。在抖音的社交互动过程中,用户会接收到来自他人的各种反馈,如点赞、评论、私信等。这些反馈会影响用户对自己头像的认知及后续选择。如果头像得到了很多积极评价,用户会认为这个头像成功地传达了自己想要表达的形象信息,从而更坚定地维持这一形象或在后续选择中延续相似风格。反之,如果收到负面反馈或感觉头像没有达到预期的效果,用户可能会重新审视自己的头像选择,并对其进行调整或更换,以更好地适应社交需求和自我建构目标。

4.1.3. 持续演进的自我认知与建构

一是长期影响下的自我认知深化。随着在抖音平台上使用头像进行社交互动的持续进行,用户的自我认知也在不断深化。通过观察自己不同头像所引发的社交反应,以及在不同情境下对头像的选择偏好,用户逐渐更加清晰地认识到自我个性特点、价值取向和社交需求。具体实践中,若用户长期选择动漫角色头像并在与其他动漫爱好者的互动中获得了良好的社交体验,则会更加明确自己对动漫文化的热爱以及这一爱好在自我身份认同中的重要性,进而在其他方面也更加注重对动漫元素的表达,使动漫文化成为其自我建构的一个重要组成部分。

二是多角色融合与自我重构。抖音用户在平台上扮演着普通“观众”、内容创作者、特定兴趣群体成员等多种角色。在不同角色下,用户对头像的需求和期望也会有所不同,使其不断融合自身角色特点,对自我形象进行重构。一位既是教培老师又是舞蹈爱好者的用户,会在日常社交中选择较为稳重、专业的头像,以符合自己的职业形象;而在参与舞蹈相关话题和群体互动时,会切换为更具活力、时尚感的舞蹈形象头像,通过头像的切换在不同角色之间自由转换,实现多维度的自我建构,使自己的形象更加丰富和立体。

总体而言,青年女性用户在抖音头像选择与使用过程中,通过不断权衡隐私保护、个性表达、理想形象塑造等因素,在社交互动中根据不同情境和他者反馈持续调整,进而在长期的实践中深化自我认知,实现自我形象的多维度建构与重构,使头像成为其在虚拟空间中表达自我、构建身份认同的重要工具。

4.2. 自我建构的实践结果

4.2.1. 可见的形象：前台展演的情境自我

抖音既是一个短视频平台，又是一个连接个体之间关系的社交平台。相较于由亲朋好友等熟人组成的朋友圈，抖音平台的观众充斥着许多陌生人，是作为表演者的用户满足特定需求的特殊情境，较少存在熟人圈子里的社交压力和社会规范约束，用户可以无意识地坦露自己内心深层次的想法或感受。在前台呈现理想中的情境自我形象。在抖音这一特定情境中，用户与用户借助语言符号或非语言符号彼此相遇，而头像则是打开用户间对话的第一层窗口。

“一方面，这张照片整体呈现出静谧深沉、恬静清冷的感觉，我也不喜欢太热烈、太热闹的状态，生活中也比较安静；另一方面，我很喜欢大自然，如天空、草地、海边等，这张照片恰巧有大海的元素”(F18-WYT)。“这个头像的背景是一片大海，少女面朝大海，被海风吹拂着发丝的样子充斥着自由的味道，也是我自己对于大海，对于旅游的美好憧憬”(F13-HSJ)。

当物质文化极其发达，万物皆有标价，社交媒体用户自身也终将被价值属性裹挟。在抖音平台中，用户借助网络热门图像展现自我身份与品味，通过近乎完美的他者形象巩固了同自身所在圈群间的纽带关系，同时也与其他群体划清界限。“我接触抖音差不多也就一年多的时间，是从去新疆参加支教的时候开始的，一起支教的几个好朋友说想分享一些搞笑视频，为了方便互动，我才注册的抖音。当时觉得这个图片里面氛围特别好，感觉有很多朋友在身边，大家能玩到一起，很和谐的样子”(F10-HXY)。

4.2.2. 遮蔽的身体：人际传播的社会自我

为了避免本人的真实容貌图像面对“他者凝视”，受访者不太会选择直接展示真实面部的照片作为头像。即使决定使用，用户也更偏爱那些展现背影、侧面轮廓、低头姿态的照片，或是仅展示身体部分区域，以及采用中远距离拍摄的照片，以此来减弱头像中个人外貌特征的直接呈现。“首先是很喜欢这张照片，看起来很好看；其次是我希望自己的抖音头像是独一无二的，并且又能代表自己的；再加上抖音主要就是跟比较熟悉的几个朋友互动一下嘛，所以就选择了朋友帮我拍摄的照片做抖音头像，但又不想露脸，就截取了照片的部分，希望能呈现出一个比较积极友好的形象”(F2-KYQ)。用户主动规避能够直接表露个人信息的脸部信息，使用剪刀手等身体部位构成抖音头像中个人真实要素的组成部分。

尽管抖音头像是公域内的展演，但也有不少用户只是以观众的身份参与其中，在亲密人际关系的激励下才加入了抖音展演。为了应对人际传播中的自我呈现需求，受访者选择截取自我真实照片的部分作为抖音头像，既实现了社会自我的真实表达，又能避免过多地对外显露自我身体，属于强关系群体互动中的策略性表演。

5. 结语与展望

头像作为虚拟交往中代表性的符号之一，在社会交往中发挥着越来越重要的作用。用户挑选头像的行为构成其在社交媒体平台自我表达与形象构建的关键途径，同时也为其他用户提供了直观判断其身份特质与个性的线索。社交媒体头像作为一种视觉标识，主动置身于用户与他者的每一次交流互动之中，无论是聊天界面的弹出，还是抖音动态的发布、点赞及评论环节，都少不了它的身影。用户通过上传、更换个人抖音头像，进行有意识的自我形象塑造和流露性表演，从而在数字世界中构建出一个拟态自我。用户在现实世界和虚拟世界不断切换，其借助头像展开的自我呈现行为成为一种理想自我的投射。通过自定义的抖音头像，用户不断拓展并深化其形象认知与身份认同的边界，通过实际行动向外界传达关于“我是谁”的信息，表达“我想成为谁”的愿望。

参考文献

- 曹高辉, 巩洪村, 梅潇(2020). 社交媒体用户自我呈现变更行为的影响因素研究——以头像更换为例. *情报科学*, 38(6), 44-52.
- 林升栋, 吴晶晶, 易苑等(2021). 中国社交用户头像选择的文化解释. *深圳社会科学*, 4(4), 76-85.
- 牛静, 孟筱筱(2019). 社交媒体信任对隐私风险感知和自我表露的影响:网络人际信任的中介效应. *国际新闻界*, 41(7), 91-109.
- 孙卫华, 王艳玲(2011). 博客、微博发展共性与差异比较. *中国广播电视学刊*, (11), 51-52.