

青年社交新范式：“人设”交往

邱秀之

西安交通大学马克思主义学院，陕西 西安

收稿日期：2025年6月11日；录用日期：2025年7月21日；发布日期：2025年7月30日

摘要

近年来，以“人设”进行交往已经成为青年社交的新潮流、新范式。“人设”在青年迷茫的现实境遇、社交媒体资本和社会思潮的叠加效应下，已全面渗透到青年的网络和日常生活世界，并在同辈交往和社会交往中显现出异化趋势——虚拟性和矛盾性。在这一趋势下，“人设”交往具有不良影响，不符现实而导致青年本质异化，回避现实导致青年过度沉浸“人设”交往，群体偏见影响青年人的人格真正形成，具有不良引导，致使青年丧失奋斗热情，由此提出对“人设”交往的引导之策。

关键词

“人设”，“人设”交往，青年心理，社交传播

New Paradigm of Youth Social Interaction: “Persona” Communication

Xiuzhi Qiu

School of Marxism, Xi'an Jiaotong University, Xi'an Shaanxi

Received: Jun. 11th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Jul. 30th, 2025

Abstract

In recent years, using “persona” for communication has become a new trend and paradigm in youth socialization. Under the overlapping effects of the confused reality of youth, social media capital, and social trends, “persona” has fully penetrated into the online and daily life world of young people, and has shown a trend of alienation—virtuality and contradiction—in peer and social interactions. Under this trend, interpersonal communication has negative effects, as it does not conform to reality and leads to the alienation of the essence of young people. Avoiding reality leads to excessive immersion of young people in interpersonal communication, and group bias affects the true formation of young people’s personality. It has negative guidance and causes young people to

lose their enthusiasm for struggle. Therefore, strategies for guiding interpersonal communication are proposed.

Keywords

Persona, Persona Communication, Youth Psychology, Social Communication

Copyright © 2025 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

在当代社会，随着信息技术的飞速发展和社交媒体的普及，青年群体的社交方式正在经历一场深刻的变革。以 MBTI 为例的“人设”作为一种新兴的社会思潮，已经由青年人的娱乐转变成为其交往范式。本文旨在探析“人设”交往的溯源、发展与成因，挖掘其表象背后青年人的自我探寻与权力博弈的本质，并为走向异化的“人设”交往提出引导之策。

2. “人设”交往的溯源、发展及成因

“人设”这一概念，最初源于日本动漫产业，用于描述角色的外观设计、性格特征、背景故事等[1]，后来逐渐蔓延到游戏、影视、文学等领域。引入中国后，“人设”的概念经历了三个发展阶段：首先，它被公众人物所采用，作为塑造公众形象的工具，从而获得广泛的社会关注和经济利益；其次，“人设”的概念逐渐从公共领域渗透到私人生活，特别是互联网时代下的网红和普通青年，他们开始通过构建虚拟的自我形象来表达个性；最后，“人设”不仅成为青年社交的新趋势，而且成为他们人际交往的一种新范式。

2.1. 溯源和发展

在国内，通过百度搜索引擎追溯，“人设”一词的早期文献记录出现在新浪网《游戏世界》专栏，题为《重生传说最新画面和“人设”》的游戏宣传稿件中，该文涉及游戏角色的外貌形象、背景故事、性格特点以及角色间的情感纽带。从 2004 年至 2008 年，“人设”主要在游戏界流行；2008 年后，它也开始出现在动漫角色讨论中。随着网络文学的兴起，特别是 2014 年之后，“人设”一词被文学化，成为网络文学创作中的一种文学元素和新颖手法，用以描述作者对角色的性格和身份的初步设定，如“腹黑霸总”、“忠犬暖男”、“深情高干”等，这些都是网络言情小说中广受欢迎的角色设定。2017 年起，“人设”一词开始被用于描述现实生活中公众人物，尤其是明星的公众形象，大量关于明星“人设”营销的报道和讨论在网络媒体上涌现。“人设”经历了语义的扩展，成为一个多重语义的流行词汇，广泛应用于青年的日常交流中[2]。

“人设”在现实世界的应用和发展可分为三个阶段：首先是公众人物，特别是明星等高关注度个体，通过预设的“人设”获得大量利益；其次是“人设”从公共领域逐渐扩展到私人领域，范围从明星扩展到网红，再到青年的虚构自我形象；最后是“人设”在青年中的新发展，成为现代青年社交的新范式。

在第一阶段，公众人物，尤其是明星，通过提前设定并演绎理想化的形象来吸引社会关注和流量，以满足外界期待。这一过程中，明星、粉丝、资本和大众媒体共同参与构建“人设”，以期达到超预期的传播效果。然而，这种过于虚拟的“人设”难以持续，可能导致“人设”“崩塌”，引发公众信任危机和

负面影响。值得注意的是，“人设”的应用从一开始就与资本和利益紧密相关，标志着个人形象抽象化和标签化的开始，其工具化应用决定了“人设”的发展方向。

第二阶段，随着互联网的快速发展，个体有了更多展示自我形象的平台，“人设”从公众人物的预设形象转变为网红乃至青年的虚构自我形象。正如美国社会学家戈夫曼的“拟剧理论”所述，社会中的个体被视为舞台上的表演者，通过理想化的形象来塑造他人的印象[3]。在社交平台上，网红的“人设”塑造与明星高度同质化，成为资本追求流量经济的一种尝试。此时的“人设”自带经济效益，成为迎合消费主义的盈利工具。网红与明星相比，虽然曝光度和流量较低，但活跃性和交互性更高[4]，这与青年在社交平台上的交往特征相契合。“人设”在网红群体中的应用，缩短了从公众人物到大众领域的距离，为青年模仿虚构自我形象提供了途径。一些青年在社交平台上主动构建与现实身份不同的虚拟形象，模仿明星和网红，倾向于打造“完美”、“成功”的“人设”，这反映了青年对理想化自我形象的期望和社会认可的追求。

第三阶段，“人设”的建构逐渐融入现实社交，网络平台的交往原则开始影响现实社交，“人设”成为现代青年社交的新范式。“人设”文化的迭代速度与网络信息传播的更新速度紧密相关，随着网络文化对青年行为的重塑，“人设”也从文艺作品和明星光环中走进了青年的现实社交。与以往不同，现代青年转向于能为社交提供便利、为生活增添动力的“人设”模式。“人设”的快速发展离不开资本的推动，但在青年主导的“人设”交往中，“人设”的工具性从消费主义导向出现向价值理性导向偏移的可能性。

2.2. 成因

“人设”交往何以成为青年青睐的社交方式？原因主要在于以下三点。

“人设”交往的想象性构建是青年投向“人设”交往的内在驱动力。在青年现实所面对的差序社交生活与被关系束缚的人际交往面前，交往已转化为一种负担，一种为了达到某种客观目的而不得不忍受的负担，一种为其异化出的反向的心理因素所支配的负担，因此导致了青年对现实交往的消极抗拒。同时，内卷时代过度竞争和前置焦虑带来的内耗感，看不到自己的就业出路、职业前途和学术前景带来的焦虑感，网络上地位、贫富、层级差距带来的“我只是世界的npc”的落差感，一齐造就了青年面对压力性现实处境复杂而迷茫的心理状态。于是，越来越多的青年将目光投向“人设”，期望通过构建特定的“人设”，在社交互动中设定预期，管理他人对自己的期望，从而减少直接面对社会压力的负担，达到自己理想的社交生活。

媒体资本的控制是“人设”交往快速发展的推手。资本是能够带来剩余价值的价值，增殖是资本的天性，从本质上说，资本“是一定的、社会的、属于一定历史社会形态的生产关系”，当文化在现代成为一种工业后，所有的文化产品背后都有媒体资本的身影。“人设”风靡中国后，已然成为社交平台的流量密码。MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) 脱胎于荣格心理测试，是由美国作家迈尔斯和其母亲布里格斯共同制定的一种人格类型理论模型[5]，虽然早已在世界各地各领域运用，但直到2022年MBTI相关话题才在各大社交平台、影视作品中爆炸式激增，在媒体资本和网络技术的推动之下，2022年成为了中国的MBTI元年。MBTI这类“人设”交往的本质是将现实碎片化，以部分的普遍性认识符合个人的手法而获得认可，将个人抽象化、扁平化为四维的标签，以便迅速获得圈层认同，迅速实现趣缘群体的集聚，又通过趣缘群体在各个社交平台中的二次创作、话语改写，以及媒体、商家利用其获取流量收益的传播努力而不断扩大影响力。这一过程中，资本受增殖本能驱动不断生产“人设”商品，为扩大需求，资本会不停刺激青年为“人设”消费，从而形成消费热点，这又将促使媒体资本继续打造“人设”、传播“人设”文化，形成社会潮流，吸引更多青年，构成推动“人设”交往快速发展的循环。

寻求社会认同与个性表达是青年选择“人设”交往的深层原因。青年在寻求圈层认同的过程中得到群体归属感的同时，也渴望满足个人对于差异化、个性化意欲的追求，这一“求同存异”的心态是青年行为的最好注解。通过“人设”，青年进行交往的过程就是模仿社会思潮的过程，他们通过自我“人设”化的自我教化实现同一圈层的认同乃至现实世界的认同，“有多少教化，也就有多少现实性和力量”[6]，社会认同不仅给予青年体感的所获得支配现实世界的力量，更能帮助青年在群体中锚定自身，获得群体归属感。同时，“求同”之外，青年“求异”的心理也极为明显，正如齐美尔《时尚的哲学》中所论，青年对于个性行为的希望很活跃，但是获取个性内容的能力还不具备[7]，而“人设”就能够给青年以模板式的处理人际关系的方式，以及面对事件发生的结果和影响的应对方法，因此，“人设”交往不仅是青年追求个性化的社交范式，也是能够为其行为进行合理性辩护的盔甲。

3. “人设”交往的表现

青年在运用“人设”交往的过程中，面对不同对象会选择不同的“人设”进行应对，“人设”交往的表现主要分为同辈交往与社会交往两方面。

3.1. 同辈交往中突出虚拟性

在青年与青年的同辈交往当中，更注重实现认同，“人设”交往在判断交往对象，选择交往形式，实现交往目的等环节发挥作用。青年与青年交往时，通过“人设”能够对交往对象的性格类型、兴趣爱好形成较为全面的判断，甚至能够以这些交往的前置条件为基础，辨别是否与交往对象处于同一圈层、社群，避免了传统社交中仅凭简单交流而可能导致的偏见，从而即时拉近彼此距离，迅速实现相互认同与关系联结。在交往过程中，“人设”也成为交往行为的极好注解。一方面，“人设”交往因预设的交往前置条件较为全面，能够避免交往双方因交往形式或者内容的差异性出现误解与猜疑而导致内耗，在现实世界的日常生活中，出于中国传统文化中的“中庸”思想影响，完美“人设”和成功“人设”不再是青年人的首选，规避内耗、便利生活才是青年选择“人设”交往的内在驱动力。另一方面，约定俗成的一套范式能够为不同“人设”的青年面对不同交往对象提供交往形式的模板，这一对既定模式的模仿，能够为未形成成熟交往能力的青年提供一种普遍性规则。此外，“人设”交往形成了一套面对交往后续结果、反馈和影响的响应方式，以便青年实现获取群体、圈层认同的交往目的，消解社交摩擦的风险。青年在以“人设”进行交往的全流程中既能发挥自己的个性化，又有既定范式提供选择，并含有为后续发展设置的应对预案，极易让青年陷入“人设”交往的惯性中，在日常实践和交往中自觉践行带来便利的“人设”，进而自发为自己设定“人设”，完成自我规训。

在青年与青年的“人设”交往中突显了虚拟性特征。一方面，“人设”交往事实上是以想象性的自我形象和预设的行为模式进行交往。“人设”因自身的扁平化和碎片化本质特征，决定了其只是个人对自己性格的选择性展现或对局部的夸饰，而非个人的全貌，加之自我认知的误差与青年并未定型的“自我”，呈现的甚至并非是青年的真正性格，因此，青年选择“人设”交往即意味着选择了对自我形象的想象性塑造。“人设”交往本质上是按“人设”进行行为的预设，从而按照既定范式进行实践的过程，其中的预设过程是在经验基础上虚拟性的想象过程，脱胎于经验而脱离于现实。另一方面，“人设”交往体现着网络圈层文化的扩大化。“人设”交往最典型的案例是 MBTI 人格类型对于现实的投射，MBTI 的真正流行始于网络空间，根据 MBTI 聚集的趣缘群体迅速将其代入现实，使得“人设”交往带有网络交往的特点，即开放性、自主性、随意性、平等性和失范性[8]，不存在固定的圈层，不存在心理负担，将具有虚拟性的赛博空间的交往原则嵌入了现实的社会关系当中，让青年实现在虚拟与现实中流动。

3.2. 社会交往中突出矛盾性

青年与其他年龄层交往对象进行交流时,更注重自我实现,在此过程中表现出对抗性和建立自身话语权的尝试。马斯洛在《动机与人格》一书中说,“人有自我实现的趋向。自我实现的人也被称为最健康,最完美的人格”[9]。对社会了解的片面性、对自我形象的想象性构建使得青年群体的自我实现欲望尤为强烈,在自我实现的探索过程中,必然导致想象与现实的冲突,于是青年人转向“人设”交往,以此为盔甲,实现自我保护和对外对抗。青年在社会交往中,“人设”交往通常被用来避免社交中难以招架、超出青年交往能力或青年反感抗拒的那一部分交流,青年甚至会借构建“人设”对约定俗成的社会规则例如催婚、劝酒、职场等多场景进行对抗。“人设”交往也是青年试图在现实社会生活中争取话语权的一种尝试。从马克思主义人学视角来看,自我实现表现为“现实的人”作为“主体的人”“本体的人”和“自由的人”其自身本质的、内在的和必然的发展趋向,这一趋向促使人挣脱自己创造的和存在的外部力量,追求自我实现的理想状态。在青年人群中,自我实现通常与他者认可结合在一起,这一认可不同于同辈个体间或同一圈层的认可与好感,而是社会中对既有原则的突破、交往权力的建立与话语权的夺取,从而获得社会其他年龄层成员的认同,这一途径攫取的他者认可可是青年自我实现的主体感觉程度的评价标准。作为网络文化向现实的扩展,“人设”文化及“人设”交往的交往原则都是由青年群体设定的,青年在社会交往中运用“人设”交往是为了以青年主导的交往规则取代约定俗成的社会规则。

在青年与其他年龄层的交往中突出矛盾性特征。一方面,体现出“人设”本身的矛盾。“人设”本身存在寻求个性与寻求认同的矛盾,寻求个性以满足独特化需求的同时,寻求认同以放置个体在群体中的位置。“人设”还存在虚拟性个人形象与现实化实践“人设”的矛盾,网络上塑造出的虚拟性个人形象与实践中的个人由于虚拟与现实的界限而具有延时性,“人设”不能也不会呈现青年的真实自我,兼之含有网络文化的特点,在现实化“人设”过程中会出现“失真”甚至“人设”“崩塌”的危险。另一方面,体现出“人设”交往内在导向性与外在导向性的矛盾。“人设”交往的内在导向性即青年寻求个性的驱动,分工的专业化导致全社会都越来越聚焦于个体的差异性,在这一导向下,青年需要不断地挖掘自己的差异性、个性来进行展示,以达到自由的高度。“人设”交往的外在导向性即上述个性以获得他人认可为导向,仍然是依赖他人异化自己的一种导向。青年选择“人设”交往,便同时接受着大他者的规训和他人的凝视[10]:在规训面前意识到自身的渺小,又在他人的凝视中洋洋自得。个人由是从主体转变为被抽象化和符号化的客体,供人消费或消遣的客体。

4. “人设”交往的影响

“人设”交往作为社交的一种形式,其虚拟性与矛盾性决定了“人设”交往一经滥用,会成为局限性交往关系,其负面影响包括不符合现实,导致人的社会性本质的异化、回避现实,过度沉浸“人设”交往使得其遮蔽现实、群体偏见影响人格形成以及具有不良引导四方面。

4.1. 不符现实,导致青年本质异化

面对复杂的社交场景,“人设”交往推出“人设转换能力”,即面对不同社交场景,迅速转化“人设”实现交往目的的能力,以此丰富“人设”交往的环节和流程。然而“人设”转换再快,也是将丰富的人际关系扁平化,将人抽象化符号化,套入某一个预设行为范式当中,如此交往既不能够解决青年现实境遇问题,也不能产生深度的人与人相互为主体的交往关系。人的本质是一切社会关系的总和,从现实性角度来看,单个人的本质正是在各种交往实践活动中产生的社会关系的交汇中形成,人的本质发展与交往的发展程度密切相关,“社会关系实际上决定着一个人能够发展到什么程度”。当“人设”交往占据主导时,以虚拟的自我形象践行想象的社交实践,个人的交往显然成为局限性的交往关

系，一旦依赖于此，人的本质便走向异化，社会交往将成为个人的负担，自身的独立性与个性将无法得到展现。

4.2. 回避现实，过度沉浸“人设”交往

“人设”交往的初心是试图以一套模式以不变应万变，删繁就简，摆脱内耗，实现自洽，体现了青年对于现实问题的逃避心理与焦虑情绪。然而盔甲也可能蒙蔽青年对现实世界的视线，造成对现实的遮蔽。从“人设”交往出发解读交往对象，能够得到的只会是一个符号的投射；从“人设”交往出发认识现实，便放大了与预设模板相关的局部内容，就如同从哈哈镜中看见异变扭曲的世界。青年试图从“人设”交往中总结出解决现实境遇问题的途径，然而现实生活的多变与复杂绝无可能被“人设”交往的范式涵括，“人设”交往不能够真正解决问题。例如在应用“人设”的过程中，所选择的通常是与个人真实性格有一定差异的“人设”，例如为避免下班时间领导安排工作，而设立“早睡人设”，在交往过程中直接以逃避的方式拒绝加班，然而在长期应用过程中、应对紧急情况时难免有露馅，引发不良后果。在运用差异性“人设”交往的过程中，想象性自我形象会致使个人在群体中社会关系的把握失衡，回避真实现实最终导致现实的遮蔽。

4.3. 群体偏见，影响人格真正形成

“人设”是人的符号象征，“人设”交往中，以某一种“人设”作为交往的名片，交往对象所认识到的不仅是个人的兴趣爱好，也对其性格特点、缺陷有了先入为主的认识，例如人们普遍认为，“I”人(MBTI中代表内向、内倾型)就是社恐，缺乏社交能力，“E”人(MBTI中代表外向，与代表内向的“I”相对应)就是社牛，即社交能力出众。在非此即彼的 MBTI 类型中，除了内向便是外向，没有中间值，如此粗暴的划分，无法表现人性的复杂程度；在 MBTI 的测试中，也不乏“对号入座”的现象，最终为获得受众认可，得到的结果往往是大而化之的赞美式结论，也不能真正体现人的真正人格。一旦滥用 MBTI，将导致口头上的、幻想中、抽象的个性与人格发展掩盖真实的个性与人格发展，使浅层次的个性、人格代替深层次的人格与自我认同。韩国的许多公司要求青年在简历中写上 MBTI，甚至对岗位设立 MBTI 要求，求职的第一道门槛从学历、能力变为了人格类型，对于职员有了全方位的预设，更进一步地对青年进行规训，促使青年走向病态的符号化，阻碍青年真正形成人格，实现人的全面自由发展。

4.4. 不良引导，致使丧失奋斗热情

现在的事实是主要的、永久的、无可怀疑的信念正越来越失去它们的吸引力，生活中短暂的与变化的因素获得了更多瞩目，青年越来越追求易变的潮流，试图从中找到自由的空间。在将一种或多种“人设”应用于一定社交场景时，青年寻求的是专注己身、摆脱无用社交的宁静，青年也寻求旺盛的自我表现、寻求对既定社会规则的反抗，然而青年人过度追逐“人设”交往，使虚拟性入侵现实生活，甚至沉溺于虚假，最终只能得到一个符号、一种投射、一团虚空。越来越聚焦于差异化而难以与主旋律共鸣，失去支撑个人自由而全面发展的理想信念，导致将主旋律遗落。

5. “人设”交往的引导

在社交媒体时代，青年人的交往方式发生了显著变化从在互联网时代，现实社会与网络空间交融，青年在“人设”交往的过程中衍生出一系列不良影响，引导青年明确真实需要、以主旋律引导青年坚定理想信念以及引导技术向善三个方面，探讨了如何正确引导青年在社交媒体时代形成健康的“人设”交往方式。通过关注青年的精神需求、树立主旋律的旗帜以及加强对平台内容的监管，我们可以帮助青年形成正确的价值观，推动社会的进步和发展。

5.1. 明确真实需要

马克思主义关切人的需要，主张人的需要的满足是社会性和个体性的统一。从一方面来看，历史进步的终极意义在于人的内在需求得到满足，在此基础上推动着人的全面发展。从另一方面来看，满足人的真正需求，也是实现“真正的人”的重要表现^[11]。在当代社会，青年群体对于优质物质生活和精神生活的需求日益增长，尤其是对丰富精神生活的追求显得尤为迫切。青年精神觉醒和文化素养的提升，是实现个体自由和全面发展的关键要素。因此，特别需要重视青年在精神文明建设方面的深层次需求，丰富他们的精神生活，深化他们的思想内涵。通过这样的方式，可以更好地促进青年的全面发展，使他们成为具有高度文化素养和自由精神的“真正的人”。

5.2. 坚定理想信念

自古以来，人类的物质生活与思想观念始终伴随着差异与流动。从历史上游牧民族的大规模迁徙，到当代亚文化群体的圈层流动，这种趋势一直存在。科技进步与社会发展弥合了物质层面的差异，从而凸显了人们内在心理需求的差异，正是这些内在的、难以量化的心理差异，激发了人们对于流动与变化的渴望。在当代，青年群体对于“人设交往”的偏好，可以被视作一种新型的“文化迁徙”。他们倾向于在一个特定的社交群体中，暂时搁置自己的独特性和部分个性特征，自愿地适应并套入该群体的共同模式。然而，一旦新的潮流涌现，他们又能迅速转变方向，迁移到下一个充满新鲜感的赛博空间，重新打磨自己，让自己能够被纳入到这一更为时新的范式中去。青年以敏锐的觉察和迷茫的心态，不断地在不同的文化空间中穿梭，进行着一次又一次的迁徙，寻找属于自己的位置。为了在不断变化的时代潮流中找到稳定的锚点，青年们需要明确的价值导向和坚定的信念。只有树立主旋律的旗帜，才能让青年在多元文化的激流中保持自我，实现真正的个性发展和心理满足。

5.3. 引导技术向善

在社交媒体时代，技术发展对人际交往方式起着决定性作用。马克思主义理论强调技术是生产力发展的重要标志，同时也是社会关系变革的催化剂。技术进步应当服务于人的全面发展和社会的和谐进步，引导技术向善，使之成为促进青年健康成长和社交正向发展的积极力量，显得尤为重要。首先，技术向善的引导应以促进人的全面发展为核心。技术不应成为加剧个体异化和社会分裂的工具，而应成为促进个体自我实现和社会联系的桥梁。技术平台和工具的设计应更加注重用户的真实体验和长期福祉，而非仅仅追求短期的流量和利润。例如，社交平台应当鼓励用户展现真实的自我，而非仅仅追求虚拟的“完美”形象，从而减少因“人设”崩塌带来的心理压力和社会信任危机。其次，技术向善的引导需要关注技术的公平性和普惠性。技术不应成为加剧社会不平等和分化的手段。相反，它应成为促进社会公平和包容性的工具。这意味着技术的发展和应当考虑到不同社会群体的需求和利益，特别是要关注那些在数字时代可能被边缘化的群体。第三，技术向善的引导应强化技术伦理和社会责任。在“人设”交往实践中，技术开发者和使用者都应当承担起相应的伦理责任，确保技术的应用不会损害个体的尊严和权利。对于可能影响青年自我认知和社交行为的技术，如算法推荐系统，应当进行严格的伦理审查和监管，防止其对青年的价值观和行为模式产生负面影响。

参考文献

- [1] 刘东泽. 新词“人设”[J]. 语文学习, 2017(2): 77.
- [2] 雷雯, 张洪铭. “人设”: 进入网络文学现场的窗口——兼论网络文学人物构建的困局[J]. 艺术评论, 2021(11): 113-127.

- [3] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 黄爱华, 冯钢, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 1989.
- [4] 燕道成, 谈阔霖. 狂欢理论视阈下网红经济与文化的作用机制[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(5): 134-139.
- [5] 张雪妍. 论 MBTI 的接受心理与叙述逻辑[J]. 创作评谭, 2022(6): 46-50.
- [6] 俞吾金. 意识形态论[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 8.
- [7] 齐奥尔格·西美尔. 时尚的哲学[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2001: 71.
- [8] 丁雨点. MBTI 网络趣缘群体的互动行为研究[D]: [硕士学位论文]. 岳阳: 湖南理工学院, 2022.
- [9] (美)亚伯拉罕·马斯洛. 动机与人格[M]. 北京: 世界图书出版公司, 2023: 249.
- [10] 徐强, 胡婵. 从人格到“人设”: 数字化时代人格面临的新挑战[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2021, 37(1): 16-23.
- [11] 陈宝, 热合木吐拉·艾山. 从“自我实现”到“实现自我”——马克思主义人学视域下“现实的人”的发展路径[J]. 河南科技大学学报(社会科学版), 2022, 40(3): 36-42.