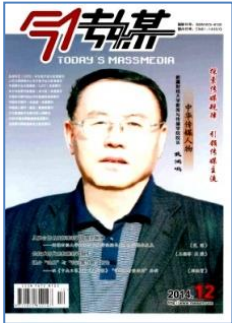


社会化媒体用户的“自我定位”研究
[Study on "Self-positioning" of Social Media Users]
[Studie zur "Selbstpositionierung" der Nutzer sozialer Medien]
2014

Author: 郭可静 [GUO Kejing Guō Kějìng]
Institution: School of Art and Media, Tongji University, Shanghai, China
Subject: Journalism and Media
Journal: 今传媒 [*Today's Massmedia*], No. 12 (2014), pp. 48 – 50



Abstract / Kurzfassung

社会化媒体是被世界各国都极为重视的新媒体形态。美国总统奥巴马在大选的过程中对社会化媒体的运用,证明了社会化媒体已成功改变人类关注世界的习惯。本文从社会化媒体用户互动行为中的"关注模式"和"对话模式"入手,并结合精神分析心理学家艾里希·弗洛姆提出的定位坐标系需求,对以微博为代表的六类用户深入研究,分析用户如何利用社会化媒体进行"自我定位"。

Overview

- 一、社会化媒体的生活方式
- 二、“自我定位”的情感需要
- 三、社会化媒体用户的自我定位行为分析
 1. 游民型用户。
 2. 关注他人型用户。
 3. 积极型用户。
 4. 自我关注型用户。
 5. 持久贡献型。
 6. 明星型用户。

English translation (www.DeepL/Translator, free version, 4/2021)

Social media is a new form of media that is highly valued by countries all over the world. The use of social media by US President Barack Obama in the election process proves that social media has successfully changed human habits of paying attention to the world. In this paper, we start from the "attention mode" and "conversation mode" of social media users' interactive behavior, and combine the needs of positioning coordinate system proposed by psychoanalytic psychologist Erich Fromm, and conduct an in-depth study on six types of users represented by *microblogs* to analyze how users use social media to "position themselves". [Hyperlink: M.Z.]

Overview

- 1 Social media lifestyle
- 2 The emotional need of "self-positioning"
- 3 Analysis of social media users' self-positioning behavior
 - 3.1 Nomadic users
 - 3.2 Focus on others type of users
 - 3.3 Active users
 - 3.4 Self-focused users
 - 3.5 Lasting contribution type
 - 3.6 Star users

Deutsche Übersetzung (www.DeepL/Translator, free version, 4/2021 / M.Z.)

Soziale Medien sind eine neue Form von Medien, die von Ländern auf der ganzen Welt hoch geschätzt wird. Die Nutzung sozialer Medien durch US-Präsident Barack Obama im Wahlkampf beweist, dass soziale Medien die Gewohnheiten der Menschen, sich über die Welt zu informieren, erfolgreich verändert haben. In diesem Beitrag gehen wir vom "Aufmerksamkeitsmodus" und "Dialogmodus" im Interaktionsverhalten von Social-Media-Nutzern aus und ziehen sodann den vom Psychoanalytiker Erich Fromm vorgeschlagenen Typisierungsrahmen heran. Wir führen eine eingehende Studie zu sechs Nutzertypen durch, die durch [Mikroblogs](#) repräsentiert werden, und analysieren, wie Nutzer soziale Medien dazu verwenden, sich zu "positionieren". [Hyperlink: M.Z.]

Überblick

- 1 Der Lebensstil in den sozialen Medien
- 2 Das emotionale Bedürfnis nach "Selbstorientierung"
- 3 Analyse des Selbstpositionierungsverhaltens von Nutzern sozialer Medien
 - 3.1 Streuner
 - 3.2 Konzentration auf andere Nutzer
 - 3.3 Aktive Nutzer
 - 3.4 Auf sich selbst bezogene Nutzer
 - 3.5 Nutzer mit dauerhaften Beiträgen
 - 3.6 Starnutzer

Zur Ergänzung des Beitrags durch Fußnoten und Hyperlinks wurde unter anderem das Internetlexikon Wikipedia verwendet. Den Autorinnen und Autoren sei Dank für ihre sorgfältige und hilfreiche Arbeit. Diese lexikalischen Angaben dienen einem ersten Überblick. Für detailliertere Informationen wird auf die Spezialliteratur verwiesen. [M.Z.]