

# 抖音强化用户社交的衍生功能分析及优化建议

闫璐青

北京印刷学院新闻传播学院, 北京

收稿日期: 2024年4月17日; 录用日期: 2024年6月5日; 发布日期: 2024年6月13日

## 摘要

抖音作为一款音乐创意类短视频社交软件,是当前人们在日常生活中的重要社交工具。社交媒体一般有点赞、评论、关注、私信、直播等功能。截至2023年,抖音在此基础上,推出了“共创视频”、“视频回复”、“一起看视频”、“抖音时刻”等衍生功能,为用户交流互动提供了便利。本文从社交互动的角度出发,以用户的人际交往需求为基础,围绕抖音各项衍生功能,对其强化用户的社交行为进行优势分析。结果表明,抖音新推出的人性化的社交功能设计有效推动了视频创作者之间、视频创作者与用户、用户之间的良好互动,满足了用户社交需求,丰富了用户使用体验。

## 关键词

抖音, 社交功能, 优势分析

## Analysis of Additional Features and Optimization Suggestions for TikTok to Enhance Users' Socialization

Junqing Yan

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Apr. 17<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 5<sup>th</sup>, 2024; published: Jun. 13<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

TikTok, as a music creative short video social software, is currently an important social tool for people in their daily lives. Social media generally has the functions of liking, commenting, following, private messaging, and live broadcasting. As of 2023, TikTok has introduced derivative functions such as "Co-create Video", "Video Reply", "Watch Video Together", "TikTok Moment" and

other derivative functions, which facilitate users' communication and interaction. From the perspective of social interaction, this paper analyzes the advantages of users' interpersonal communication needs based on their social behaviors strengthened by various derivative functions of TikTok. The results show that the new social function design effectively promotes good interaction between video creators, video creators and users, and users, meets users' social needs, and enriches users' experience.

## Keywords

TikTok, Social Function, Advantage Analysis

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

抖音是字节跳动推出的一款短视频社交软件,在该软件中,视频创作者需要通过拍摄、剪辑等步骤,在短时间内呈现出完整的叙事内容。由于视频时间短,满足了用户碎片化的内容需求,抖音受到了大量用户欢迎,平台用户人数也在与日俱增。

抖音作为当前极具代表性的社交媒体,为用户提供了点赞、评论、转发、私信、关注等社交功能,用户不仅可以利用这些功能突破时空限制,与好友进行线上交流,还可以打破线下好友圈,在线上和陌生人展开对话,拓宽人际交往渠道,进行拓展型社交[1],以此满足用户的人际交流和社会互动的心理需求。

现如今,社交媒体要想在竞争激烈的互联网环境中实现可持续发展,必须认识到作为社交媒体而言,为用户提供一个可以交流和互动的平台的重要性。由此,社交媒体要不断开发新颖且使用的社交功能,为用户搭建新的社交渠道,助力用户开展线上社交,提高用户对社交媒体的依赖度,另一方面也能拓展社交平台的影响力,不断吸收新用户,实现用户流量的转换。

截至 2023 年,抖音新推出了“共创视频”、“视频回复”、“一起看视频”、“抖音时刻”等衍生功能,为用户线上社交提供了多样化选择,极大满足了用户不断增长的社交需求,从而进一步增加了用户使用抖音的频率,推动了视频创作者之间、视频创作者与用户、用户之间的交流和互动,有效提升了平台用户的忠诚度。

拥有丰富且高质的社交功能对社交媒体的长远发展来说至关重要。因此,本文将从社交互动的角度出发,以抖音近年来推出的 4 项衍生社交功能为例,分析其对加强用户社交行为的优势,探讨这些衍生功能对用户在使用抖音平台进行社交的影响,并进一步分析如何满足了用户线上的人际交往需求,以便于为社交媒体后续功能升级提供参考及借鉴;此外,还将对衍生社交功能在用户实际应用中可能出现的问题进行总结,并对用户如何正确使用社交功能提出建议。

## 2. 抖音衍生功能介绍

### 2.1. 视频共创

抖音于 2022 年上新“视频共创”功能,用户在视频发布时选择“共同创作”,即可表明创作者身份,如“策划”、“脚本”、“录制”等,明确任务分工,实现多人协同视频创作,达成视频创作者之间的

创意交流。

## 2.2. 视频回复

视频回复功能即用户可以针对抖音作品中的某条评论，长按录制完成后，以视频的方式予以回复。视频一经发出，其他用户点击其中的评论标签即可直接跳转至原视频，查看视频内容。

## 2.3. 一起看视频

2021年5月，抖音推出“一起看视频”功能。用户可以邀请好友进入至同一房间实时观看视频，还可以通过底部的聊天框和语音按钮进行互动，或直接打开摄像头与好友面对面交流。

## 2.4. 抖音时刻

2022年5月，抖音推出“密友时刻”，现改名为“抖音时刻”。该功能主要面向在抖音平台已经建立好友关系的用户，彼此间可以随时随地分享时刻照片。此外，用户将该功能添加至桌面小组件后，还可以实现照片即拍即投，获取专属消息提示，随时查看密友状态。

# 3. 衍生功能强化用户社交的优势分析

抖音近年来新推出的各项衍生社交功能具有人性化设计、满足用户人际交往需求、拓宽用户选择、提升用户体验的特点，丰富了用户在平台中的社交行为。接下来也将从这三个角度展开，围绕这些衍生社交功能在强化用户社交方面进行具体的优势分析。

## 3.1. 人性化的社交功能设计

保罗·莱文森的媒介进化论中的人性化趋势理论认为，媒介技术在进化过程中表现出一种越来越符合人类需求和便于人类使用其进行信息交流的倾向[2]。随着社交媒体当前日益激烈的用户竞争，所推出的各种社交功能也日渐符合人性化的设计趋势。

### 1) 简化操作，提高用户社交效率

为提升用户体验，抖音新推出了“共创视频”、“一起看视频”功能，大大简化了用户使用时的操作流程，提高了用户在平台中的社交效率。

首先，以往的短视频大多由账号主体独立完成，若视频创作者之间进行合作，则需要在文案或视频中额外做出说明，以明确创作身份；此外，用户也需要自行搜索来实现不同创作者之间的账号主页和视频内容的切换。而“共创视频”功能满足了多人共同创作的目的，简化了创作者和用户在其中的操作流程，一方面，创作者可以直接在发布时选择“策划”、“脚本”等任务分工，明确创作者身份，省去单独编辑文字予以说明的步骤；另一方面，用户也可以直接通过点击视频页面的创作者头像进行关注，实现创作者账号之间的自由切换，省去用户搜索的步骤，用户和创作者之间的交流由此更加便捷。

其次，通常情况下，抖音用户想要与好友在平台中进行意见交流时，需要一方先在视频评论中提及好友，或通过转发功能将视频发送至好友私信后，对方才能以文字、图片或语音等方式对其进行评价，双方由此才能展开会话，进而达成互动。但在“一起看视频”功能中，用户与好友需进入同一空间，实时收看同一视频，并且在视频播放页面内就可以实现语音、文字等多功能互动，节省了用户借助评论、私信分享视频的时间成本，大大提高了好友间的社交效率。

### 2) 突破时空限制，打造实时社交

互联网的发展为人们的传播方式带来了革新，社交媒体在激烈竞争下推出的各种社交功能更是进一步打破了人与人之间的时空限制，拉近了用户之间的社交距离。抖音推出的“一起看视频”、“抖音时

刻”功能则跨越了场景界限，为用户之间打造出实时社交。

首先，使用“一起看视频”功能时，用户需要邀请好友进入房间，双方远程共享同一个抖音视频页面。这一功能突破了时空限制，为用户和好友之间打造出线上的临时社交场所，在生成的视频房间中，用户可以利用聊天框、语音等功能和好友一起针对某一视频做出实时互动和交流。此外，“一起看视频”中的视频通话功能又实现了彼此之间的面对面传播，这种线上的实时互动再一次拉近了用户之间的心理距离。

其次，在“抖音时刻”中，用户可以利用这一功能实现好友之间随时随地的内容分享，用户可以利用碎片化时间拍摄瞬间照片并上传，传递当下的状态并与好友分享，其中的桌面投屏功能也能让好友第一时间收到推送，进而为用户打造出实时社交状态。

### 3.2. 满足人际交往需求

抖音推出的衍生社交功能增加了用户的社交选择，满足了用户的人际交往需求，让用户既可以在抖音平台中实现和好友之间的强关系社交，也可以实现和陌生人之间的弱关系连接。这些社交功能有效推动了视频创作者之间、视频创作者与用户、用户之间的社交和互动。

#### 1) 视频共创

首先，抖音推出的“视频共创”功能实现了视频创作者之间的协作式社交[3]。哈贝马斯的交往行为理论认为，交往是两个或者两个以上言谈与行为主体以达到理解为意向而进行的活动，在视频共创过程中，创作者之间会为策划、脚本、拍摄、文案等工作展开合作和交流，从而产生互动，加强了彼此之间的互动和交往。

其次，在交往行为理论中，哈贝马斯提出了四种行为类型，其中包括目的性行为，即指行动者在权衡利弊后为达到目的而选择最理想的手段[4]。在“视频共创”功能中，视频创作者进行共创的目的在于，一方面可以实现创作者之间的灵感碰撞，丰富视频内容，例如在抖音视频共创宣传片中，二次元创作者“伊拾七”和传统文化创作者“李氏皮影”达成合作，将二次元人物与传统皮影形象相结合，产出了高质量共创视频内容；另一方面，共创视频发布后，由于视频页面会显示其他共创者头像及昵称，粉丝会直接看到各位创作者身份，进而实现流量共享。综上，在这两方面目的的驱使下，创作者展开视频共创合作，在交流过程中不断密切彼此之间的联系，达成良好的“协作式”氛围。

#### 2) 视频回复

抖音推出的“视频回复”功能意味着用户从单向评论向多向互动式评论[5]发生转变。

在早期抖音视频的评论区里，用户通常是对视频内容进行单向的回复和意见反馈；此外，用户在社交媒体平台一般使用文字、表情和图片发布评论，评论方式存在一定局限，例如微信公众号仅支持用户文字评论，微博支持用户文字或图片评论，而抖音在此基础上，新推出的视频回复功能突破了评论在方式和内容方面的局限，用户不仅能对原视频的观点进行回复，还可以针对评论区网友的意见展开讨论，延伸出新的话题，提高用户在评论区的社交主动性；也有利于拓展出新的社交关系，增强博主与用户、用户与用户之间的交流沟通，逐步营造出一个具有浓郁社交氛围的评论互动区。

#### 3) 一起看视频和抖音时刻

抖音推出的“一起看视频”和“抖音时刻”功能强化了用户彼此间的交流互动。

首先，“一起看视频”功能强化了抖音的社交属性，提高了用户在平台中的社交关系转换成本[6]。该功能为用户打造了一个只属于和好友共处的私密空间。开启“一起看视频”功能后，用户与好友可以在视频页面中实时共享操作，用户对视频做出的反馈也会第一时间传递到对方，由于优化了用户分享视频的操作步骤，进而大大减少了情绪损耗，提高了用户社交效率。

其次，“抖音时刻”功能是针对用户的人际交往的需求而推出的好友间特别关注的功能，为用户在

平台中的社交提供了新的选择，用户可以通过这一功能发布自己的照片与好友进行互动，具有很强的社交属性，有利于增加用户间的社交频率，达到强化用户社交的作用。

“一起看视频”和“抖音时刻”这两项功能丰富了用户的社交选择，有利于激发用户在抖音平台中的社交互动行为，久而久之，用户在平台中的社交关系转换成本也逐渐提高，用户也会为了满足人际关系需求而加强在抖音平台的社交关系维护，进一步加深对抖音的使用忠诚度。

### 3.3. 拓宽用户选择，丰富用户体验

卡茨的使用与满足理论认为，受众成员是有着特定需求的个人，受众接触和使用某种媒介是为了满足自身特定的需求[7]。抖音在近年来推出的各项衍生功能为用户提供了多种社交方式选择，人们能根据自己的使用需求和使用情境选择不同的社交功能，进而在与他人的社交过程中掌握自主性。

“视频回复”是人们在发布评论时可以做出的选择。在社交媒体上，用户通常可以通过文字、图片等方式对内容进行回复，但由于不同用户的解读方式不同，这些回复方式有时不能满足用户准确表达想法的需求。基于此，抖音推出“视频回复”功能并于2023年6月新推出“语音回复”功能，再一次增加了用户评论的选择。通过视频和语音，人们能更加直观地感受到用户对原视频内容做出的回应，能将用户的情绪更加精准地传递。

综上，抖音推出的衍生功能丰富了用户在平台社交时的选择，用户可以根据自身需求自主选择与他人互动的方式，进而提升用户的体验感和满意度，增强用户的社交参与欲望，强化用户之间的交流和沟通。

## 4. 衍生功能强化用户社交的问题及优化建议

### 4.1. 立足用户体验，明确各功能分界

用户体验是指用户的喜好、情感等主观感受，对于抖音短视频的社交功能而言，应从用户体验模型的表现层、框架层、结构层、范围层、战略层这五个要素出发，注重在可操作性、信息性、互动性、有用性等方面的功能设计，从而满足用户多元需求，激发用户使用意愿。

根据用户体验模型的战略层定义，用户使用抖音中的社交功能是为了更加方便地展开线上社交。然而，“一起看视频”功能一方面限制了用户浏览视频的时间和空间，让用户和好友只能在同一时空下完成社交活动，一定程度会降低用户对这一功能的使用意愿；另一方面限制了用户能获取的视频内容，由于用户之间的偏好差异，导致推送的视频内容不能同时契合双方的兴趣。其次，在“抖音时刻”中，由于用户只能发送照片，不仅传递内容单一，并且与私信功能重合，操作步骤也更加繁琐，所以整体出现冗余现象，功能的有用性还有待提高。

心理学中的曝光效应表示，人们会偏好自己熟悉的事物。由于接触时间长、操作便捷，用户通常情况下还是会更偏向于使用私信、评论、转发等社交媒体普遍拥有的功能，这些功能也已经满足了大多数用户的信息交流和人际交往需求。因此，为优化用户体验、提高用户使用意愿，抖音首先应清晰区分各功能分界，突出强调各个功能之间的特殊性和差异性；其次要对社交功能之间的重合部分予以删减，以便于明确各个功能的作用，压缩用户的功能选择时间和操作步骤，从而功能的有用性和可操作性，提高用户的使用效率。此外，根据曝光效应，抖音也应对大力宣传各种社交功能的作用，以帮助用户区分，精准切入用户需求痛点，从而进一步提高用户使用意愿。

### 4.2. 建立屏蔽审核机制，优化社交环境

由于网络的匿名性以及平台把关的缺失，用户容易在情绪的支配下，非理性地评判事件的好坏，进而在社交媒体上对他人展开网络暴力。视频回复功能原本是帮助用户针对原视频内容发表个人观点，延

伸新的话题，但同时也容易引发新的舆论倾向，为网络暴力提供了便捷。

为防止网络暴力，发挥抖音各项社交功能的积极作用，抖音作为平台方应做好相应措施，建立网暴舆情应急响应机制，加强舆论引导，对于可能出现的网暴情况及时予以处理。对待施暴者，平台应根据相应法律法规进行惩处，配合相关部门执法监管；对待受害者，平台可以推出一键防护功能，避免用户受到更多不善言论的攻击。此外，还可以完善用户举报机制，拓宽用户投诉处理渠道；抖音也应充分发挥平台把关人作用，严格把控用户及视频准入，建立更加专业化和规范化的使用机制，用科学合理的方式避免用户在平台社交的过程中受到网络暴力的侵扰，从而维护健康的短视频环境，建立起良好的短视频生态。

### 4.3. 避免群体性孤独，平衡线上线下社交需求

雪莉·特克尔的群体性孤独认为，长期沉溺于社交网络或者依赖科技产品与外界联系，非但不能使人摆脱孤独，反而会让人更孤独[8]。抖音提供的社交功能让人们足不出户就能利用网络实现即时在场，在线上拓展朋友圈。然而，过多地沉溺于线上社交会使人们沉迷于网络而无法回归现实，进而忽视线下社交，淡漠人际关系，最终引发群体性孤独，形成一种不健康的社交方式。

首先，技术服务于人类，人的各种需求是其存在和发展的基础。用户的人际交往需求是抖音社交功能设计和开发的前提，用户要想真正实现媒介技术为我所用，就需要正确处理网络和现实中的社交关系，充分发挥线上社交功能在人际交往中的积极作用，既要实现线上社交，也要主动参与线下社交。

其次，抖音作为社交媒体，既可以为用户提供线上社交平台，也可以为用户搭建线下社交场所。例如，抖音可以举办线下见面会活动，邀请各个领域的博主及其粉丝进行见面互动。人们可以在这里与网友实现面对面交流互动，弥补线上交往由于“身体缺场”带来的不足，平衡线上线下的双重社交需求。

## 5. 结语

抖音短视频作为当前极具代表性的社交媒体，是一个为用户提供多样化社交方式的平台。根据使用与满足理论，抖音推出的各项社交衍生功能不仅突破了社交媒体传统的互动形式，还扩大了用户的人际交往范围，既实现了与陌生网友的弱关系社交，也实现了与亲朋好友之间的强关系社交，满足了用户的人际交往需求，强化了抖音的社交属性。

以梅赛尼为代表的技术中性论认为，技术本身只是工具和手段，使技术成为“善”和“恶”的，是创造和使用技术的人[7]。抖音的社交功能给人带来便利的同时也存在着功能分界不明确、易发生网络暴力、易引发群体性孤独等问题。因此，用户要用科学合理的方式利用抖音的社交功能为自身的社交活动助力；抖音平台可以从用户体验出发，对现有的社交功能进行优化和升级，尽可能地满足用户的媒介使用需求，在巩固用户的基础上进一步推动平台的发展，不断提高抖音在社交媒体市场中的竞争力。

## 参考文献

- [1] 吴轲. 多闪如何打造新型视频社交平台[J]. 传媒, 2020(3): 48-50.
- [2] 陈功. 保罗·莱文森的人性化趋势媒介进化理论[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2016, 19(1): 178-184.
- [3] 熊茵, 季莹莹. 从“内容平台”到“关系平台”: 抖音短视频的属性变迁探析[J]. 编辑学刊, 2019(4): 29-34.
- [4] 杨洋, 孙珠峰. 哈贝马斯交往行为理论的渊源、途径及评价[J]. 社科纵横, 2017, 32(10): 59.
- [5] 王红. 社交媒体中的自我呈现困境[J]. 传媒, 2019(18): 88-90.
- [6] 郭安玲. 从互动方式的角度研究抖音短视频的强社交属性[J]. 新闻传播, 2022(17): 59-61.
- [7] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [8] 雪莉·特克尔, 著. 群体性孤独[M]. 周逵, 刘菁荆, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014.