

# 交往行为理论下短视频社交行为研究

## ——以抖音平台“@好友”功能为例

闫炳

北京印刷学院新闻传播学院, 北京

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年6月20日; 发布日期: 2024年6月29日

### 摘要

短视频平台以视频播放功能进入大众视野, 但是近年来, 众多用户逐渐开始使用短视频平台的社交功能与熟人进行交流互动。其中, 抖音平台的“@好友”功能就引起了众多用户的使用与关注。笔者借用哈贝马斯的交往行为理论, 通过对使用抖音平台“@好友”社交功能的青年用户进行访谈, 发现“@好友”功能使用户体验到了基于主体间性的社交尊重, 各类符号的言语有效性凸显了社交行为的真诚感, 提供的理性交往条件为用户搭建了社交边界。本文在此基础上, 还探讨了当前人们在社交媒体中真正的社交需求, 讨论了当今人们渴望被关注、被真诚对待的社交需求, 并期盼人与人之间建立适当的“社交边界”。

### 关键词

交往行为理论, 短视频社交, 社交行为

# Research on Short Video Social Behavior from the Perspective of the Theory of Communicative Action

## —Taking the “@friends” Function of TikTok Platform as an Example

Bing Yan

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

Received: May 20<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 20<sup>th</sup>, 2024; published: Jun. 29<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Short video platforms enter the public's horizon with video playback functions, but in recent years,

文章引用: 闫炳. 交往行为理论下短视频社交行为研究[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(3): 829-835.

DOI: 10.12677/jc.2024.123129

many users gradually begin to use the social functions of short video platforms to communicate and interact with acquaintances. Among them, the “@friends” function of TikTok platform has attracted the use and attention of many users. By borrowing Habermas J.’s the Theory of Communicative Action, through interviews with young users who use the “@friends” social function of TikTok platform, the author finds that the “@friends” function enables users to experience social respect based on intersubjectivity, the speech validity of various symbols highlights the sincerity of social behavior, and the rational communication conditions provided by the user build a social boundary. On this basis, this paper also discusses people’s real social needs in social media, discusses people’s social needs to be cared for and treated sincerely, and hopes to establish appropriate “social boundaries” between people.

## Keywords

The Theory of Communicative Behavior, Short Video Social, Social Behavior

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. 研究背景与问题

在社交媒体铺天盖地充斥在人们日常生活的当下，以微信为代表的社交媒体改变了个体之间的交流相处模式。但是随之发展，由微信产生的用户社交倦怠行为也越来越明显[1]。人们对社交有了新的要求，逐渐逃离微信等社交媒体对生活的过度渗透，开始开辟新的熟人社交方式。用户在短视频平台上的频繁交流就是一个明显的表现。短视频平台以视频播放功能进入大众视野，其社交功能虽然一直很丰富，却并未引起用户的广泛关注。其中，“@好友”功能自短视频平台上线以来就一直存在，但是在2022年，抖音平台的“@好友”功能才引起青年用户较高的关注。截止到2023年10月24日，抖音平台如“#艾特朋友”，“#艾特好友”等相关话题的短视频均有超过千万的播放量。众多创作者会在短视频中或者评论区提到与“@好友”相关的内容，短视频用户也纷纷加入到“@好友”的行动中来。在短视频平台中，“@好友”已经成为青年群体一种新型的熟人社交方式。

通过梳理文献发现，目前学界对短视频平台用户社交行为的研究还是较为丰富的，但是极少有研究将视角集聚于“@好友”功能，以此分析用户进行该社交行为的原因，窥探社交媒体如此发展的今天，用户真正的社交需求是什么。因此，本研究以期借用哈贝马斯的交往行为理论，通过访谈的研究方法来深入挖掘青年用户选择这一社交功能的原因，探索当下时代用户真正的社交需求，丰富对短视频平台社交行为研究的角度。

## 2. 哈贝马斯交往行为理论概述

哈贝马斯在反思韦伯和法兰克福学派对工具理性批判困境的基础上，提出了以主体间性为中心的交往理性思想。交往行为理论不仅是当代德国哲学，而且是当代欧洲哲学乃至整个当代西方哲学发展史上的一个重要里程碑[2]。哈贝马斯首先区分了四类社会行为，分别为目的行为、规范调节行为、戏剧行为与交往行为[3]。并将交往行为置于非常重要的作用，认为交往行为中蕴含的交往合理性构成交往行为的中心，这种交往合理性是内在于交往行为之中的、语言性的、互主体性、程序性的合理性[3]。哈贝马斯还提出自己的“普通语用学思想”，在这个思想上，他区分了语言和言语之间的关系，他认为语言的本质并不在于符号与句子之间的独立语法关系，而在于其根植于生活世界的实践性。与语言对应的是为表

达形式建构起来的规范系统，言语则是指语言的使用行为本身。后者才真正涉及到真实的语言问题。他还进一步认为，言语的有效性要求主要表现在四个方面，即可理解性、真实性、真诚性和正确性[4]。由此，从哈贝马斯搭筑的交往行为理论框架可以窥见当下青年用户短视频平台社交的主体间性，为认识他们使用“@好友”功能背后的原因提供了思考路径。

### 3. 研究方法

目前，各大主要的短视频平台均具有“@好友”的功能，但考虑到用户体量，且近年来抖音平台针对用户的需求对“@好友”的功能作了多次改进的现状，本研究还是将主要视角聚焦于抖音平台。另外，抖音平台“@好友”功能的使用者主要集中于青年用户，所以本研究将选取使用抖音平台“@好友”功能的青年用户作为研究对象。由于研究者本人也是抖音平台“@好友”功能的“重度”使用用户，秉持“就近原则”，最终在身边选择了8位频繁使用该功能的青年用户，年龄在18~25岁之间，以线上访谈(微信电话或微信对话)的方式进行访谈。受访者的基本信息如下(表1)：

Table 1. Respondent information table

表 1. 受访者信息表

| 访谈对象编号 | 性别 | 年龄  | 身份    |
|--------|----|-----|-------|
| S1     | 女  | 22岁 | 电商运营  |
| S2     | 女  | 20岁 | 考研二战生 |
| S3     | 女  | 23岁 | 待业    |
| S4     | 男  | 22岁 | 海外研究生 |
| S5     | 女  | 25岁 | 高中教师  |
| S6     | 男  | 18岁 | 高中生   |
| S7     | 女  | 23岁 | 在校研究生 |
| S8     | 女  | 21岁 | 在校大学生 |

## 4. 哈贝马斯交往行为理论视角下短视频社交行为原因分析

### 4.1. 主体间性：正向反馈提供社交尊重

哈贝马斯交往行为理论中的目的性行为，是对他人意图的推测和判断而进行的行为。通过观察抖音平台“#快艾特你的姐妹”“#快艾特你想艾特的人”等相关话题下的短视频发现，短视频创作者通常引导用户去通过“@好友”的行为来猜测好友的想法或者做法。因此，众多用户该行为的发起，大都出于期待自己的好友看到同样的视频内容时会有怎样的心理活动、语言表达亦或是后续在日常生活中有所行动的期待心理，是一种目的性行为。

我会“@好友”是因为希望她看过后也觉得有意思，我会感到我对她是有帮助，我的“@”行为是有意义的，期待对于视频中的事情，“@”对象的回复、反映和看法，也是期待获得认同。(S1)

此外，哈贝马斯将交往行为置于重要的地位，并且认为交往行为存在一种“主体间性”。短视频“@好友”的行为亦是一种基于“主体间性”的交往行为。哈贝马斯所强调的“主体间性”，推翻了以往传播关系中的“主体”与“客体”二元对立的关系假设，是自我与他人关系的一种新假设，即相互为主体的关系，在这种关系下，双方可以通过交往理性达成共识[5]。通过访谈发现，频繁使用“@好友”功能的用户除了对自己的“@”对象抱有心理期待外，大部分还基于在此前的“@好友”行为中，得到了好友的正向反馈，感受到了好友与自己产生了同样的感情、想法，或者今后会进行同样的行为。在这样的

过程中，被“@好友”的对象也会处于主体地位进行社交，在一来一回的交流中，行为双方感受到了社交过程中主体之间的相互尊重，这种相互尊重会促进他们下一次“@好友”行为的发出。这正符合哈贝马斯认为的在“主体间性”的关系下，人的自主性得到尊重的条件[5]。在这样的交往活动中，“@好友”行为的发出者与其好友互为交往行为的主体，在相互交流中表达自己的意愿，并逐渐形成相互之间的默认为的规则意识，建立了和谐的关系。在社交媒体盛行的今天，用户的社交行为越来越趋于心灵自主，而这种相互尊重、和谐的关系更是难能可贵的，也是社交行为能够持续下去的保障。

我一般“@好友”就是分享有意思的事情和有相同经历有关联的内容，比如搞笑视频和情感视频。搞笑视频分享出去后朋友就会跟我一块开心一起笑，情感视频因为相同的经历，需求感情联系，分享即快乐，抖音“@”分享有意思的事情，可以加强好朋友的联系，日常距离的拉近。(S3)

我感觉“@好友”也有一种被需要的感觉，你看别人“@”了我，我会觉得，她看到这个东西的时候，她会想到我，我会觉得这种感觉很棒，像我这种朋友宝，我就时时刻刻需要朋友爱着我。这就是体现朋友对我的关心，对我的爱护的一种方式。(S2)

#### 4.2. 言语有效：“@好友”共享社交真诚

语言理解在社交行动中起着非常重要的作用，哈贝马斯也将建立平等合理的言语交往模式置于重要的地位，并将其称为“理想的言语情境”[6]。其中“言语有效性原则”是其认为的社交双方在社交行动中必须遵守的普遍规范。具体而言，“言语有效性四原则”是指在一个主体与其他主体通过语言进行思想交往，并以理解为目的的交往过程中，参与交往的主体必须满足若干假定可实现的普遍有效性要求[7]。这四项原则分别是理解性、真实性、真诚性和正确性。将视角切到短视频平台，其基于文字、表情、视频等多样言语符号，使短视频用户的社交行为可以为双方构建“理想的言语情境”。短视频用户在使用“@好友”功能时，无疑也是基于言语有效性四原则判断的基础上的。首先，短视频的视听符号可以在最大程度上调动观看者的感官，用户在“@好友”之后，所呈现的短视频内容可以直观体现行为发出者当时的心理活动，便于被发起者的理解，满足了理解性原则。其次，这种行为的发起往往是用户基于短视频中所叙述的故事，所表达的语言，亦或是所包含的音乐等等短视频所包含的要素，这些要素是行为双方共同的回忆或者双方共同经历过的事情，行为的发出是建立在真实的事情之上，满足了真实性原则。

我通常会会在刷到内容与好友相关的视频时，比如说秋天来了要加衣服，希望对方开心快乐呀这类关心对方的视频，或者是视频的内容是我们曾经发生过的事情，然后那个短视频的创作者也发生了同样的事情，想要和朋友回忆往事的时候，想去“@”对方。(S8)

我一般“@”我的好友都是觉得这个视频很有意思，或者这个视频里所包含的事情是我们之前一起经历的，可以唤起我们共同记忆的。(S7)

再次，短视频的“@好友”功能使短视频成为一种交流媒介，连接“@好友”行为双方之间的感情，而且短视频的音画渲染可以全面调动用户的情感，基于此媒介发起的社交行为，往往更能激起行为双方的情绪，引起内心的共鸣，使双方共同触摸内心的情感，达到了真诚的原则。最后，短视频“@好友”功能不仅仅可以将短视频分享出去，在分享短视频的同时，行为发出者还可以配以相关文字、表情符号表达自己的感想。文字、表情符号与短视频的相结合，使行为发出者得以正确传达自己想要传达的意义，达到了正确性的原则。在短视频“@好友”功能满足四项原则加持之下，进行“@好友”社交行为的双方能够搭建起属于他们之间的言语有效性，使社交行为持续下去。

“@好友”之后，等她下一次再回复我的时候，我会打开，我会看到，关于这个东西原来大家还是有共鸣的，或者是他跟我有一样不同的想法啥的，反正是挺有意思的。(S2)

我认为社交类的短视频平台，“@好友”的功能是非常重要的，个人在短视频中找到共情或价值，

会有表达的需求，苍白的表达是无法让人理解的，“@好友”功能可以很好的把视频内容和个人感受融合，并且让熟悉的人知道。(S1)

### 4.3. 交往理性：平台搭建社交边界

对早在 1997 年，我国就有学者总结了哈贝马斯所论述的技术异化的深层次原因，“工具合理性”贯穿于劳动，其过度发达导致主体间合理之交往行动被吞没，使得交往行动趋向“不合理化”[8]。以微信为代表的由熟人圈子聚集起来的社交媒体，最初起着简单的通讯作用，并沟通着人们之间的情感，逐渐成为人们进行社交行为最主要的平台。但是，近年来随着微信功能的进一步开发，众多功能令人眼花缭乱，注意力被频繁分散，且受制于工作、学习、生活需要，人们不得不在自己的微信好友列表中添加一些不太熟悉的人。微信已经深入“渗透”进人们的生活中，人们无时无刻都要处理来自微信的消息。例如，现如今有许多人在网上纷纷吐槽，作为“打工人”时常需要在休息时间还要处理工作消息。微信逐渐开始强调社交的效率，每个社交行为都会被行动者赋予一定的目的或意义，趋向于追逐一种“工具理性”，让人更多感到一种社交倦怠。

对打工人来说，微信真的要 24 小时随时为工作待命，下班时间我只想关闭微信，逃离工作，娱乐一下，或者和好朋友聊天。(S5)

马斯洛需求层次理论将人的需求分为生理需要、安全需要、归属和爱的需要，尊重需要和自我实现需要的五层需求[9]。其中，归属和爱的需要是必不可少的需求，其主要是通过与他人建立关系得以满足。因此，在面对微信会给人带来倦怠心理的情况下，人们亟需寻找新的社交平台满足自身内心的社交需求，寻找新的“发泄口”。另一方面，相对于微信社交平台来说，短视频平台为人们提供了合理范围内的社交条件，构筑了可以进行合理性社交的平台，搭建了令人舒适的社交边界。首先，短视频平台本质上是基于“弱关系”的社交平台，人们在抖音平台上所接触到的人大部分是陌生人，相互之间并不会会有社交逾距。其次，短视频平台有较为成熟的大数据模型，每一位用户在长久使用下，平台会根据算法推荐技术，为其推荐符合“口味”的短视频。因此，用户会对平台所推荐的视频产生欢愉的心理。最后，基于用户自身的选择，平台上大部分相互关注的对象为自己现实生活中的家人或好友，会让自己在平台上的社交娱乐活动更加纯粹。基于此，大部分用户“@好友”的行为基本上是根据自己的兴趣、爱好，针对熟人发出的。

现实生活中社交得到的反映是很迅速的，当下就可以得到反馈，言语动作神态。在沉浸在网络世界的时候人也会有社交需求，但是每个人可能由于工作生活，无法和亲朋好友见面或直接沟通，也会苦于没有话题可聊，对于不能实时沟通的人，非常需要这种“@好友”的行为来获取联系寻找共同话题。(S1)

我抖音一般都关注我身边亲近的人，就我之前的“@好友”情况来说，我也只会“@”我周围玩儿的非常好的人，我会看到一些比较搞笑的温馨的东西，都会“@”他们，或者是我们之间有共同点的那种东西，会相互“@”。(S2)

抖音的宣传语是“记录美好生活”，而我“@”则是分享美好生活。由于我们都身处大数据时代，大家的推荐一般都是投其所好，我的推荐里大概有以下几种类型，音乐，美食，风景，机车，偶尔会有科普类和正能量还有实时新闻。一般遇到我和好友都喜欢的类型，我就会“@”他们。(S6)

## 5. 当今社交媒体中用户社交需求反思

### 5.1. 信息爆炸下的被关注需求：“事事有回应”

在信息爆炸时代，我们不仅接受到的知识信息是爆炸的，甚至接受到的社交信息亦是爆炸性的。当爆炸的社交信息“袭击”生活时，社交媒体用户面临众多的社交信息，时而会忘记回复，甚至为了躲避

社交，故意直接采取不理睬、不回复的态度，营造了一种当代社会中特殊的“社交壁垒”。用户出于渴盼正向回馈的心理来进行短视频“@好友”功能的使用亦向我们展示，愈是在这样的背景下，人们愈是期盼他人的关注，期盼可以与他人建立一种相互尊重的社交关系，期盼自己鸡毛蒜皮的小事都会“事事有回应”，甚至形成了一种当代人认为的在社交关系中值得珍惜的“情绪价值”。因此为用户提供便捷的，能够相互交流的功能，激起用户的分享欲，在用户与好友的社交关系中建设共同情绪价值，是当今社交媒体功能进展的真谛。

### 5.2. 快节奏下的符号泛滥：“真诚才是必杀技”

符号互动论认为人类互动是基于有意义的符号之上的一种行动过程，意义不是来自于事物本身，而是来自与他人的互动[10]。这种符号既包括语言符号，又包括非语言符号。在社交媒体盛行的当下，非语言符号更加泛滥，人们在日常交往中，要接受数不清的表情包、视频等非语言符号，逐渐处于一种符号泛滥的处境。而短视频的“@好友”功能，将用户的注意力引导到特定的视频符号中，使行为双方在这种特定的短视频符号的互动中交流情感，从视频符号中蕴含着社交双方共同的回忆等元素，放大内存于双方情感中的真诚感。从近年来抖音短视频平台对“@功能”的一次又一次更新，我们亦可窥探出其背后隐藏的用户对社交中真诚感的需求。起初，抖音平台“@好友”功能仅仅只能让好友点击相关视频观看，随后，抖音平台根据用户对“@好友”功能的“视频在聊天框如果能上下滑动”的需求对此功能进行了变革。新功能不仅可以使用户在此功能下一次性上下滑动查看好友“@”自己的全部视频，而且在视频下方增加了“朕已阅”“针不戳”等可以直接反馈的表情标志，让被“@”的好友可以便捷回复每一条视频。而这种功能的变化，也透露出用户对该功能背后符号代表的真诚友谊的渴望。

### 5.3. 即时交流下的空间挤压：呼唤“社交边界”

在当今时代，社交媒体的发展缩短了人们之间社交心理的空间距离，但是随着社交消息随时随地充斥在生活中，大家越来越渴望拥有一种社交边界。社交边界指的是人们所能感知察觉到的社会人际交往界限，不仅仅是空间意义上的身体边界，更强调人与人之间的心理界限[8]。本质上来说，社交媒体中的用户渴望在线上与其他人进行社交，但又不能时时刻刻处于社交的状态，长久的社交状态会加强用户的社交倦怠。而短视频所提供的“@好友”功能给予了人们社交机会，用户可以通过此功能与自己的好友达到分享、沟通、联系情感的目的。同时又提供了一种社交边界。在此行为发出之后，并不要求对方可以及时回复，而是在看到的时候再回复相关感受，从而形成一种合理的社交“延迟回复”。这种“延迟回复”为社交双方留有足够的空间，还可以获得被回复的满足感。因此，面对当代即时的社交，如何提供给人们社交机会的同时又能够构建一种适宜的社交边界，是社交媒体需要“进化”的方向。

## 6. 结语

正如保罗·莱文森提到的“补偿性媒介”理念一般[11]，社交媒体平台的出现弥补了以往线下社交的不足，丰富了人们的社交方式。但是近年来随着社交平台的泛滥，出现了一个又一个值得深思的社交现象。无论如何，社交行为的发生与持续还应扎根于人们内心的情感，注重主体间的心灵沟通。正如本文聚焦的“@好友”功能背后的社交行为一般，该功能亦是唤醒了大家被线上复杂的社交功能所遮蔽的内存于社交双方的情感，所以才引起用户的关注。因此，未来社交媒体的发展方向，还是应该扎根于用户的情感需求，从满足用户各项情感需求开发出更为丰富的社交功能。

## 参考文献

- [1] 田彩云. 媒介异化与行为调适: 微信社交媒体倦怠发生机制与对策[J]. 声屏世界, 2023(13): 105-107.

- 
- [2] 郑友奇, 王薇. 哈贝马斯的交往理性思想解析[J]. 求索, 2015(12): 90-94.
- [3] 艾四林. 哈贝马斯交往理论评析[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 1995(3): 11-18.
- [4] 李文杰. 哈贝马斯面向生活世界的交往行为理论[J]. 外语学刊, 2017(4): 29-33.
- [5] 华金香. 公共传播背景下传播关系范式的转变——基于对哈贝马斯“主体间性”理论内涵的解析[J]. 传媒, 2018(3): 90-93.
- [6] 陈琳琳. 交往价值的本真复归——兼论哈贝马斯交往行为理论[J]. 今古文创, 2023(45): 96-98.
- [7] 姚冰. 传播学研究视野中的交往行动理论[J]. 东南传播, 2007(5): 75-76.
- [8] 于语和, 周欢. 青年“搭子型”浅社交的心理透视与现实审思——基于哈贝马斯的交往行为理论[J]. 理论导刊, 2023(10): 96-103.
- [9] 亚伯拉罕·马斯洛. 动机与人格[M]. 许金声, 等, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 22.
- [10] 乔治·H·米德. 心灵、自我与社会[M]. 赵月瑟, 译. 上海: 上海译文出版社, 2005: 98.
- [11] 保罗·莱文森. 软利器——信息革命的自然历史与未来[M]. 何道宽, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2011: 89-91.