

微信等社交媒体对用户信息交流行为和心理的影响分析

刘洪

南京信息工程大学, 江苏 南京 210044

[摘要] 微信拥有庞大的注册用户数量与实际使用数量, 已经是越来越多网民普遍使用的交流工具。近几年来, 社交媒体带来便捷性的同时也对大量用户的人际关系产生了重要影响。此文认为微信交流属于准栈交流, 基于此观点分析微信在传播信息过程中存在的问题, 以及线上交流环境中用户心理、交流行为的变化。文章着重分析以用户关系为核心建立的朋友圈和微信群在信息共享方面的创新之处和不足。文末总结, 提出了用户更理性地使用微信的措施, 并对平台更好地为用户提供信息服务提出建议。

[关键词] 微信; 信息交流; 用户心理; 交流行为

DOI: 10.33142/sca.v4i5.4913

中图分类号: G206;G645.5

文献标识码: A

Analysis of the Impact of Social Media Such as Wechat on Users' Information Exchange Behavior and Psychology

LIU Hong

Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing, Jiangsu, 210044, China

Abstract: With a huge number of registered users and actual users, wechat has become a communication tool widely used by more and more Internet users. In recent years, while social media has brought convenience, it has also had an important impact on the interpersonal relationships of a large number of users. This paper believes that wechat communication belongs to quasi stack communication. Based on this point of view, this paper analyzes the problems existing in the process of transmitting information and the changes of user psychology and communication behavior in the online communication environment. This paper focuses on the innovation and deficiency of the circle of friends and wechat group established with user relationship as the core in information sharing. At the end of the paper, the measures for users to use wechat more rationally are put forward, and the suggestions for the platform to better provide information services for users are put forward.

Keywords: wechat; information exchange; user psychology; communication behavior

1 绪论

1.1 研究背景

根据 CNNIC 发布的最新网络统计数据, 截至 2020 年 12 月, 我国网民规模 9.89 亿。互联网普及率达 70.4%。我国手机网民规模为 9.86 亿, 占网民总数 99.7%。同时, 网民增长的主体由青年群体向未成年和老年群体转化的趋势日趋明显。

微信(WeChat)是腾讯公司于 2011 年推出的一个为智能设备提供即时通讯服务的免费应用程序。由于微信拥有支持多平台登录、多种语言可选等优势; 还支持语音短信、视频、图片和文字传递信息等需要, 也提供通过共享流媒体内容的资料和基于位置的社交插件“摇一摇”、“朋友圈”、“公众平台”、“语音记录本”等服务, 为网民提供了很大的便利, 尤其在疫情期间, 疫情隔离使个体更加倾向于使用微信等社交软件辅助实现工作、学习、交友、出行等需求。政府机构也充分利用了微信公众号等功能, 及时传播重要信息, 提供多种便民服务。然而在此期间人们用微信交流并未减少焦虑、孤独等负面情绪, 反而更加渴望回归到人与人面对面交流的场景中。

1.2 研究意义

微信用户的信息交流改变了人们的社交方式, 用户可以将现实生活中的社会关系复制到网络中。实名制后用户更加重视自我呈现和印象管理, 由此引发对互联网个体心理动机的思考。通过分析微信对人际关系的影响, 有利于分析影响微信用户信息交流行为和心理变化的因素, 提升微信群用户信息交流水平, 让其辩证看待微信等社交媒体的利与弊。

2 微信交流的分析

2.1 微信作为准栈交流的中介

微信是基于最新、最成熟的信息传播技术建立的线上交流平台, 它使得信息传播突破了时空的限制。用户可以生

产、传播、存储和利用大量信息。信息综合化、多样化以及多来源、多信宿等特征容易导致信息质量良莠不齐；这对中介环节的信息控制筛选能力提出了更高要求。微信对信息的过滤作用很明显。例如一些公众号涉及中美政治冲突，并且过分赞扬美国自由人权等理论。其发布文章常常会被删除。再如疫情期间正值“两会”，我们通过微信“群接龙”小程序提交政治作业经常会被拦截。因此微信属于内容选择控制型中介的特征十分明显，微信交流属于准栈交流。同时，在这样的平台中，正式交流和非正式交流的界限是比较模糊的。表达内容即使是自发的、朴实的，用户也要有清醒的法律意识；尤其是在“朋友圈”和自己创建的“公众号”等面向不确定受众发布信息时。

2.2 微信交流中存在的问题

微信交流中存在的问题体现在两个方面：个体交流和微信群交流。微信中的个体交流由基于熟人关系形成的一对一交流和用户浏览公众号、小视频并做出反馈的交流模式构成。在与微信好友交流时，我们经常打字或是使用较短的语音和视频通话。文字和语音各有利弊。打字较繁琐、中文词语在不同语境下使用灵活，表意丰富、使用者自身对语法的掌握程度都有可能引起歧义、影响信息传递的准确性。因此文字不一定比语音表述准确。同时，线上交流呈现出来一种奇怪的现象：当关系一般的好友对文字信息发生误解，即对方的回复不是针对自己问题的本意时，很多人没有勇气甚至厌倦于向对方再次提问，而是就此停止对话。可是相同的情形发生在面对面交流时，双方更有可能从表情、肢体语言的不自然变动中察觉到问题，更自然地解决误会。此外，键入文字的双方受屏幕的阻隔，表达意愿的真实性会降低；反复删改内容、整理语言的过程过滤掉了许多真实感受。有些想法不一定不合适，甚至在直接交流中是水到渠成的表达，而转换成文字后总觉得有些不正式，不利于保持自己为好友塑造的线上形象。语音受用户所在环境限制。在安静的环境中，用户不愿意打扰他人；在嘈杂的环境中，又不愿意被别人打扰。还受制于隐私的顾虑：和熟悉的人语音或视频还觉得不够亲切，而和陌生人交流尽量不用语音。总的来说，由于文字和语音都只是单通道信息传递，不能强化信息，信息不够完整。微信群交流产生的问题主要表现在用户人际关系和心理变化上，笔者将在第三部分展开论述。

在微信交流中反映出的公平问题也值得深思。例如许多机构评选优秀员工、干部时都会采用微信投票的方式。人们看到自己的领导或老师发出此类朋友圈后，往往心情有些矛盾。此外，许多微信政务平台和用户互动性差，投票功能使用不当，反而导致民众参与意愿不强。

3 微信对用户信息交流的影响

3.1 微信对用户人际关系的影响

人际关系的好坏可以一定程度上反映人的心理健康状况。良好的人际关系帮助人降低心理压力、重拾信心。微信对人际关系的影响是双向的。马斯洛的需求层次理论中讲到人有社会需要和尊重需要。微信朋友圈中的“点赞”可以满足年轻人得到他人认同的需求，这在面对面交往中不容易获得。微信中的“点赞”能够提供心理以及社会支持，使主体间发生情感的互动，能够通过这种互动连接彼此，让青年群体感受到情感认同，同时也可以使他们吐露心声和表明观点，使自身在话题参与时获得一定的自我认同感。被“点赞”的话题多种多样，可以让处于同一个社会关系中的他人认识到不同的自己；这样不仅可以巩固当前的友谊，还能和不经常联系的朋友保持一种轻松的关系。

然而微信等社交媒体有时候正是破坏人际关系的推手。隔着屏幕，一些人的情绪控制力下降，失去了对屏幕那头应有的尊重，或者过分自我暴露；在他人看来出现了真实自我和线上虚拟自我分离的状况。可是回到现实的面对面交流中，这些人也处于尴尬的境地。线上交流会放大人心的冷漠；往往感觉自己是一个人在和一群人对话，而不是和那一个人真诚地对话。再者，表情包的使用可以很巧妙地影响用户的人际关系。可以看到微信表情的更新速度比自身版本更新还快。表情包不仅可以减少社交压力，缓解尴尬，还可以作为补充信息以减少彼此的误会。例如一些问题可能会引起冲突，人们在既不能保持沉默，也不能继续阐述观点时抛出一个可爱的表情包可能会对对话有新的帮助。

3.2 微信对用户心理和行为的影响

以大学生为例，分析用户心理。社交网站中大学生通过对个人主页的管理，进行“选择性暴露”和“自我印象塑造”，创建了一个网络中的“拟态的自我”。大学生们通过拟态的自我交友、互动以获得心理满足。然而，这样的自我是不真实的，人们倾向于向他人展示出独特的、精致的自我形象，在网络中寻找存在感，满足虚荣心。例如当下许多大学生花费大量时间修图、晒图以取得关注。当这种虚荣心布满整个朋友圈，虚荣变成了攀比。许多人会沉浸在他人展现的“乌托邦”中，因而产生自卑心理。例如不少“双非”高校学生看到985名校同学学习轻松，享受的教育资

源和课外活动也比自己丰富，便会认为自己无论怎样努力都不及别人优秀，随之而来的是自卑的消极情绪。类似这种现象对青少年的心理冲击很大。青少年的价值观未完全形成，情绪波动较大，加之现实中高校“内卷”现象日益严重，不少学生在盲目与他人对比后偏离了原来的目标，甚至对人生感到迷茫。用户应该智慧使用“朋友圈”，让其成为一个满足我们年轻人了解多样生活和多彩世界的窗口，而不是任自己陷入焦虑和自我贬低之中。

以用户在朋友圈发布信息和微信群交流行为为例，分析用户行为。基于上述用户使用朋友圈的心理因素和网络信息高速传播的现状，朋友圈中的转发内容司空见惯。自媒体时代，好友关系有时更类似于媒体之间的关系。互联网用户都想最早掌握热点新闻，然后发朋友圈抒发感情，获得关注。这种行为本身是有利于加速信息传播、创造新知识的。可是正如《乌合之众》所言：“群体急于行动”。以5月22日袁隆平院士逝世时间造假一事为例。当天上午在某大型媒体发布不实新闻之后，大量网民转发链接至微信朋友圈；可见网络环境下，用户对获取信息的渠道容易产生依赖心理，对网络信息的辨识能力下降。更荒谬的是，出于好友关系的信任，大众直接肯定了消息的真实性。通过朋友圈获得信息的便捷性、低成本促使很多人习惯于相信朋友圈的内容是真实的。

微信群中的交流心理和行为主要体现在两个方面。首先，个体接受信息具有被动性。筛选信息的过程消耗用户大量时间和精力。注意力不由自主地转移、受大量无序的群消息干扰而忘记当前最要紧的事情，这已经是微信用户的普遍烦恼。其次，用户对信息交流的参与程度，即用户的活跃度受用户的社会地位、认同感、交流互惠程度等影响。因此，在微信群交流中，马太效应有增强的趋势。作为信息交流节点的微信用户交往能力越强，越有可能处于优势地位；控制的信息资源、权力、声望等社会资本越多，用户越自信活跃。

4 结语

微信等社交媒体在信息传播方面对用户的积极影响较大；负面影响不容忽视。微信平台还需探索新的管理模式，合理监管用户发布的信息。用户应该真诚地使用微信交流，理性看待朋友圈的信息。微信用户掌握的与信息相关的法律不够，社会责任感有待提升。青少年应该回到现实的交流环境中，减少对社交媒体的依赖。

[参考文献]

- [1] 马俊. 大学生社交网络中的自我呈现——基于“拟态人”概念的研究[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)社会科学, 2017(9): 117.
- [2] 王亦高, 董晓. 微信语音或文字发送形式对人际传播的影响[J]. 东南传播, 2017(1): 26.
- [3] 杨峥嵘. 社交媒体对中国青年群体人际关系的影响——以微信“点赞”为例[J]. 新媒体研究, 2019(15): 39-40.
- [4] 刘颖, 张焕. 基于社会网络理论的微信用户关系实证分析[J]. 情报资料工作, 2014(4): 56-61.
- [5] 高迪. 基于社会网络理论的微信群信息交流行为影响因素研究[D]. 河北: 河北大学, 2019.

作者简介: 刘洪(2001.10-)女, 院校: 南京信息工程大学, 专业: 管理工程学院信息管理与信息系统专业。