

# 青年群体预制朋友圈的传播心理与个体行为互动研究

□ 李 娇 刘懿璇

[中图分类号]G206[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2025)05—0101—6

**【内容提要】**“预制朋友圈”作为数字时代青年群体新型社交展演形态,体现了用户通过非即时性内容生产策略建构媒介化自我的实践转向。本研究基于戈夫曼拟剧理论与鲍德里亚拟像批判的视角,对15名青年进行深度访谈,探讨预制行为的传播心理动因及个体行为互动逻辑。研究发现,在平台技术可供性与社会关系压力的共谋下,青年通过标准化内容生产流程和圈层化分组策略,构建符合算法偏好与社交期待的“弹性身份”。这种行为既是对阶层流动焦虑、职业竞争压力的适应性反应,又将导致自我客体化危机。研究进一步揭示了平台资本主义通过界面规则与算法规训,将用户驯化为“数字劳工”,使弹性身份沦为悬浮于数据流中的临时庇护所。代际对“真实社交”的认知鸿沟则映射出传统熟人伦理向数字表演伦理的断裂。本研究突破传统拟剧理论框架,指出青年群体预制朋友圈的心理动因本质上是青年在技术赋权幻觉与文化工业逻辑间的双重异化,为反思数字时代人际关系重构提供了批判性视角。

**【关键词】**青年群体;预制朋友圈;社交展演;心理动因

## 一、引言

2024年9月,“预制朋友圈”作为新型社交展演形态进入公众视野,其核心特征表现为用户通过预先策划图文素材,建构具有杂志封面级视觉效果的媒介化自我。该现象在国庆假期期间形成爆发式传播,相关话题累计阅读量达1.3亿次,折射出数字原住民群体对社交展演时空维度的重构需求。预制朋友圈本质上属于“旧景新呈”的数字记忆管理策略,用户通过选择性编排生活素材,构建具有时间延展性的完美人设。这种非即时性的内容生产模式,体现了当前全新的“数字化生存阐释机制”,也暴露出社交展演从即时记录向战略储备的范式转变。这一现象最早可以追溯到社会学家戈夫曼提出的拟剧理论,他明确划分了“前台”与“后台”的概念,并形象地比喻人际交往如同一场精心编排的舞台剧,前台是经过刻意布置、面向观众的区域,旨在展示特定的角色形象与行为举止;而后台则是一个私密空间,用于策划前台的表演,并藏匿那些不为观众所见的真实行为<sup>①</sup>。

用户通过发布内容来精心塑造自己的前台形象,而后台则包含了他们真实的生活体验、情感起伏以及那些未向公众公开的部分。戈夫曼指出,“当前,似乎

存在着两种判断模式构成了人们的行为概念:真实、真诚或诚实的表演和虚假的表演。虚假的表演也可以分为两种,一种是不希望别人将其认真对待的,就像舞台演员所做的那样;另一种是想要别人当真对待的,就像骗子所做的那样。<sup>②</sup>”在预制朋友圈,青年群体出于虚荣心,将文案和图片进行非常细致的撰写和修饰,让观众信以为真,以达到满足观众的期待和戏剧式的自我呈现。然而,预制朋友圈创造的弹性身份,始终处于赋权与异化的张力之中。一方面,它确实为青年提供了应对社交复杂性的技术工具,使其能够在阶层流动焦虑、职业竞争压力、代际观念冲突中掌握身份调适的主动权;另一方面,这种弹性本质上是平台资本主义与个体生存脆弱性共谋的结果。算法推荐机制不断抬高内容生产的审美门槛,迫使青年投入更多时间精力维护数字人设,而即时通讯的“永远在线”文化又持续压缩着内容预制所需的心理缓冲区。最终,所谓弹性身份不过是悬浮在数据流中的临时庇护所——当青年以为自己在驾驭技术时,实则已被技术驯化为数字生态系统中的适应性物种。同时,随着工业社会的高度发展,物质生产的主导地位正逐步被虚幻的景观生产所取代<sup>③</sup>。步入数字化新纪元,社交规则与礼仪正面临着前所未有的转型,人们日益减少对真实世界的关注,转而

**【作者简介】**李 娇,四川传媒学院传播与经管学院讲师。

刘懿璇,重庆交通大学旅游与传媒学院讲师。

**【基金项目】**本文系四川省文化和旅游厅文化和旅游科研一般项目“‘全媒体’助推‘四川文旅IP’建设研究”阶段性成果,编号:2023YB20;四川传媒学院首批校级科研团队“地方传统文化创新传播研究”阶段性成果,编号:川媒院[2022]132号。

沉迷于由“拟像”构筑的虚拟幻象之中<sup>④</sup>。媒介技术社会学视域下,社交媒体衍生的认知超载与社会比较压力构成双重异化机制,使越来越多的用户在朋友圈的社会化进程中已踏上一条“谨言慎行”-“沉默寡言”-“销声匿迹”的隐退路径<sup>⑤</sup>。

目前相关文献多停留在沿用拟剧理论解释社交媒体表演,但缺乏对青年群体非即时性展演的时空维度批判。尽管已有研究从传播心理角度对预制朋友圈行为进行了初步探讨,但这些研究大多停留在表面现象的描述和一般性的心理分析上。对于预制朋友圈行为背后的深层次心理机制,如个体的自我认知、情感调节、青年群体在“精装-预制”演化中暴露的自我客体化焦虑与平台算法规训间的张力等方面的研究相对较少。因此本文主要的研究问题为青年群体选择预制朋友圈的核心心理需求是什么?预制朋友圈是否通过“延迟满足”机制增强社交安全感?预制朋友圈在群体认同中有什么作用?这种行为是否削弱了社交媒体作为情感连接工具的本质功能?从“精装”到“预制”的演变,是否预示着数字时代人际关系的进一步异化?本文通过深度访谈构建预制朋友圈行为的解释模型,深入解释和研究青年群体预制朋友圈现象的传播心理与个体行为。

## 二、文献综述

### (一) 社交媒体自我呈现的相关研究

自我呈现最初由欧文·戈夫曼在其著作《日常生活中的自我呈现》中提出,认为人类的社会互动可类比为戏剧舞台上的角色扮演行为,并以此构建了“拟剧理论”分析框架。该理论强调,个体通过策略性行为管理他人对自身的认知,从而形成特定的社会形象。在数字化社交场景中,这种形象塑造行为呈现高度显性化特征,用户通过图文编辑、滤镜选择及互动反馈等媒介化手段重构身份表达,推动社交平台成为新型自我展演空间<sup>⑥</sup>。也有研究认为,微信朋友圈作为我国特有的社交媒体场域,其界面设计遵循着严密的算法逻辑与视觉政治学。平台通过九宫格图片格式、滤镜功能、位置标签等交互元素的标准化设置,通过技术框架预设了“何为优质内容”的隐形规则<sup>⑦</sup>。这种技术框架不仅规定了“可呈现内容”的物理边界,更通过点赞、评论互动等量化指标,完成了对用户行为模式的符号化规训。研究发现,平台算法对精致日常的偏好,实质上复制了趣味区隔机制,将用户自发的内容生产异化为文化资本积累竞赛。在这种技术规制下,青年群体发展出独特的“数字物料管理”策略。通过预先拍摄修图、建立内容素材库、设置定时发布等操作,用户将碎片化生活转化为可编辑、可调节的数据资产。学者所观察到的“旅游照预存三年才发”的极端案例<sup>⑧</sup>,恰恰说明用户已深谙社交媒体流量密码——只有经过时间沉淀的内容才能消解即时记录的粗糙感,从而更接近算法偏好的

“精致日常”。这种预制行为本质上将自我呈现异化为文化生产:用户如同数字车间里的“内容工人”,按照平台设定的生产周期(如节假日、热点事件)投放预制内容,以维持社交账号的“活性指标”(如点赞率、互动频次)。技术看似赋予了个体表达自由,实则通过界面交互设计完成了对用户行为模式的隐性规训,使预制朋友圈成为数字劳工的常态化实践。

### (二) 自我呈现传播心理动机的相关研究

在传播学与心理学交叉领域,个体通过媒介进行自我呈现的心理动因研究已形成多元理论脉络。戈夫曼的拟剧理论指出自我呈现的动因是为了维护社会关系中的形象资本,而提出“印象管理双成分模型”的Leary和Kowalski则认为自我呈现不仅受到社会目标的驱动,也受到自我一致需求的调节。有研究认为,自我呈现的动因与社会关系网络息息相关,中国社会的“差序格局”在微信朋友圈中演变为复杂的关系拓扑。当同事、亲戚、客户等异质社交圈层在单一平台聚集<sup>⑨</sup>,青年不得不通过预制技术实施“关系防火墙”工程。研究显示,绝大部分的用户会为不同分组定制差异化内容:工作方面的内容只给工作群里的人看,学习的内容只给自己的老师看,帮转发广告的内容只给帮转的人看<sup>⑩</sup>。这种看似精明的分组策略,实则暴露了青年在维护多重社会资本时的身份撕裂——他们必须将完整的自我切割为符合各圈层期待的“人格碎片”,再通过预制内容的精准投放完成社会形象的再生产。更值得警惕的是,这种“计算性友善”<sup>⑪</sup>正在重塑青年的人际认知:当所有社交互动都需经过预制内容的中介,真实的情感连接逐渐被“点赞社交”的符号交换所替代,当点赞量成为关系亲疏的度量衡,情感连接便异化为数据交换的符号游戏。拟剧理论也在此得到验证:用户精心设计的生日祝福预制模板,本质上是超真实的情感仿真,真实的人际温度被数字化社交礼仪所吞噬,人际关系沦为可量化的数据资产<sup>⑫</sup>。朋友圈由此异化为社交资本的“证券交易所”,而预制行为则是青年为规避“情感破产风险”被迫采用的“套现策略”。<sup>⑬</sup>

### (三) 预制朋友圈的相关研究

预制朋友圈作为一种新的社交现象,一些研究认为这与当代中国青年价值体系的嬗变密切相关。在物质丰裕与意义匮乏并存的后现代语境下,青年群体陷入“积极废人”的认知困境:既渴望通过社交媒体建构理想化人设,又对持续性的自我展演产生倦怠<sup>⑭</sup>。同时,也有研究认为预制朋友圈体现了当前人际交往的媒介化和情感的“去人性化”,预制朋友圈中精心设计的内容,虽然可以通过点赞和评论获得即时反馈,但这些机械化的互动方式削弱了真实情感联结。看似热闹的社交互动往往只能带来短暂性满足,却难以替代深度的情感交流与理解<sup>⑮</sup>。预制技术恰为这种矛盾提供了折中方案,集中生产、分散发布的“内容对冲”机制<sup>⑯</sup>既维持了社交账号的活跃表象,又将情感劳动压缩至

可控范围。这种策略看似合理,实则加剧了自我的客体化,用户习惯用第三视角审视自己的生活(如这件事是否值得预制存档),存在体验便从“我在生活”降维至“我在制作生活素材”。“预制人格症候群”正是这种异化的集中体现,当生活体验沦为内容生产的原材料,青年群体便陷入学者批判的文化工业陷阱,在自我异化的表演中无意识地再生产着平台资本主义的逻辑。<sup>⑩</sup>

综上,学界为青年社交展演的研究贡献了学术增量,但未回归和触及青年社交展演的真实诱因和心理因素。本文以青年社交展演现象为切入点,通过半结构化深度访谈开展研究,勾勒青年社交展演的身份群像,进而透视其背后的行为逻辑和心理动机,旨在及时审视并反思青年群体在朋友圈中进行标准化内容呈现的趋势。

### 三、研究设计

本研究采用质性研究方法,聚焦18岁至35岁青年预制朋友圈行为的心理动因与社会文化逻辑。通过滚雪球抽样选取15个包含学生、职场人士、自由职业者等不同职业的典型个案,覆盖差异化人设类型与社交强度,其中9名女性、6名男性,年龄跨度为19岁至31岁(见表1)。数据收集以半结构化深度访谈为主,重点从研究对象的“发圈”经历、心理动机、直接感受等维度建构研究模型。研究采取线上线下相结合的方式,正式访谈之前都进行了预访谈,确保其与本研究探讨的青年社交展演行为相符。在完成访谈资料收集后,笔者采用主题分析法对访谈文本中的核心概念做提炼和归纳。通过访谈,生动呈现出不同青年群体在社交展演中的差异化实践,揭示青年群体在平台技术可供性、社会关系压力与后现代身份焦虑的交互作用机制下预制朋友圈行为的心理动因。

表1 受访者基本信息

编号	性别	年龄(岁)	职业	朋友圈人设	访谈方式
F1	女	21	学生	热爱生活、生活精致	线下
M1	男	19	学生	热爱学习	线下
F2	女	26	互联网运营者	职场精英	线下
M2	男	29	销售经理	多面表演	线下
F3	女	31	自媒体博主	剧本化商业表演	线下
M3	男	27	独立摄影师	反物欲	线下
F4	女	24	学生	真实纯粹	线下
M4	男	22	程序员	佛系应对、清醒局外人	线下
F5	女	28	用户研究员	精致生活	线下
F6	女	21	学生	坚持摆烂	线下
F7	女	22	学生	努力学习	线下
M5	男	27	销售员	认真负责	线上
F8	女	22	学生	真实	线下
M6	男	30	国企员工	低调内敛	线上
F9	女	30	幼儿园教师	热爱生活	线上

## 四、研究发现

微信朋友圈的预制现象,正成为当代青年应对数字化生存困境的典型策略,青年用户通过数字技术构造出经过“虚拟自我”激活的关系网络,营设出“赛博格化”的数字交往沃野,通过预先拍摄、修图、批量存储内容、择机分时段发布等行为,构建出既符合社交期待又降低表演成本的“弹性身份”。这一现象看似是技术赋权下的自由表达,实则折射出青年群体在虚实交叠的社交场域中,如何被技术逻辑与社会结构双重形塑的深层矛盾。本文认为,预制朋友圈的本质是青年在“自我展演效率最大化”与“社交关系风险最小化”之间寻求平衡的适应性方案,其动因需从媒介技术可供性、社会关系互动压力、青年群体文化心理转型三个维度展开分析。

### (一)传播动因:预制行为的场景与策略分化

1. 技术工具驱动的内容生产流程化。在社交媒体深度渗透日常生活的背景下,技术工具的迭代与平台功能的演进成为推动青年群体“预制朋友圈”行为的核心动因。这一过程重构了内容生产的逻辑,通过标准化、模块化的操作模式,将个体表达转化为一种可规划、可复制的传播策略。同时,不同群体依托数字化工具形成差异化预制模式。学生群体注重视觉呈现的精致度,职场人士强调内容排期的计划性,自由职业者则呈现商业化预制特征。如F1提到,去音乐节拍摄200余张照片,通宵修图,模仿ins博主的“露营风”色调,文案修改十余版后选用英文bgm,最终屏蔽父母老师将照片发布。“预制朋友圈”现象折射出数字时代真实性与表演性的边界消融。青年群体通过策划生活片段、筛选高光时刻,将社交媒体作为日常展演的舞台。这种表演性并非全然虚伪,而是数字原住民对社交礼仪的适应性创新。受访者M1提到,为融入班级社交,借单反拍摄虚构的图书馆打卡照,PS美颜修图,并搭配《人民日报》金句文案发布图片,实则当天并未进入图书馆。受访者M2谈到,因工作需要设置了27个分组标签,跨分组场景需精细处理,如团建照片中为客户组P掉酒杯换茶杯、扫码餐桌Logo,文案从“庆祝签单”改为“团队凝聚力建设”。受访者F3在接护肤品广告时,会提前两周铺垫:先发熬夜工作照称皮肤状态差,再发“偶然发现的神器”,最后用数据对比图收尾,所有内容通过企业微信定时发布。受访者M3作为独立摄影师提到,为了维持“反物欲”人设,仅发布黑白或低饱和度图片,文案一般控制在10字内,也偶尔借朋友账号发布新车照。由此可见,虽然受访者预制朋友圈的目的不同,但技术工具在这一过程中扮演着重要角色。一方面,它通过定时发布、模板化创作等功能,将内容生产转化为可规划的“社交工程”,使用户得以突破即时表达的局限,实现个人品牌的策略性建构;另一方面,

点赞数、播放率、评论数据成为可见的指标,用户在追求互动数据的过程中实现自我优化,将社交过程中真实情感表达让渡给技术工具理性的计算。

2. 社交资本压力下的差异化内容投放。研究发现,“预制朋友圈”的出现,本质是数字资本主义下青年生存策略的无奈选择。个体通过免费内容生产为平台创造剩余价值,其预制行为实为情感劳动的异化形式,以此来应对社交资本带来的压力。研究发现,不同群体基于社交圈层压力,会针对性预制内容。一些学生群体提到预制内容要应对同辈竞争,如受访者M1坦言,“不发朋友圈会被班群讨论排除在外”。受访者F1认为,“实习面试时HR会翻朋友圈,不能全是奶茶自拍。”这表现出在校园中,朋友圈已经成为学生融入集体、参与社交互动的重要途径。学生通过发布符合群体氛围的朋友圈内容来获得归属感和认同感,反映出学生在社交互动中的从众心理,以及对社交资本的重视,他们希望通过朋友圈展示自己的价值,赢得同学的关注和喜爱。而职场青年则侧重职业形象维护,受访者F2称,“晋升答辩时领导会认为朋友圈体现行业敏感度”,因此他们会隐藏真实情绪,将感冒吐槽文案改为夜跑打卡。这说明在职场环境下,朋友圈的内容与职业发展紧密相连,为维护良好的职业形象,职场青年往往会压抑自己的真实情感,发布符合职业规范和他人期待的内容。一些受访者也提到,预制呈现的内容需平衡商业与个人形象,受访者F3承认“主号是广告位,真实状态在微博小号”。这反映出自由职业者在商业利益和个人真实形象之间面临的艰难抉择,为了获取商业机会,有时不得不牺牲个人的真实表达,在不同平台展示不同形象,以满足不同的社交和商业需求。

## (二)心理动因:自我呈现的矛盾与情感分裂

1. 理想化人设的构建与表演焦虑。预制朋友圈行为本质上是青年群体在社交媒体场域中重构“自我剧场”的实践。传统的社交媒体自我呈现出现新的变化:用户从即时表演转向“预制剧本”,通过提前策划内容、筛选素材、设计叙事逻辑,将碎片化生活打造成为符合理想化人设的“超自我”。几乎所有受访者都承认预制是为了塑造“更好的自己”,但显著焦虑、过度修饰现象普遍存在。学生群体追求“小众有态度”(如英文文案、特定滤镜),如受访者F6提到,“我喜欢夸张一些的滤镜和个性的照片,也会在照片上贴一些好看的贴纸。”一些职场人士会隐藏负面情绪,如F9和M6受访者都提到,“从不发布吐槽内容,因为只想呈现积极向上的一面。”一些受访者还会打造“爱生活”“正能量”等人设,如F3提到,“我会PS场景,也会做一些虚假的位置定位,一般都是拍照两分钟,修图一小时。”由此体现了这种过度修饰行为的背后,是青年群体对理想自我的追求以及对社会期待的迎合。在社交媒体的环境下,人们倾向于展示自己最好的一面,通过塑造理想化人设来提升自我价值感和社交吸引力。

也有受访者提到数据反馈所带来的压力。受访者F8因半小时无点赞而删改文案,将“live house”改为“小型音乐会”并加狗头表情包,发完动态会反复刷新,担心分组错误或文案太假。受访者F6、F7、M5也承认点赞量会影响后续内容调整。这表明在社交媒体环境下,点赞量、评论数等数据已经成为衡量朋友圈内容是否成功、个人形象是否被认可的重要指标,青年们将数据反馈与自我价值相联系,导致内心产生焦虑情绪,影响心理健康。他们渴望通过精心设计的形象获得社会认同,又因表演的持续性压力陷入焦虑循环。

2. 真实自我的压缩与小号依赖。研究发现,很多受访者通过创建主号和小号实现“人格分饰”,在主号维持完美人设,在小号宣泄真实情绪,形成赛博人格解离。主号作为“表演前台”,仅展示符合社交期待的内容,如职场人士塑造“精致生活”形象,学生营造“积极自律”人设,自由职业者运营“商业IP”。而小号却成为“情绪下水道”,超半数受访者会使用小号宣泄情绪,好友不超过10人。如受访者F2表示,“我的小号像个秘密基地,只有最亲近的人可见,他人在朋友圈中不会了解真实的我,只能看到预制朋友圈虚假的我。”受访者F9也称,“主号不能发抱怨,否则会影响与客户间的合作,小号随便发但没什么互动。”这种“主号和小号”的模式反映出青年在社交媒体上的矛盾心理,他们既希望在公共社交平台上展示良好形象,又需要一个私密空间来释放真实情感,然而这种分裂也可能导致他们在不同身份之间产生认知冲突,难以整合真实的自我。受访者M5表示,“主号上我展现出积极向上、专业干练的形象,在小号上却倾诉工作的压力和疲惫,长此以往,会感到自己仿佛分裂成了两个人,我都不知道哪一个才是真正的自己。”由此发现,当前大部分青年群体长期处于“人设管理员”角色可能导致的自我认知的分裂,甚至催生“数字分身”现象,无法识别和认同真正的自己。

## (三)社交互动机制:分组策略与代际认知差异

1. 分组功能下的精准社交与关系疏离。访谈发现,预制朋友圈同样也伴随分组可见,用户通过标签管理实现“情境性自我呈现”,向不同群体投放定制化内容,这种精准社交看似提高了沟通效率,实则暗含三重疏离:关系层级的固化加剧核心关系与边缘关系的权力结构,长期被划入“工作关联”分组的联系人可能感知到情感排斥;预制朋友圈让传受双方感知到“所有人都是人设”的信任消解;分组成为维系多重身份的核心工具,但加剧情感连接的符号化。如M2谈到,“我设置27个分组标签,给客户看的全是打高尔夫、读经典著作的精英人设;给下属发的必须带狼性关键词;家人组只发孝亲鸡汤和景区合影。”这种根据不同分组展示不同形象的行为,虽然有助于实现社交目标,但却缺乏真诚的情感交流,社交关系更多地建立在利益和形象塑造的基础上,导致情感连接逐渐变得薄弱。

预制朋友圈所体现的社交关系疏离还表现在互动的工具化,如F3提到,“生日祝福用预制模板定时发布,团建照片会根据分组修改细节。”点赞成为“维持存在感”的常规操作,受访者M4提到,自己开发自动点赞插件,“既不留言又不被遗忘”。这种工具化的互动方式严重削弱了社交的真诚性,而深度真实情感经历被异化为可展示的“社交货币”,人们在这种社交模式下,难以建立真正深厚的情感联系,使得朋友圈的社交功能逐渐异化。

2. 代际对“真实社交”的理解冲突。研究发现,代际冲突在预制朋友圈中具象化为对“真实”的差异化定义。长辈群体将“真实”锚定于具身经验的时间连续性,而青年群体遵循打造人设的实践逻辑,将朋友圈视为职场竞争、人脉维护的延伸场域,长辈与青年在预制行为上存在显著认知分歧。受访者F5谈到,“我妈觉得我每次拍的西餐照盘子都一样,应该是同一顿拍几十张分开发的。”受访者普遍认为预制是社交策略,如F7称“父母的圈子很单一,他们完全不能理解‘不同圈子需求不同,不分组容易得罪人’”。青年精心策划的“连续刷屏朋友圈”,在长辈眼中成为“虚假人生”的证明。这种代际差异反映出不同时代背景下人们对社交的不同理解。长辈成长于相对传统、真实的社交环境,更注重社交的真实性和情感的自然流露;而青年生活在数字化社交时代,面临复杂的社交关系和各种社交压力,将预制朋友圈视为一种必要的社交策略,以适应多元的社交需求。由此可见,这种冲突本质是数字时代亲缘关系的结构性矛盾。技术中介不仅没有拉近代际距离,反而成为情感流动的过滤器。

## 五、研究讨论

### (一)数字技术重构自我呈现范式

研究发现,预制朋友圈的标准化生产流程与工具化实践,揭示了数字技术对青年群体自我呈现范式的根本性重构。戈夫曼的拟剧理论在社交媒体时代被赋予了新的技术内涵,平台通过界面设计、算法规则与功能迭代,将原本属于社会表演范畴的自我呈现异化为工业化生产流程。九宫格图片格式、滤镜系统、定位标签等技术框架不仅构成表演的物理边界,更通过点赞、评论互动等量化指标建立审美规训体系。如学生群体对ins风色调的执着模仿、职场人士的VI色系滤镜标准化使用,实质上是对平台算法隐性规则的适应性反应。这种技术可供性的深层影响在于,它使青年群体无意识地内化了平台的审美霸权,将生活体验降维为可编辑的符号模块,印证了数字劳动理论的核心观点——用户正成为平台资本主义体系中的无偿内容生产者。

平台技术对时间维度的操控尤为值得关注,“一个月可见、三天可见、半年可见”,这些都揭示了时间机制在数字表演中的关键作用。当用户深谙时间沉淀对内

容价值的加持逻辑,就可能将旅游打卡异化为素材采集任务,生活体验便沦为数字劳动理论中的生产资料<sup>⑧</sup>,个体在无意识中成为平台生态系统的内容工人,传统记忆的线性叙事被解构为可任意编排的数据“罐头”。这种时间异化现象呼应了加速社会理论,青年为应对平台的时间规训,不得不采取“集中生产、分散发布”的策略,将情感劳动压缩为可管理的生产周期。更值得警惕的是,技术框架正在重塑主体的认知方式:当用户习惯用预制思维规划生活,现实经历便预先被编码为“可展示事件”,这种认知异化验证了技术不仅改变行为模式,更重构人类的存在方式。这种技术驯化机制最终导致青年群体成为平台生态系统的适应性物种。自动点赞插件的出现、用户批量删除旧动态的“数字洁癖”,本质上是技术异化下的生存策略,预制朋友圈成为一种数字时代的新型劳动异化形式。

### (二)差序格局数字化中的弹性身份建构

研究发现,所有受访者都有复杂的社交分组策略,映射出费孝通“差序格局”在数字空间的演化悖论。微信朋友圈的强关系属性,迫使青年在单一平台上同时面对家人、同事、客户等异质性社交圈层,这种关系拓扑的复杂性催生了弹性身份建构的生存智慧。布尔迪厄的场域理论在此得到验证,青年通过差异化内容投放,在不同社交场域积累特定形态的文化资本。这种“友善”策略虽维系了表面和谐,却导致主体性的碎片化危机——当个体需要为每个分组定制适配版人格“面具”,真实自我便被切割为符合各圈层期待的符号碎片。

同时,社交资本的数字化博弈呈现显著的阶层分化特征,中产阶层青年通过“文化资本”展示实现趣味区隔,新市民群体通过广告位摆拍等方式进行经济资本的显性表达,这种差异实质是现实社会结构在数字空间的再生产。通过观察发现,当前社交互动已异化为符号交换游戏,如预制生日祝福模板的情感仿真、点赞量作为关系亲疏的硬通货,真实的人际温度被超真实的数字礼仪吞噬,朋友圈沦为社交资本的证券交易所<sup>⑨</sup>。研究发现,有一半的受访者因点赞量调整内容,更暴露了量化指标对社交情感连接的殖民化。

此外,弹性身份建构中的代际冲突凸显了传统伦理与现代性的价值断裂,长辈将朋友圈视为家庭记忆载体,青年则将其异化为社会竞争工具,这种认知鸿沟实质是乡土社会“熟人伦理”向数字时代“表演伦理”转型的缩影。当真实概念被重新定义,传统基于共在经验的信任机制遭遇瓦解,人际关系陷入“抽象系统”依赖,个体不再信任具体的人,转而相信经过算法验证的符号系统<sup>⑩</sup>。

### (三)自我异化的现代性困境

预制朋友圈现象最终指向深刻的现代性困境,在平台资本主义与文化工业的共谋下,青年群体正经历着存在体验的双重异化。首先,自我客体化进程加速

了生活世界的拟态化,当个体习惯用“此事是否值得预制存档”第三人称视角审视生活,便陷入“系统统治生活世界”的困境。在新型的社交媒体中,工具理性侵蚀了交往理性,生活体验沦为可量化的生产资料。这种异化在“预制人格症候群”中达到顶峰,青年在反复编排人生剧本的过程中,逐渐丧失对真实体验的感知力,青年群体看似自由的自我表达,实则是标准化文化产品的无意识再生产。与此同时,弹性身份策略暴露了个体化社会的生存悖论,青年试图通过“主号和小号”的情感分流缓解表演焦虑,这种自我割裂也加剧了主体性分裂。当真实情绪被压缩至私密空间,公共领域的交往便彻底沦为符号游戏。在预制时间维度层面,用户为维护“历史人设”持续回删旧动态,陷入“延异”概念的时间困境,现在时态永远在为过去的数字痕迹买单,未来则被预制策略预先编码。最后,抵抗策略的失效揭示了平台资本主义的结构性压迫。研究发现,即便清醒认识到表演文化的荒诞性,多数青年仍深陷符号生产竞赛。例如,“反物欲”“极简主义”“随意感”等人设维护,这些看似解构性的抵抗,实质是在平台规则缝隙中寻求的有限解脱。尽管预制化内容似乎在时间效率层面带来显著提升,也为打造人设提供了更为便利的工具,但这种代价消解了生活本真性,事件与情感的发生不再遵循内在逻辑,而是被改造为可剪辑的“社交展演素材”,模糊了人们对生活的真实感受。

## 六、结论与反思

预制朋友圈现象是数字技术、社会结构与文化心理共同作用的产物。青年群体预制朋友圈现象是数字技术规训与社会关系压力共同作用下的适应性策略,其本质是弹性身份建构的双向过程。在传播心理层面,青年通过精心策划的“延迟发布”与素材预存,既规避社交风险,又追逐算法赋能的理想化人设,形成“发布-监控-数据焦虑”的闭环机制;在行为互动层面,精密的分组策略将真实人格切割为圈层适配的符号碎片,导致情感连接沦为点赞量主导的拟像游戏。研究揭示,平台资本主义通过界面规则与时间机制驯化用户,使青年在技术赋权幻觉中无意识再生产文化工业逻辑,最终陷入“越表演越焦虑”的现代性困境。本研究突破传统拟剧理论的解释边界,在已有研究的基础上,进一步揭示了平台技术可供性对自我呈现的深层规训机制,更加深入分析了青年群体预制朋友圈现象

的传播心理与个体行为互动,但本研究的分析结果仅是通过质性分析方法获得,未经过实证检验,后续可对这一结果进行实证分析进一步检验。同时,未来还可对不同媒体平台青年群体所展现的不同呈现策略进行更为细致的分析。■

### 参考文献:

- ①[美]欧文·戈夫曼著,冯钢译:《日常生活中的自我呈现》,北京大学出版社2008年版。
- ②⑦彭兰:《美图中的幻像与自我》,《现代传播—中国传媒大学学报》2018年第12期。
- ③[法]居伊·德波著,王昭风译:《景观社会》,南京大学出版社2007年版。
- ④仰海峰:《超真实、拟真与内爆——后期鲍德里亚思想中的三个重要概念》,《江苏社会科学》2011年第4期。
- ⑤⑭薛静、洪杰文:《负重下的隐退性“自救”:基于扎根理论的青年用户社交媒体倦怠行为分析》,《新闻与写作》2022年第8期。
- ⑥陈浩、赖凯声、董颖红等:《社交网络(SNS)中的自我呈现及其影响因素》,《心理学探新》2013年第6期。
- ⑧贝雅夫:《预制朋友圈:确有可争还是议程失焦?》,《光彩》2024年第11期。
- ⑨蒋建国:《微信朋友圈泛化:交往疲劳与情感疏离》,《现代传播—中国传媒大学学报》2016年第8期。
- ⑩汪雅倩、王学琛:《从社交平台到表演舞台:微信分组设置对熟人关系的回归》,《新闻知识》2017年第10期。
- ⑪聂磊、傅翠晓、程丹:《微信朋友圈:社会网络视角下的虚拟社区》,《新闻记者》2013年第5期。
- ⑫胡仙、吴江、刘凯宇等:《点赞社交互动行为影响因素研究——基于微信朋友圈情境》,《情报科学》2020年第1期。
- ⑬李笑燃:《大学生主动性社交网站使用与友谊质量的关系:线上积极反馈和社交自我效能感的中介作用》,《中国临床心理学杂志》2024年第2期。
- ⑮郗田玉、裴梧:《“预制朋友圈”的需求透视、矛盾表征与引导策略》,《北京青年研究》2025年第2期。
- ⑯段永杰:《编排美好与感知真实:社交平台中“预制朋友圈”的符号重构、仪式操演与数字交往异化》,《现代传播—中国传媒大学学报》2025年第2期。
- ⑰洪杰文、段梦蓉:《朋友圈泛化下的社交媒体倦怠和网络社交自我》,《现代传播—中国传媒大学学报》2020年第2期。
- ⑱燕连福、谢芳芳:《福克斯数字劳动概念探析》,《马克思主义与现实》2017年第2期。
- ⑲陈力丹、陆亨:《鲍德里亚的后现代传媒观及其对当代中国传媒的启示——纪念鲍德里亚》,《新闻与传播研究》2007年第3期。
- ⑳董才生:《论吉登斯的信任理论》,《学习与探索》2010年第5期。