

为什么现在越来越多的人不爱发朋友圈了？

我先来说说朋友圈的「潜规则」：

这年头还有不给微信好友分组的年轻人吗？

自从微信增加分组功能，发朋友圈步骤就多了一条——检视待发内容是否不适宜某一利益相关群体阅读。

比如，秀恩爱的朋友圈不能让爸妈看见，发旅游观光九宫格之前最好先屏蔽领导和老师，吐槽同事的内容必然得先选择让那位同事「不可见」……

什么时候开始，发朋友圈这事儿已经变得这么复杂了？

显然，复杂的操作体现了我们对朋友圈的重视程度。随着微信好友数量渐多、覆盖面渐广，列表里的好友即代表了我们的人际交往圈子，朋友圈则成为他人了解我们的「门面」，须得悉心经营。

作为一款虚拟社交工具，微信朋友圈究竟为我们的人际交往带来了什么？我们又能从中发现哪些讯息？

01 关系即「资产」

「微信好友数超过 1000 的人，大部分都是微商。」

这个说法或许有些夸张，但反过来看，至少对微商而言，微信好友数量的确是一个硬性指标。

高好友数意味着更高的朋友圈内容曝光度，以及更大的「顾客」群体。时至今日，微信好友数量甚至可以简单粗暴地「变现」。

[大量出售微信号,微信老号自带1000好友-5000好友的微信号](#)

2019年2月6日 - 任务大厅 > 任务 > 大量出售微信号,微信老号自带1000好友-5000好友的微信号 大量...诚信微商秉承“质量、诚信为本、服务周到、价格合理”的经营理念...
[www.5iads.cn/html/task...](#) - 百度快照

[出售5000好友的个人微信号! 微信号个人买卖群](#)

2015年6月30日 - 出售5000好友的个人微信号! 微信号个人买卖群,账号买卖,账号交易,账号出售,账号,1-5000,微信公众号
[www.cnzz.cn/zhmm/91321...](#) - 百度快照

[大量出售微信号,微信老号自带1000好友-5000好友的微信粉丝号](#)

胡同口 > 购物 > 败家MM集中营 > 大量出售微信号,微信老号自带1000好友-5000好友的微信粉丝号 大量出售微信号,微信老号自带1000好友-5000好友的微信粉丝号 ...
[www.xici.net/d2495970....](#) - 百度快照

百度搜索中的微信号出售广告（注：此操作违法，请勿模仿）

清华大学新闻传播学院的沈阳教授有一套互联网社交「连接论」。他认为，社会的本质是人的连接，而互联网能够打通人际界限，使我们得以在更大范围内联系更多元的群体，获得建立更广泛的社会连接的可能。这是其值得称道的一面。

但在另一方面，过于便捷的社交渠道和复杂的人际关系也为我们带来了「连接过载」的问题，由此而产生的交际性压力和负面外部效应，可能催生一定的社交疏离感。这也就是为什么越来越多人「不愿发朋友圈了」。

此外，我们在日常生活中真正接触到的人是有限的。即便加上成百上千个好友，绝大部分是出于工作需求而添加，多得是仅有几面之缘或从未谋面的「陌生人」。

基于此，通过微信建立的关系，更多是一种「弱连接」。对于普通人来说，这样的「弱连接」关系能够带来的社交获得感和作用力仍值得商榷。

02「人类的本质是没有感情的转发机器」

与九宫格爱好者相对应的，是沉迷转发、不愿输出的「播报员式」好友。一翻朋友圈，基本都是各种各样的转发链接。

比如天天在线阅读外语原文的学霸，热衷于传播动听单曲的音乐爱好者，以及孜孜不倦分享养生资讯的家里长辈——简单的转发行为背后，实际上映衬着我们的自我认知。

根据米德的「主我与客我」理论，自我可以分成作为意愿与行为主体的「主我」以及作为他人社会评价和社会期待的「客我」。用通俗的话讲，「主我」即真实的自己，「客我」则是自己评价中或他人评价中的自己。

在我们发朋友圈时，起到内容「把关」作用的就是「客我」。微信的实名性以及熟人圈子，决定了人们在朋友圈中要受到比微博更强的约束力。为了降低说话的风险、减少他人的负面评价，很多人会倾向于挑选人畜无害的内容发朋友圈。

因此，单纯的转发消息而非自己创造内容，就成了在朋友圈里塑造「自我」的「安全牌」——既不显著表达观点和立场，又

能够从侧面体现自己的审美趣味和价值取向。

03 朋友圈点赞，暗藏着「潜规则」

我们为什么会发朋友圈？又为什么喜欢看朋友圈？

发朋友圈之后，总忍不住查看有没有人给自己点赞？

符号互动论的三个前提可以帮助我们回答这些问题：

①人类的行为是建立在他们给事物赋予的意义的基礎上；

②这些意义是在人与人的互动中形成的；

③这些意义会被用来解释面对的事物。

米德认为，姿态是表达自我的媒介，有意义的姿态作为一种符号，是人们进行自我身份塑造的一部分。在微信里，我们通过发朋友圈来分享生活，通过设置头像、签名来塑造和强化身份，通过点赞来体现态度。这些都是用以表达「自我」的姿态。

但如前所述，朋友圈里的「自我」糅合着他人眼中的「客我」，点赞这一行为包裹着复杂的社交含义，完全不只是动动手指那么简单。

打个比方，一个项目组里包括你在内有 5 个人，A 发布了一条庆祝项目成功的朋友圈，除你在内的剩下 3 个人都点了赞，此时，你能不点赞吗？

在《黑镜》第三季第一集「急转直下」里，描绘了类「朋友圈」应用的一种未来发展前景。

女主角 Lacie 生活在一个构建在评分系统之上的社会，评分系统则植根于手机应用，人人都可以通过手机和他人相互评分。

Lacie 的分数是 4.2，不算优秀，但至少居于良好水平。为了获得更高的评分，她始终挂着事先排练好的标准笑容，并定期通过「朋友圈」维持乐观生活的积极形象。收到他人的五星评价，是最令她期待的事。

Lacie 试图住进 4.5 分以上人群才可进入的高级公寓，但却被弟弟吐槽：「那是假笑牢房。」

该集最后，Lacie 获取高分的尝试以失败告终。情况甚至更糟：低分就像滚雪球，只会一低再低，几无「逆袭」可能。

在这样的世界里，人们的社交都带着目的性。给别人好评的原因是希望收获同样的好评，而如果你给了我 4 星甚至 3 星——抱歉，你绝对不会收获我的 5 星。

04 朋友圈里，装着我的「未来自我」

都说相亲市场上隐藏着「骗局」：介绍人说男方身高 1 米 8，很有可能是净高 1 米 74；相亲网站上对方填写的年收入，往往高于实际收入.....

为了吸引异性，相亲者不会直接展现一个真实自我；另一方面，他们为了找到终身伴侣，又不希望单纯地展示理想自我，

所以，他们往往会展示一个可以实现的未来自我。

这样的逻辑有点像在发朋友圈时的我们。对于大部分人来说，只会将自己的生活「去芜存菁」，筛选最闪光的部分在朋友圈和别人分享。即便是吐槽的内容，也会选择分组，留给更亲密和不设防的人。

总而言之，于朋友圈里，我们仍希望在大部分人眼中塑造一个比现在更美好的「未来自我」。

牛津大学研究者 Bernie Hogan 认为，人们的自我呈现已经从一种现实生活中的表演行为，变成了社交媒体的「展览」行为。你所发的动态、贴的照片、点的赞、写下的评论，都作为你个人的印记而留在社交平台上，等待访客们的光临。如此一来，我们也就从生活中的演员，变成了社交媒体上的布展人。

这不由使人想起电影《楚门的世界》。

1998 年，楚门被动地成为「演出者」，供他人观赏自己的生活；

2019 年，我们正在逐渐成为新的「楚门」——在以朋友圈为代表的虚拟社交平台上，进行自我规划的「展览」，并欣赏着他人的「演出」。

楚门所在的世界是一个谎言，但他是真的。而我们使用着「客观」的媒介工具，却在其上扮演着另一个并非完全真实的「自己」。

电影里，楚门最后选择离开摄影棚，离开虚伪的「桃花源」，
离开那个他生活了 30 多年的地方；

而我们呢？我们不需要挣脱一个显而易见的外部枷锁，只需要
问一问自己的内心：在朋友圈内外，能够守住那个真实的自我
吗？

浏览器扩展 Circle 阅读模式排版，版权归 www.zhihu.com 所有