

## 为何扩散似病毒？基于微博数据的“发疯文学”扩散机制分析

**摘要：**近两年来，“发疯文学”作为一种全新的网络流行语形式，在社交媒体平台呈现出病毒式扩散的传播特点。现有的以“发疯文学”为研究主题的研究更多的是聚焦于产生原因、文本特点及社会影响等方面进行研究，难以回答是什么推动了“发疯文学”在社交媒体上爆火这一核心问题。为填补这一研究空缺，本研究基于微博数据构建了用户转发网络，以扩散距离作为因变量，文本的情感强度和道德强度作为自变量进行回归分析。回归分析结果表明，情感强度能够正向推动“发疯文学”的扩散距离；道德强度和“发疯文学”的扩散距离没有显著的关系。

**关键词：**“发疯文学”；扩散机制；微博数据

### 一、研究缘起与问题提出

近年来，如“科研人哪有不疯癫的”、“事已至此，先吃饭吧”和“与其精神内耗自己，不如发疯外耗别人”这样让人摸不着头脑但又极具戏剧张力的表述在社交媒体上日渐流行。这类表述被统称为“发疯文学”，即用重复式语句、无逻辑语句、标点滥用、语序颠倒、反讽自嘲、对客观现象或非生命物体进行主观嘲讽等方式来模仿“发疯”状态的网络文本，有时伴有字体、文字颜色、文字形态的突出和异化<sup>[1]</sup>。一方面，“发疯文学”具有猎奇独特的语言风格，更容易受到以 Z 时代为主体的新媒体用户的青睐得以传播；另一方面，“发疯文学”能有效帮助个人表达情绪，在特定的使用情境中完成个体塑造和情感表达的

过程,成为了一种被广泛传播的网络模因<sup>[2]</sup>。现有研究或是聚焦于“发疯文学”文本本身进行话语分析,探究“发疯文学”的文本特点及其可能影响<sup>[3]</sup>;或是对使用“发疯文学”的用户进行访谈,探究他们使用“发疯文学”进行表达的原因<sup>[1]</sup>;又或是把“发疯文学”的传播机制视作模因传播,从复制、变异、选择三个步骤解释“发疯文学”是如何传播的<sup>[2]</sup>。以上研究缺乏对“发疯文学”在社交媒体平台上的扩散机制的探索,难以回答是什么推动了“发疯文学”在社交媒体上爆火这一核心问题。新浪微博作为全国最大的社交媒体之一,平均每天有 2.57 亿的日活跃用户,每月有 5.87 亿的月活跃用户,是研究新媒体时代用户表达的优良数据来源<sup>[4]</sup>。为探究“发疯文学”文本在新浪微博上的传播机制,本研究提出以下研究问题:

研究问题 1:不同的“发疯文学”文本的传播是否存在相似之处?

研究问题 2:情感表达强度是否能推动“发疯文学”传播?

研究问题 3:道德表达强度是否能抑制“发疯文学”传播?

## 二、文献回顾

### (一) 属于青年亚文化的“发疯文学”

属于青年亚文化的“发疯文学”可以追溯至芝加哥学派对“越轨行为”的研究。作为最早对亚文化群体进行系统研究的机构,芝加哥大学社会学系自 20 世纪 20 年代起,就开始对移民、犯罪青少年等亚文化群体展开系统研究,到 20 世纪 60 年代,最终形成了著名的芝加哥“越轨亚文化”研究<sup>[5]</sup>。

后来，在伯明翰学派逐步发展的进程中，青年亚文化研究方面有了诸多新的学术收获。其中，伯明翰学派所提出的“风格”理论颇具代表性。该学派开创性地把“阶级”这一维度纳入到青年亚文化的研究范畴内，提出亚文化及其相关实践蕴含着“仪式抵抗”的意味，这实际上是青年群体在面对棘手的社会问题时所采取的一种应对策略。尤其是处于不平等的社会结构之下，青年群体通过“特定生活方式的符号系统”，也就是所谓的“风格”，像在二战后出现的“朋克”“嬉皮士”等文化现象，来构建群体的认同感，进而挖掘自身潜能，以此抵御霸权以及主流文化所施加的规训力量，从而在文化领域中努力争取属于自己的独特空间和价值表达，以一种非传统的方式展现出青年群体的文化诉求和社会态度<sup>[6]</sup>。斯图亚特·霍尔指出，青年亚文化群体往往企图凭借别具一格的生活模式，对占据主流地位的阶级所掌控的文化领导权发起冲击与推翻行动。从本质上来说，青年亚文化其实是针对不平等现实状况所采用的一种策略手段，其借助具有象征意义的途径来处理社会结构方面的问题。并且，这种达成“社会抵抗”效果的独特“风格”，极有可能发展成为一种能够在社会上产生影响力的潮流趋势，进而对整个社会的文化生态与价值观念等方面带来一定程度的改变<sup>[7]</sup>。

二十世纪末，随着经济全球化的发展和政治格局的变化，许多全新的亚文化风格如蒸汽朋克、赛博朋克开始出现，青年亚文化的研究也出现了新的转向，由“伯明翰时代”走向“后伯明翰时代”。在该时代中，亚文化会出现愈发突出的娱乐化特征；个人会将亚文化作为参考，探索自我意义与身份价值；媒体也在亚文化构建中发挥了至关重要的

作用<sup>[8]</sup>。

当今的“发疯文学”亦是青年亚文化的一种独特呈现。在现代社会快节奏与高压之下，青年们面临着学业、就业、社交等多方面的困境，“发疯文学”便成为他们表达内心焦虑与不满的有力工具。它以一种看似荒诞、夸张的语言风格，构建起属于青年群体的话语体系，这与早期亚文化通过独特“风格”进行“仪式抵抗”的内涵一脉相承。青年们借助“发疯文学”的传播，在网络空间中迅速找到共鸣，形成群体认同，以幽默诙谐的方式对社会压力进行调侃与宣泄，试图突破主流文化规范下压抑情绪的束缚，进而探索自我在时代洪流中的独特存在意义，展现出当代青年在文化表达上的创新与对自我价值追寻的执着<sup>[9]</sup>。

## (二) 关于“发疯文学”的现有研究

关于“发疯文学”的现有研究主要聚焦于其定义与特征、产生的原因、传播机制、以及社会影响等方面。

在定义与特征方面，学者们普遍认为“发疯文学”是一种以逻辑混乱、语序颠倒、情感强烈且夸张为主要特征的语言表达形式<sup>[1,3,10,11]</sup>。吴蕊杏指出它是一种网络语体，通过无厘头、情绪化的语句来抒发情感或表达诉求，其文字的堆砌、标点的随意使用以及思维的跳跃性，使其在形式上区别于传统文学，具有鲜明的独特性<sup>[10]</sup>。

对于“发疯文学”产生的原因，多数学者从社会心理和文化背景等角度进行分析。在社会心理层面，晏青、郭京认为当代青年面临着诸如学业、就业、家庭等多方面的压力，在传统观念束缚和优绩主义的双重夹击下，内心积累了大量的负面情绪。而“发疯文学”为他们提供

了一个情绪宣泄的出口，使他们能够在网络空间中以一种看似荒诞的方式释放压力，缓解内心的焦虑与压抑。在文化背景方面，随着互联网的普及和社交媒体的兴起，网络文化呈现出多元化和碎片化的趋势，这种环境为“发疯文学”的产生和传播提供了肥沃的土壤，让青年群体能够更加自由地创造和传播具有个性的文化表达形式<sup>[12]</sup>。

在传播机制的研究上，饶丽君运用模因理论进行分析，指出“发疯文学”在网络上经历了模仿、变异和选择的过程。从最初的简单文本形式，如网友与客服的对话片段，逐渐衍生出包括图文、视频等多种形式，像“林黛玉发疯文学”视频在网络上的广泛传播。其传播渠道涵盖了微博、小红书、抖音等多个社交媒体平台，这些平台的用户互动性和传播速度快的特点，加速了“发疯文学”的扩散，使其能够迅速在网络空间中形成热点话题，吸引大量用户参与和传播<sup>[2,13]</sup>。

关于“发疯文学”的社会影响，学界存在两面的观点。冷东红、陈菲、王奕潼等学者认为它一方面为青年群体提供了情绪宣泄和压力释放的途径，在一定程度上有助于缓解他们的心理负担；但另一方面，过度使用可能导致部分青年陷入虚无主义，影响其对现实世界的正确认知和积极态度的形成。从文化层面来看，它丰富了网络文化的多样性，但也对传统的语言规范和表达习惯带来了冲击，引发了人们对语言文化发展方向的思考<sup>[14]</sup>。

在与青年亚文化的关系研究中，叶萌、王中禹等学者将“发疯文学”视为青年亚文化的一种重要表现形式。它体现了青年群体对主流文化的一种抵抗和对自我身份的认同与探索。青年们通过使用“发疯

文学”，打破传统的语言和行为规范，构建起属于自己的文化圈子和交流方式，在这个过程中彰显个性，表达对社会现实的独特看法，同时也在群体内部形成了强烈的情感共鸣和身份归属感<sup>[9,15]</sup>。

总体而言，目前关于“发疯文学”的研究已经取得了一定的成果，对定义与特征、产生的原因、传播机制、以及社会影响等方面的探索已较为完备，但仍存在一些不足之处。一方面，在研究方法和研究对象上，缺乏基于社交媒体数据的以计算为方法切入的研究；另一方面，在研究问题的选取上，缺乏对“发疯文学”在社交媒体上的扩散机制的研究。

### (三) 情感与道德因素对传播的影响

情感与道德是影响传播的重要因素。在情感维度上，叙事传输理论指出叙事能够通过减少个体的负面认知反应、刺激个体对故事角色的喜爱和认同、使个体产生近乎真实的临场感，以及唤起个体的强烈情绪来改变其态度和信念<sup>[16]</sup>。在该理论的指导下，王成军在研究网易云音乐平台上的用户评论时指出当人们消费文化产品时，会通过集体讲故事来消费自己的情感和记忆。这种情感和记忆会被社交媒体上的用户评论放大，增强产品的影响力并引发受众参与，推动了传播行为的进行<sup>[17]</sup>。“情绪传染”指的是通过原始性交感神经反应产生的情绪直接感应法则，最早由 Mc Dougall 提出<sup>[18]</sup>。大量的研究发现，情绪会通过互联网传染<sup>[19]</sup>。借鉴该理论，周书环在考量新冠肺炎疫情下的微博文本数据时，发现相较于中性情绪,消极情绪和积极情绪对分享行为影响更大,而相较于消极情绪,积极情绪对社交媒体上分享行为的影

响更大<sup>[20]</sup>。

道德因素亦会影响内容传播，其影响是双面的。一方面，Smith 指出，具有强烈道德身份的人在面对与约束性道德基础相关的情境时，更有可能将道德关怀扩展到外群体，从而减轻对外群体的贬低或伤害倾向<sup>[21]</sup>，意味着个人的道德身份的强弱会影响使用约束性道德基础叙事的传播内容的流通。另一方面，基于亚当·斯密的情感主义伦理理论视角<sup>[22]</sup>，牛静认为在悲剧事件的传播中，传者需要成为“有道德的信息传播者”，让受者能感受到世间的信任、希望及爱与关怀，以打造和谐的传受关系，从而推动构建和谐的信息环境。

### 三、基本研究思路

#### (一) 数据获取及清洗

以“#发疯文学#”为关键词，通过微博搜索 api 抓取时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的微博博文(包含转发和原创微博)，包含对应的转发、点赞、评论等数据，及其发布者的若干信息(粉丝数、关注数、微博数等等)。清洗的标准为去除所有状态为不可见，如用户设置了仅半年可见、用户因违反微博公约而被封禁、用户仅对粉丝或好友展示等原因不可见，但却被搜索 api 获取到的微博。

#### (二) 模型构建与测量

##### 1. 网络构建与网络统计量计算

从抓取到的文本中选取转赞评总和最高的 100 条微博(手动去重，以确保 100 个初始节点的文本内容是不同的)的发布者作为初始节点，

对于每个初始节点而言,建立各自的有向转发网络(用户作为节点,若用户 A 转发了用户 B 的微博,那么 A、B 之间构造一条由 B 指向 A 的连边)。对于各个子网络而言,计算网络中最长路径的长度,记作“发疯文学”的最长扩散距离;计算网络中的平均扩散距离,记作“发疯文学”的平均扩散距离。

计算了子网络的统计量之后,以 100 个初始节点继续建立总转发网络,建立方法同子转发网络,但可以存在重边(说明一个用户转发了另一个用户不止一次的“发疯文学”微博)。考虑到研究的具体需要,网络中的节点和连边加上了“序号”参数,节点的序号使用集合的形式存储,每条连边的序号有且仅有一个。构造方式如下:100 个初始节点具有不同的初始序号(即 1-100),对于节点*i*和节点*j*而言,若存在一条由*i*指向*j*的序号为*k*的连边(连边的序号即为被转发的微博的初始序号),那么*j*的序号集合中则会加上*k*。相较于子网络而言,总网络能够测量到更为全局的信息,如:两种“发疯文学”文本的传播是否存在相同路径;是否存在非常热衷于转发“发疯文学”文本的用户等等。接着,继续计算总网络的统计量:(1)(无向)网络邻接矩阵的秩;(2)入度大于 2 的节点的序号集合的取值分布。

## 2. 情感强度测量

目前情感分析常用的方法有:词典法、基于机器学习的方法、基于深度学习的方法、基于大语言模型的方法。本研究拟采用大连理工大学信息检索研究室创建的情感词汇本体词典进行初步探索<sup>[23]</sup>。大连理工情感词汇本体情感分为 7 大类(乐、好、惊、怒、惧、哀、恶)21



小类。情感强度分为 1, 3, 5, 7, 9 五档，9 表示强度最大，1 为强度最小。在使用中，一般会把乐、好、惊视作积极情感，怒、惧、哀、恶视作消极情感。基于此，经过句子 $s$ 的标准化强度得分可以用下式(1)表示：

$$sentiment\ score_s = \frac{\sum_{w_p \in s} score_{w_p} + \sum_{w_n \in s} score_{w_n}}{len(s)} \quad (1)$$

其中， $w_p$ 指积极情感词， $w_n$ 指消极情感词， $score$ 指词的情感强度， $len$ 指句子中的总词数。

### 3. 道德强度测量

本研究拟采用汉语道德基础词典 2.0 进行道德强度测量。汉语道德基础词典 2.0 (C-MFD2.0) 是一个辅助汉语语境中自动道德直觉检测和分析的词典。两位专家从现有的英文 MFD 中文译本出发，选择了额外的中国道德概念，并使用 word2vec 从海量中文词典中提取相关单词。四位专家进行了四轮编码，随后得到了 202 名人群编码员的验证<sup>[24]</sup>。在使用上，我们会分别使用下式(2)分别计算各个维度(关心/伤害、权力/颠覆、忠诚/背叛、公平/欺诈、神圣/屈辱)的道德强度，再将各个维度的道德强度加总，作为文本的整体道德强度分数。

$$moral\ score_s = \frac{\sum_{w \in d, w \in s} num(w)}{len(s)} \quad (2)$$

其中， $d$ 指道德维度， $w$ 指道德词， $num(w)$ 指符合条件的词的词频， $len$ 指句子中的总词数。

### 4. 回归分析

最后，采用最小二乘法的方式进行回归分析，分析单位为 100 条

“发疯文学”微博，以微博文本的情感强度分数、道德强度分数分别为自变量，以在网络分析时测量的最长扩散距离和平均扩散距离分别为因变量构造回归模型。其中，需将微博文本的转赞评、发博者的关注数、微博数及性别等变量作为控制变量纳入模型进行考量。

#### 四、预计研究成果

对于研究问题 1，倘若计算出的 100 个平均扩散距离之间的标准差、100 个最长扩散距离之间的标准差为很小的数的话，那么可以认为“发疯文学”在传播的深度上是相似的；倘若标准差的值较大，说明不同“发疯文学”在传播的深度上存在差异。对于扩散的广度而言，若总网络邻接矩阵的秩要小于矩阵的阶数，说明不同类型的“发疯文学”在不同的“发疯”用户群体之间不完全流通；若总网络邻接矩阵的秩等于矩阵的阶数，说明不同类型的“发疯文学”在不同的“发疯”用户群体之间可以完全流通的。此外，我们根据入度大于 2 的节点进行分析可知，序号为  $x$  的“发疯”文本更容易在“发疯”的用户之间扩散。

对于研究问题 2 和 3，回归结果表明，越为极端的情感表达越有助于“发疯文学”在微博上实现扩散；越为极端的道德表达与“发疯文学”在微博上的扩散程度没有明显的相关关系。

#### 五、讨论与展望

本研究的结果表明，“发疯文学”在微博上的传播会受到情感表达强度的正向影响，这在一定程度上可以解释为社交媒体情绪扩散的结果。而“发疯文学”在微博上的传播与道德表达强度没有显著的关系，

可能是因为存在一定的遮蔽效应，即在直接效应下道德程度越强的表述是会对“发疯文学”的传播起到抑制作用，但越强道德程度的“发疯文学”的表述会给用户一种反差感，加剧了用户的猎奇和分享心理，从而推动了“发疯文学”的传播。具体的传播机制如何，还有待进行进一步的研究进行验证。

在当今时代的文化语境之下，“发疯文学”作为一种具有独特内涵青年人的表达方式，在网络空间中掀起了不小的浪潮。从本质上讲，它是当代青年为维护社会多元价值取向而进行的一次别具一格的实践，尽管在形式上呈现出一种看似“凶悍”的表象，其内核却蕴含着温和而坚定的力量，构成了一场充满活力与激情的互联网狂欢<sup>[25]</sup>。从上世纪的朋克、嬉皮士再到现如今新媒体时代下的“发疯文学”，每个时代的青年都有着独具时代特色的自我表达方式，这既是青年对当下社会环境的回应，也是他们探索自我与世界关系的独特路径。这种现象的出现并非偶然，而是在当代社会多元文化交织、价值观念碰撞融合的大背景下应运而生，表达着青年群体在快节奏生活、高强度压力下的内心诉求，同时也反映出他们在面对复杂社会现象时，试图以轻松的态度坚守自我价值观念的努力。

## 参考文献

- [1] 章哲涵, 赵金红. 互动仪式链视角下“发疯文学”在青年群体中的传播研究[J/OL]. 新媒体研究, 2023, 9(3): 52-55. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2023.03.018.
- [2] 李晴. “发疯文学”的模因传播模式与动因研究[J/OL]. 新媒体研究, 2024, 10(19): 47-50+67. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2024.19.017.
- [3] 晏青, 郭京. 青年群体的情绪危机与调适: 网络“发疯文学”的批判性话语分析[J/OL]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(3): 49-59. DOI:10.19503/j.cnki.1000-2529.2024.03.005.
- [4] 新浪微博数据中心. 2024年新浪微博用户消费趋势报告[R/OL]. 新浪微博, 2024. [https://data.weibo.com/report/file/view?download\\_name=bf802a5e-5bec-1eb5-b40b-b8d0ba4ce698&file-type=.pdf](https://data.weibo.com/report/file/view?download_name=bf802a5e-5bec-1eb5-b40b-b8d0ba4ce698&file-type=.pdf).
- [5] 孟登迎. “亚文化”概念形成史浅析[J/OL]. 外国文学, 2008(6): 93-102+125. DOI:10.16430/j.cnki.fl.2008.06.021.
- [6] 胡疆锋, 陆道夫. 抵抗·风格·收编——英国伯明翰学派亚文化理论关键词解读[J]. 南京社会科学, 2006(4): 87-92.
- [7] 斯图亚特·霍尔, 托尼·杰斐逊. 通过仪式抵抗[M]. 孟登迎, 胡疆锋, 王蕙, 译. 中国青年出版社, 2015.
- [8] 闫翠娟. 从“亚文化”到“后亚文化”: 青年亚文化研究范式的嬗变与转换[J]. 云南社会科学, 2019(4): 178-184+188.
- [9] 叶萌. “发疯文学”: 当代青年话语中的仪式抵抗[J]. 青少年研究与

实践, 2024, 39(4): 49-57.

[10] 吴蕊杏. 对网络流行语中“××文学”现象的语言学视角分析[J/OL]. 今古文创, 2023(31): 113-115. DOI:10.20024/j.cnki.CN42-1911/I.2023.31.036.

[11] 陈澜轩. 社会安全阀视角下“发疯文学”的文化内涵与运行机制[J/OL]. 新媒体研究, 2023, 9(24): 47-50. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2023.24.015.

[12] 晏青, 郭京. 青年群体的情绪危机与调适: 网络“发疯文学”的批判性话语分析[J/OL]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(3): 49-59. DOI:10.19503/j.cnki.1000-2529.2024.03.005.

[13] 饶丽君. 互联网迷因视域下网络流行语的传播机制和生成路径——以“发疯文学”为例[J/OL]. 视听, 2023(10): 135-138. DOI:10.19395/j.cnki.1674-246x.2023.10.038.

[14] 冷东红, 陈菲, 王奕潼. 青年亚文化视域下抖音“发疯文学”短视频传播研究[J/OL]. 新媒体研究, 2024, 10(21): 62-66. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2024.21.012.

[15] 王中禹. 玩梗“发疯文学”: “00后”大学生的网络表演分析[J/OL]. 新媒体研究, 2023, 9(13): 92-94. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2023.13.011.

[16] GREEN M C, BROCK T C. In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion[M/OL]//Narrative impact. Psychology Press, 2003: 315-341[2024-12-30].

<https://api.taylorfrancis.com/content/chapters/edit/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781410606648-16&type=chapterpdf>.

[17] WANG C J, ZHANG X, GOU Z, 等. Yesterday once more: collective storytelling and public engagement with digital cultural products on the music streaming platform[J/OL]. Humanities and Social Sciences Communications, 2024, 11(1): 1-10. DOI:10.1057/s41599-024-03636-8.

[18] MCDUGALL W. Outline of psychology[M]. C. Scribner's sons, 1923.

[19] COVIELLO L, SOHN Y, KRAMER A D, 等. Detecting emotional contagion in massive social networks[J]. PloS one, 2014, 9(3): e90315.

[20] 周书环, 杨潇坤. 新冠肺炎疫情下社交媒体情绪传播及其影响研究——基于新浪微博文本数据的实证分析[J/OL]. 新闻大学, 2021(8): 92-106+120-121. DOI:10.20050/j.cnki.xwdx.2021.08.009.

[21] SMITH I H, AQUINO K, KOLEVA S, 等. The Moral Ties That Bind . . . Even to Out-Groups: The Interactive Effect of Moral Identity and the Binding Moral Foundations[J/OL]. Psychological Science, 2014, 25(8): 1554-1562. DOI:10.1177/0956797614534450.

[22] 亚当·斯密. 道德情操论[M]. 蒋自强, 钦北愚, 朱钟棣, 等, 译. 商务印书馆, 1997.

[23] 徐琳宏, 林鸿飞, 潘宇, 等. 情感词汇本体的构造[J]. 情报学报, 2008, 27(2): 180-185.

[24] CALVIN YIXIANG CHENG, WEIYU ZHANG. C-MFD 2.0:

Developing a Chinese Moral Foundation Dictionary[J/OL]. Computational  
Communication Research, 2023, 5(2): 1.  
DOI:10.5117/CCR2023.2.10.CHEN.

[25] 吴建平. 当代青年新型自我表达方式探析[J]. 人民论坛,  
2024(6): 82-85.