# 新媒体视域下青年网民的群体形象研究—以微博热搜榜为例

**摘要：**微博热搜榜展示热点话题，反映网民关注点和兴趣点。作为微博用户的主力军，青年网民通过微博参与讨论，表达内心需求，展现生活片段。通过微博热搜榜看青年网民的群体形象，可以发现，青年群体乐于关注并分享恋爱和生活小事，害怕孤独又恐惧社交，重视网上社交规则，网络社交已经成为青年群体生活的一个部分。

**关键词**：微博热搜榜 青年 群体形象 新媒体

## 研究背景

在互联网大潮下成长起来的青年一代，是社交媒体的忠实用户。对于他们而言，网络已经成为生活的一部分，他们习惯于通过社交媒体了解信息，发布个人状态。新浪微博作为我国主要的社交媒体平台，月活跃用户数已达到4.65亿。青年群体是微博网民的主要组成部分，新浪微博数据中心发布的《2018微博用户发展报告》显示，16-30岁的用户占总体的81%。作为微博用户的主力军，青年网民一方面通过微博参与娱乐和时政等社会热点话题的讨论，另一方面也利用这个平台表达自己的内心需求，展现个人生活片段。

微博热搜榜，是微博上重要的新闻展示方式之一，具有实时更新、简要明了、交互性强的特点。热搜榜每分钟更新一次，根据搜索热度进行排序，向用户提供实时热点。作为微博的主要版块之一，热搜榜不仅是热点话题的展示板，同时也是反映网民关注点和兴趣点的一面镜子。某一类话题登上热搜榜，得到大众的普遍关注和讨论，其中必然隐含着大众的某种关注重点和价值取向。因此，通过微博热搜榜看青年网民的群体形象，更具有广泛性和普遍性。

## 文献综述

青年群体对社交媒体的使用引起了学者们的广泛研究，主要涉及以下两个方面。一是青年群体在社交平台的自我表达。在此类研究中，研究者主要通过问卷调查、深度访谈等方法对青年人使用社交平台的情况进行分析，归纳其在社交平台上的表达特点，例如强烈的表达诉求，对个人隐私的重视程度越来越高等。另一方面是社交平台对青年群体认知的影响。在这一类研究中，研究者采用微数据分析、深度访谈等方法分析微博等社交平台对青年的影响，积极影响例如扩大交流，消极影响例如过度消费和过度娱乐。

针对微博热搜榜，研究者主要从微博热搜榜存在的合理性、面临的问题、传统媒体对微博热搜榜的利用三个方面进行了分析。例如：在谈到微博热搜榜存在的问题时，一些研究者指出，微博热搜榜泛娱乐化严重，议题设置不合理，整个热搜榜围绕明星设置议题，社会事件等严肃议题鲜有人关心。在谈到微博热搜榜的积极影响时，一些研究者认为，热搜榜方便用户了解时下热点事件，发表个人观点，满足情感宣泄的需求。

总体来看，以“微博热搜榜”和“新媒体时代下青年群体“为主要研究对象的论文数量较多，研究角度各异，大多数研究者将热搜榜作为一个整体进行分析，强调了热搜榜对受众的影响。但微博作为一个交互性强的社交媒体平台，用户的关注点和兴趣点势必会影响热搜榜的内容和排名。特别是在除去社会热点和娱乐新闻的喧嚣之外，青年网民如何看待自己，看待他人，看待周围的环境，并由此折射出怎样的价值观，从而构建了怎样的群体形象，值得我们探究。针对这一问题，学界尚未有深入的分析和研究，本文希望通过对微博热搜榜的分析，探究青年网民的价值观和群体形象。

## 研究方法

微博热搜榜由序号、热词、搜索量和热搜等级四部分组成（见图表1）。共50个热词，每个热词均会标出实时搜索量以及热搜等级，热搜等级主要有“荐”、“新”、“热”、“沸”、“爆”等几种。热词话题页则包含与该热词相关话题的详细信息（见图表2），包括：置顶微博、话题主持人、话题贡献者排行、关于等多个版块。其中“关于”版块提供了该热词的分类标签。分类标签既包括明星、综艺、电影、搞笑等娱乐类标签，也包括社会、财经、政务、互联网等时事类标签。



图表 1 微博热搜榜页面



图表 2 热词话题页页面

热搜榜热词包罗万象，以娱乐和社会新闻为主。本文研究青年网民的群体形象，侧重于分析网民如何看待自己的日常生活，如何评价自我，在样本选取时，主要选择了更贴近网民个人生活的热搜热词。通过数据分析发现，分类标签为“情感”下的热词主要关注个人生活中的小事和个体情感状态。这些内容更有利于分析微博网民在个人生活相关问题上的关注点和兴趣点，并由此观察他们身上所呈现出的群体特点和价值取向。

基此，本文从微博上爬取了2019年4月29日00:00 - 7月29日24:00的热搜榜，时间粒度5分钟，共获取无重复热搜14,004条，去重的标准是重复的热搜仅选择排名最靠前的一条。去重后分类标签为“情感”的热词，共计372条。

本文采用内容分析法，首先，将获取到的“情感”类热词进行分类，按照图表3的标准，将热词分为6类。其次，按照图表4的标准，判断每个热词的情感倾向。最后将数据进行统计汇总。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **类目** | **定义说明** |
| 1 | 婚恋 | 与恋爱、婚姻相关的，包括男女朋友、分手、约会、结婚等的 |
| 2 | 家庭 | 与父母、亲戚、兄弟姐妹相关的 |
| 3 | 交友 | 与朋友、熟人、网友相关的 |
| 4 | 学习 | 与学习相关的，包括学校、专业、考试、同学、毕业等的 |
| 5 | 自身 | 不涉及他人的，与自己的状态、情感相关的 |
| 6 | 生活小事 | 未涉及到以上关系且与身边发生的小事相关的 |

图表 3 热词分类标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **类目** | **定义说明** |
| 1 | 消极 | 与尴尬、自卑、孤僻、逃避、难过等情感相关的 |
| 2 | 积极 | 与快乐、感恩、喜欢、爱等情感相关的 |
| 3 | 中立 | 没有明显情感倾向的 |

图表 4 情感倾向判断标准

本文统计了每条”情感“类热词下置顶微博的评论数，并结合评论量、网民评论内容、以及“情感”类热词的特点进一步分析网民的群体形象。由于部分“情感”类热词无置顶微博，我们选择了热门微博中评论数最多的一条。另外，有11条“情感”类热词下的置顶或热门微博为广告推广或明星宣传，所涉评论与主题无关，故本文不包含相关内容。

## 微博热搜榜“情感”类热词特点

通过对372条“情感”类热词的统计，文本发现“情感”类热词的如下特点：

**（一）内容上，婚恋类热词最多，自身类话题内容更集中。**

婚恋类热词最多，占总数的30.91%。恋爱是青年网民最喜欢谈论的话题，暗恋、表白、分手、分享恋爱日常等内容均得到网民大量关注，例如“异地恋秀恩爱大赛”、“你和对象的奇妙缘分”等。同时，讨论男朋友的热词要远远多于讨论女朋友的热词，例如“无中生有式男友”、“男友的追星行为”、“你男朋友的备忘录”等。

生活小事类热词占总数的22.85%，排名第二。该类热搜词主要关注日常生活中的事情以及对这些事情的看法，例如“你听过最厉害的谎言”、“你在哪一刻体验到了贫富的差距”、“吃火锅时最反感的行为”等。该类热词所谈论的内容非常分散，既有回忆童年的热词，如“小时候干过最蠢的事”、“小时候最难忘的美味”等，也包括描述男生女生的热词，如“最受不了男生的哪些缺点”、“女生第六感很准的案例”等。

自身类热词占18.55%，排名第三。这类热词主要谈论自己的状态或者情感，与其他类热词不同，自身类热词所谈论的话题最为集中，主要是对社交的恐惧和对单身的调侃。在涉及“社交”的话题中，多数热词表达了不愿意社交或者惧怕社交的想法，例如“自闭式社交”、“被迫式社交”、“人际敏感者”等。而在涉及“单身”的话题中，多数热词使用自嘲的口吻，表达了想要恋爱却又缺乏勇气的想法，例如“柠檬汁单身”、“害怕恋爱综合症”、“异性绝缘体质”等。

学习类热词占总数的12.10%。受高考等热点事件的影响，大量的热词聚焦高考，例如“高考结束那晚是如何度过的”、“高考前紧张如何缓解”等。交友类和家庭类热词占比较小，分别为10.48%和5.11%。交友类热词对网上社交的讨论较多，而家庭类热搜则主要是对父母的讨论。

图表 5 热词类型占比

**（二）情感倾向上，中立为主，消极类热词多是自嘲和调侃。**

整体上看，热词以中立为主，其中，中立的热词占总数的44.89%，消极热词占31.45%，积极热词占23.66%。

中立的热词集中在婚恋和生活小事两类话题上。热词的设置主要有两种方法，一是提出一个问题，让网民参与讨论，例如“520送什么礼物”、“情侣应该财务独立吗”等。另一种是设置一种情境，让网民发表观点，例如“假如18岁的你遇到现在的你”、“跟上学时暗恋的男同学联系”、“晚回消息被女友加了免打扰”等。

消极的热词则集中在自身和交友相关的话题上。在自身类话题中，所体现出的消极情绪多是自嘲和调侃，尤其在社交和单身问题上，调侃最多，例如“肥宅不是肥而是一种态度”、“柠檬汁单身”等，表达的是一种“我认为这样不好，但我依然如故”的想法。而在交友类话题中，所体现出的消极情绪则多是反感和尴尬，例如“最反感的朋友圈人设”、“最反感的搭讪语”等。相较于对待自身相关话题上的调侃，在对待朋友，包括熟人的问题上，表达的是一种“看不惯”的想法，而且，相较于父母、情侣和陌生人，对于朋友熟人表达反感的比例更高。

与中立的热词类似，积极倾向的热词也集中在婚恋和生活小事两类话题上，但婚恋类的占比更大。在婚恋类话题中，所体现出的积极情绪多是恋爱中的喜悦，例如“你和对象的奇妙缘分”、“对象的可爱发言”等。这类热词大多设置一种情境，引发网民回忆恋爱日常。在生活类话题中，积极倾向的热词多是回忆童年的美好，如“小时候最难忘的六一”、“童年玩具大赛”等。

图表 6 热词情感按内容分类对比

**（三）热搜排名上，婚恋类话题热度最高，自身类话题多但热度较低，多数词条的热度峰值出现在中午时段。**

在372条“情感”类热词中，热度峰值进入热搜排行榜前二十的共208个，占总数的55.91%，其中位于18名的热搜词条最多，共30个。这表明，总体来看“情感”类热词获得网民较多关注，但仍有很大的提升空间。时间上，从10时—15时共有177条热搜词条达到其热度峰值，占总数的47.58%，其中11时达到热度峰值的热搜最多，共39条。由此可见，网民多利用午餐及午休时间关注“情感”类热搜词条，贴近个人生活、主观感受的内容也成为茶余饭后的谈资。内容上，婚恋类话题不仅数量最多，热度也最高。在进入热搜排行榜前二十的热搜中，婚恋类热词共88个，例如“忘不了前任算精神出轨吗”、“情侣分手之前有什么征兆”等均获得大量关注。这表明，网民对婚恋类话题最感兴趣，关注度也最大。与婚恋类词条不同的是，尽管自身类词条数量较多，占总数的18.55%，但在热搜排行榜前二十中，仅有26个词条入选，大部分自身类热搜排名在中后部。

图表 7 各时段热词数量

## 从“情感”类热词和置顶微博评论看网民的群体形象

结合置顶微博评论量、网民评论内容、以及“情感”类热词的特点，我们总结了当代微博青年的以下形象特征：

**（一）恋爱第一，乐于分享日常小事**

婚恋类热词占总数的30.91%，位居第一位，婚恋类热词的网民评论总量也高居榜首，占总评论量的35.94%，并且评论量占比略高于热词占比。由此可见，与恋爱相关的话题不止是网民关注的重点，也最能激发网民的倾诉欲。在婚恋类热词中，单条微博评论量最高的是热词“男朋友织的包包”，评论中网民们纷纷晒出自己男朋友织的包，或者@自己的男友[[1]](#footnote-1)。在涉及恋爱相关的话题时，网民愿意积极参与讨论，但该类热词的评论内容较为同质化，主要是分享自己的恋爱日常，例如两人的合照、聊天记录等。同时，青年网民通过@功能，在热门微博下与自己的女朋友/男朋友互动，共同参与话题讨论。在陌生人为主的微博平台上，网民不需要考虑太多形象管理的问题，因此在博主微博下的评论更加大胆、直接。

生活小事类热词占总数的22.85%，其评论量占比27.46%，评论量占比略高于热词占比。生活小事类热词所谈论的内容非常分散，“输入法会暴露一个人的颜值”、“最想被翻拍成电视剧的小说”、“素颜最能打的明星”占据评论量前三名。青年网民对这些话题讨论热烈，如“输入法会暴露一个人的颜值”，指的是用手机输入“我长得”，然后运用输入法的联想功能，一直选择第一个字直到结束。网民们纷纷晒出自己的试验结果，并评价他人所展示的结果。生活小事类热词话题分散，网民评论多样，乐于分享身边的小事，对于他人所分享的内容，愿意参与讨论。

**（二）矛盾的个体，害怕孤独又恐惧社交**

自身类热词占总量的18.55%，但自身类热词置顶微博下网民的评论量仅占11.21%。自身类话题虽然数量多，但热度却并不高，网民也并没有像分享恋爱经历或者生活小事一样，对此类话题有较强的倾诉欲。但在评论内容上，自身类话题相关的网民评论却特征鲜明。自身类热词所谈论的话题最为集中，主要是对社交的恐惧和对单身的调侃。本文选取了7个社交相关的热词和7个单身相关的热词，见图表8，然后爬取了这些热词下的置顶微博网民评论，制成词云，见图表9和图表10。通过评论，更能真实多样地反映网民的想法。

|  |  |
| --- | --- |
| **类型** | **热词** |
| **社交** | 被迫式社交 |
| 蹦迪式社交 |
| 单机式社交 |
| 潜意识型社交 |
| 我每天的社交状态 |
| 无效型社交 |
| 自闭式社交 |
| **单身** | 被动式单身 |
| 单身的八大好处 |
| 单身而且毫无暧昧对象 |
| 柠檬汁单身 |
| 隐形式单身人口 |
| 自卑式单身 |
| 自闭式单身 |

图表 8 社交相关热词和单身相关热词

在匿名的讨论区，人们普遍愿意降低心理防线，畅所欲言，放弃日常生活中的形象管理并展示真实的自我。很多在真实生活中不便表达的想法，借由社交媒体以匿名的方式展现出来。通过词云发现，在谈及社交话题时，“被迫”、“害怕”、“孤独”等词是出现较多的词汇，见图表9。例如有网民表示，“一个人的时候希望有人陪，有人陪的时候希望一个人，跟别人没有太多话说，不论在什么地方和谁在一起，都会感觉孤独”。一方面，人们内心排斥被迫参与社交活动，希望摆脱不必要的社交，另一方面，又感到内心孤独，难以在现实生活中找到可以倾诉的对象。不少网民认为自己有社交恐惧症，畏惧现实中的交往，这种逃避和畏惧反对来也加剧了自身的孤独感，从而减少了对生活的热情。



图表 9 社交相关热词词云

在涉及单身的话题上，通过词云可发现，自卑、害怕等词汇出现较多，见图表10。有网民表示，“大概是那种想主动，但是太自卑了，觉得自己太差了配不上人家，就导致非常难过”。青年群体在面对单身问题时产生了一种矛盾心理，既希望结束单身，建立亲密关系，又因为自卑、害怕被伤害等原因拒绝恋爱。在单身问题上，与前文提到的社交恐惧症类似，都是在于网络时代的个体很难在现实生活中敞开心扉，建立与他人的亲密关系。根据美国心理学家丹尼尔·卡尼曼的前景理论，获得感带来的快乐远远不如损失所带来的伤害强烈。与建立恋爱关系的喜悦相比，在亲密关系中受到伤害或者分手对个体的影响更为强烈，这也致使很多人选择单身。



图表 10单身相关热词词云

青年群体在对自身进行评价时，较少使用积极词汇，“自我反讽”逐渐流行。网民通过自嘲、调侃的口吻形容自我，在网络上倾诉生活中面临的问题，表达自身的孤独和敏感。

**（三）重视在线社交，讲究网上社交规则**

交友类热词占总热词量的10.48%，交友类网民评论占总评论量的11.29%，整体来看，二者相差并不大，但相较于自身类热词，网民在交友类话题上更愿意积极参与讨论。根据上文情感倾向的分析，交友类话题所体现的消极情绪多是反感和尴尬，并且超过一半的热词均与社交平台朋友之间的互动相关，例如“最反感的朋友圈人设”、“最反感的聊天回复语”等。本文从交友类热词中选取了5个与网络社交相关的热词，见图表11，然后爬取了这些热词下的置顶微博网民评论，制成词云，见图表12。

|  |  |
| --- | --- |
| **类型** | **热词** |
| **网络社交** | 最反感的朋友圈人设 |
| 发朋友圈越来越少的原因 |
| 最反感的聊天回复语 |
| 朋友圈里的假精致 |
| 聊天时最让人反感的行为 |

图表 11 网络社交相关热词

由词云可知，讨厌、屏蔽、反感等词出现的较多。在关于朋友圈的讨论中，一些网民对熟人朋友在朋友圈所发的内容十分反感，包括炫富、频繁发布小视频、微商等内容。另一方面，网民在评价他人朋友圈内容的同时，也不断修改自己准备发布的照片和文字。有人认为朋友圈已经丧失了分享个人生活的作用，出于自我形象管理的需要，不少人在发朋友圈之前都要对照片、文案进行反复修改，有网民表示，“不能过头，不能激进，不能炫耀，不能消极，不能文艺 ，不能自拍，不能矫情，不能随便，不能死板，不能说教，内容不能过长，图片不能过多，修图不能过分，没图还要百度，还要琢磨什么内容比较讨喜”。另外，网络社交规则也受到大家的重视，网民网上聊天普遍反感的行为主要包括以下几类：开始聊天喜欢问“在吗”；回复语喜欢用“哦、呵呵、……”等敷衍词语；不及时回复信息或者不回复信息却发朋友圈；发超过五十秒语音等。



图表 12网络社交相关热词词云

作为互联网大潮下成长起来的新一代，社交媒体的原住民，网络社交成为当代青年群体的主要社交方式之一。网络社交，不仅仅是与陌生人的互动，同时也是与生活中的熟人、朋友的交流。在通过网络与熟人的交流过程中，逐渐形成了一些社交规则，但这些规则并非所有人都会遵守，有些只是在部分群体中十分流行。再加上网络社交缺乏面对面的感情传递，文字交流丢失或者曲解了某些感情信息，这也造成了双方交流的障碍。总体来看，网民所反感的回复或者行为多数表达了对方的敷衍，从而让不少网民感到自身不受重视。网络社交已经成为青年群体生活的一个部分，朋友圈动态和微信聊天用语变成评价熟人朋友和进行自我展示的一个新途径。

## 结论

本文通过对热搜榜“情感”类热词的分析，发现：婚恋类话题热度最高，数量最多；自身类话题热度较低，内容更集中，主要是对社交的恐惧和对单身的调侃；大部分热词为中立态度，消极类热词多数是自嘲和调侃，词条的热度峰值出现在中午时段。结合网民评论，可以看出，生长于互联网时代的年轻人，乐于在陌生人为主的网上社区分享日常生活小事。恋爱对于他们来说十分重要，是网上讨论的主要内容，而且不仅自己参与讨论，也会@现实生活中的朋友、恋人共同讨论。同时，他们在处理自身与他人的关系时，常常处于一种矛盾的状态中，一方面害怕孤独，渴望爱情和友情，另一方面内心敏感，恐惧社交，希望独处，因而很难与他人建立亲密关系。不同于对恋人的喜欢，对自身问题的调侃，他们对待熟人朋友显得更为苛刻，有更高的标准和要求。在线社交成为当代青年网民的主要社交方式之一，网上社交规则受到青年群体普遍重视，成为约束自身并评价他人的标准。

**参考文献**

微博2019年第一季度财报

《2018微博用户发展报告》，新浪微博数据中心

周燕《青年群体在微博中的自我呈现》

邓枭弋《微博使用对\_95后\_用户情感认知的影响分析\_从群体画像到青年文化》

李华伟《青年群体在微信朋友圈的自我呈现》

刘朝霞《新媒体视域下青年网络丧文化传播研究以流行词佛系为例》

尤成，贾广惠《浅析微博热搜榜泛娱乐化偏失问题》

杨宁《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》

张艺瀚《传播学视野下微博热搜榜存在合理性分析》

毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》

孙惟微《赌客信条：你不可不知的行为经济学》

杜骏飞《丧文化：从习得性无助到“自我反讽”》

1. 微博常用“@+昵称”用于通知某人。 [↑](#footnote-ref-1)