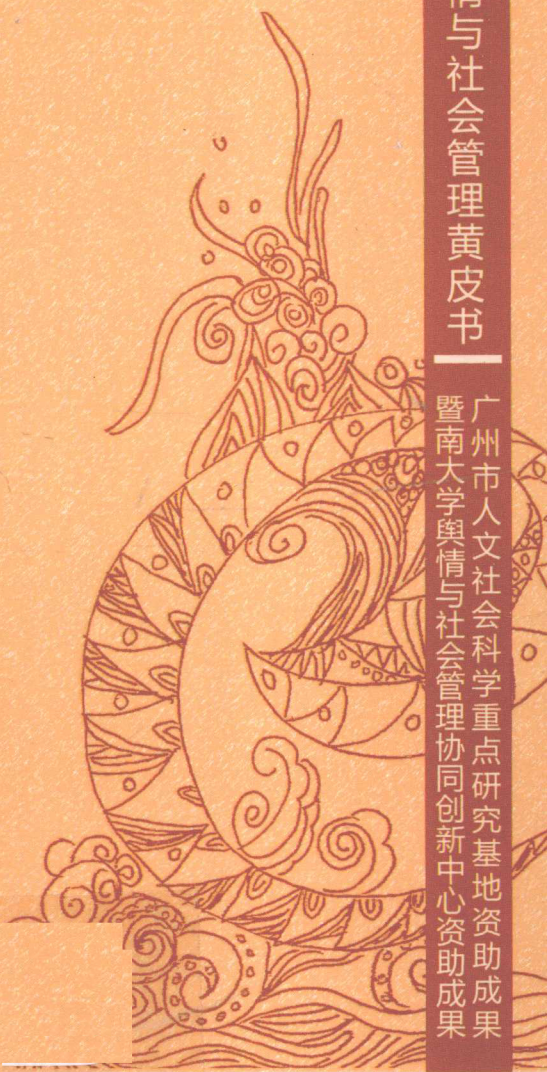


舆情与社会管理黄皮书

广州市人文社会科学重点研究基地资助成果  
暨南大学舆情与社会管理协同创新中心资助成果



# 新网民的赛博空间

Xinwangmin de Saibo Kongjian

李苗 主编



经济日报出版社

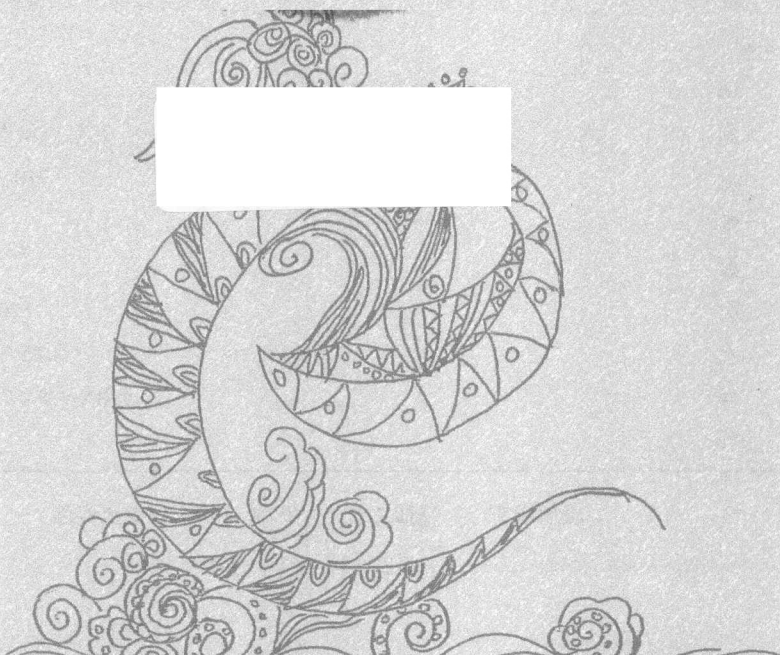
舆情与社会管理黄皮书

广州市人文社会科学重点研究基地资助成果  
暨南大学舆情与社会管理协同创新中心资助成果

# 新网民的赛博空间

Xinwangmin de Saibo Kongjian

李苗 主编



经济日报出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

新网民的赛博空间 / 李苗主编. -- 北京 : 经济日报出版社, 2015. 4

ISBN 978 - 7 - 80257 - 797 - 8

I. ①新… II. ①李… III. ①互联网络 - 信息化社会 - 研究 IV. ①G201 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 072603 号

## 新网民的赛博空间

---

主 编	李 苗
责任编辑	肖小琴
责任校对	徐建华
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市西城区右安门内大街 65 号
邮政编码	100054
电 话	编辑部 63567960 发行部 63516959
网 址	www.edpbook.com.cn
E-mail	jrb58@sina.com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京京华虎彩印刷有限公司
开 本	710 × 1000 mm 16 开
印 张	13.25
字 数	200 千字
版 次	2015 年 5 月第一版
印 次	2015 年 5 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 80257 - 797 - 8
定 价	42.00 元

---

# 总 序

舆情是公众在一定时期内对现实社会中各种事件、现象和问题所表达的信念、态度、意见、情绪等的总和，可以看成是民众的意见或心理的一种反映。当民众的社会政治态度通过公开表达形成了整体的共同看法时，舆情就接近于舆论。

舆情古已有之，但是在互联网和其他新媒体越来越发达的背景下，网络化的舆情呈现出许多新的特征：实时性与全球性、海量性与虚拟性、互动性与爆发性等。从另一方面来看，在社会生活中，舆情信息的功能，不限于仅仅呈现社情民意的某种样貌，还可以为政府的社会管理，以及为企业和个人的声誉管理，提供有意义的动态信息、管理信息和激励信息，能够有效推动社会管理信息系统的进步和创新。

社会管理的复杂性，在社会学、公共管理学等学科中早已形成共识。19世纪的法国社会学家奥古斯特·孔德认为，人类社会与自然界的发展和变化都是由一些规律所支配的，社会学的任务就在于把握社会运行和发展变迁的规律，在此基础上实现有效的社会管理，以获得秩序。另一位英国社会学家赫伯特·斯宾塞也曾明确提出社会管理的必要性。他认为，在复杂的社会中，有机体各部分之间的相互依赖性越来越强，社会越来越脆弱，迫切需要一个能够控制并协调各部分行动的“管理系统”。当各种功能的复杂性阻碍了各部分之间实现完全自发的调适的时候，管理系统就担负起内部调节和社会控制的工作。

在某种意义上，社会管理的目标正如斯宾塞所说的协调内部关系，使其达到均衡发展，适应外界环境变化的要求，并在与外部环境的互动中，有效地维护社会整体的利益。或者更具体地说，通过对竞争、冲突的管理或化解，将社会的各个组成部分或对立面对协调起来，将个体的利益诉求纳入集体的轨道，以维护社会的整体



秩序。

在我国，关于社会管理创新的各种尝试层出不穷，形成了许多宝贵的经验。例如，北京市以构建人民团体为骨干的“枢纽型”社会组织管理体系为重点，由社会组织来提供多项社会服务，承担社会管理职能，实现社会管理创新；上海市以党政权力下放为重点，以社区为依托，形成“两级政府、三级管理、四级网络”的社会管理形式；广州市瞄准基层，紧紧抓住社会管理体制机制创新、街道聘用人员整合、社区社会服务发展及社会组织培育等关键事项。在这些创新中，网络和社区舆情对社会管理问题的关注，都起到了很大的推动作用。

舆情问题，既需要关注，也需要应对和引导。在科技与生态、资源与人口、增长与发展等多重因素的作用下，现代社会日益成为一个风险社会，随着自然环境、社会环境的急剧变化，各种自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等危机事件不断发生。信息传播技术的迅猛发展、政府治理水平的日渐提高、民众对知情权、批评权、监督权的重视，使得关于舆情的知识和能力成为政府和企事业单位的必备素养。完善舆情应对与管理，有助于迅速有效地处置好各类危机事件，可以最大限度地避免、减少和消除危机事件对政府造成的负面影响，从而为改革、发展和稳定创造良好的传播环境。我国各级政府部门，也高度重视舆论引导和舆情分析工作，将舆情汇集视为改进社会管理，加强社会建设的一个重要的信源和渠道。

暨南大学于2005-2007年建成电话访问调查实验室，成立研究机构，承担了广州亚运舆情系列调查、广州“创建文明城市”系列调查、中国“80后”调查、中国周边热点地区舆情调查等项目，2012年入选广州市人文社会科学重点研究基地，2013年组建协同创新中心，与香港中文大学、中国人民大学等高校密切联系交流，与南方报业传媒集团、广东广播电视台、广州市天河区、环球商报传媒集团等媒体和地方政府部门开展深入协同，与凯迪数据研究中心共享数据分析成果，出版《舆情观察》学术集刊、《中国形象全球调查》系列特辑，继续在科学研究和社会服务等领域，进行实践和理论探索。

本套“黄皮书”，既是在各方的支持下，结合师生的力量，对所承担的课题研究工作的一次较系统的整理，也是对当下舆情与社会管理工作的一个理论观照。其中不足与错谬之处，望读者不吝指正。

黄皮书编委会

2014年5月

# 序

信息社会已经在网络3.0时代行走了将近10年，在这10年间，全球的移动网民接近30亿，中国大陆网民超过6亿。互联网和移动终端建构的网络社会深刻地影响到社会、政治、经济、生活的方方面面，也育成了网民的1.0代、2.0代和3.0代。我们所写的《新网民的赛博空间》试图从一个互联网生态的横截面，观察一下以“90后”“00后”为代际的2.0-3.0时代的网民在赛博空间的观念、行为、关注点，以及兴趣爱好、所思所想、所爱所恨的多维度空间。

在开放的网络环境成长起来的新网民们，他们心态、个性也与前辈们有许多不同。网络的匿名性让他们在网络上敢于自由地张扬个性、发表言论，一改往日中国人含蓄、内敛、谦逊的个性特点。《新网民的赛博空间》试图进入中国大陆“90后”网民的生活，全景式描述“90后”网民的社交生活、网络文化、自我表达、网络娱乐、新网民的公共空间意识，以及在代际网民中存在的矛盾和问题，洞察和透视新网民在赛博空间世界的行为和心里，力求深入而全面地解读他们的网络生活、观念和行为，让社会、政府、家庭、学校对“90后”网民有所认识。

本书的写作框架包括这几个部分：第一部分是对新网民群体和当下的新媒体环境做了总体的描述，展示网络社会的全景；第二部分从几个方面近景呈现新网民与网络社交平台生活和关系；第三部分深入洞察和解析新网民的自我表达方式、途径和特点；第四部分剖析了新网民网络追星的特点、路径以及过度追星所带来的不良影响；第五部分讲述了新网民们生活中与网络视频的紧密联系，并总结了新网民接触较多的几种网络视频类型；第六部分则分析了新网民在网络公共空间中的行为表现及其参与网络公共舆论的情况；最后一部分，讲述了新网民生活中必不可少的事物——网购、游戏与星座，并且总结了网络带给新网民便利生活的同时所带来的各方面问题。全书通过这几大部分，较为系统地全景式地呈现了新网民的全新生活。

本书写作是集体努力团队合作的成果。在暨南大学新闻与传播学院的课题框架内，由导师和研究生共同讨论、定题、收集资料、反复修改，历经将近一年时间，通过团队的不懈努力和领导的终审，最终比较圆满地完成书稿的撰写任务。在此本写作组也对学院领导、指导老师和参与写作和修改的所有研究生同学表示感谢！对所有我们参考和引用资料来源的作者们表示感谢！

由于作者水平有限，书中必有不足和欠妥之处，欢迎广大专家读者批评指正！

李 苗

2015年3月



# 目 录

前 言 .....	1
第一章 新网民新时代 .....	3
第一节 独领风骚的互联网 .....	4
第二节 不容小觑的新网民 .....	5
一、“90 后”就是主力军 .....	6
二、时势造就新网民 .....	14
三、美好的一天 .....	15
第三节 又爱又恨的网络新生活 .....	17
第二章 新网民与网络社交平台 .....	21
第一节 QQ: 虚拟空间的真实情感 .....	21
一、QQ 聊天: 不再孤单的成长 .....	21
二、QQ 中的“非主流”社交平台 .....	24
第二节 SNS 社交网站: 分享日常生活 .....	26
一、晒自己: 分享个人生活 .....	26
二、社交应用: 感情助推器 .....	30
第三节 微博: 扩展的人际交往 .....	31
一、140 字里的天马行空 .....	31
二、扩大的交际圈 .....	34
第四节 网络社区: “90 后”的“心灵家园” .....	36
一、论坛贴吧: 五花八门的网络社交 .....	36

二、“90后”专属社区：“90后”的个性天地 .....	39
第五节 移动终端网络社交的兴起 .....	41
一、交流的转移 .....	41
二、嵌入日常生活的沟通——微信朋友圈 .....	42
第六节 网络社交的边界 .....	43
一、从炫富到“秀自己”：道德与隐私的边界 .....	43
二、生活在网络编织的人际关系中：虚拟与现实的边界 .....	47
第三章 新网民的自我表达 .....	50
第一节 网络流行文化 .....	51
一、“90后网民”的“火星文现象”：这是你看不懂的文字 .....	53
二、非主流文化：没有最雷，只有更雷 .....	55
三、符号、表情文化：今天你 O (∩_∩) O 吗？ .....	56
第二节 网络流行语 .....	59
一、典型网络流行语体——凡客体 .....	60
二、时代的最佳代名词 .....	63
三、与青少年网民一起成长 .....	67
第三节 恶搞文化 .....	70
一、漂洋而来的 KUSO 文化 .....	71
二、恶搞停不下来 .....	72
三、无处安放的恶搞文化 .....	74
第四章 新网民的追星之路 .....	77
第一节 网络构建 SOHO 追星 .....	77
一、庞大的网络追星系统 .....	78
二、虚拟的世界 真实的快感 .....	82
第二节 脑残不止，“圣战”不休 .....	84
一、网络骂战，攻击升级 .....	84
二、“爆吧”事件的荒唐 .....	86
三、“追星”何以演化成“追击” .....	90
第三节 八卦之火的熊熊燃起 .....	93

一、八卦需有度 .....	93
二、人肉搜索与网络暴力 .....	96
<b>第四节 占据话题榜首的娱乐信息</b> .....	98
一、从议程设置到占领头条 .....	99
二、从自娱自乐到自嘲自黑 .....	102
<b>第五节 梦想很近 梦想很远</b> .....	104
一、从造星到造梦 .....	105
二、梦想照进现实 .....	108
<b>第五章 新网民与网络视频</b> .....	111
<b>第一节 弹幕视频：让人欲罢不能的吐槽互动</b> .....	111
一、独乐乐不如众乐乐 .....	111
二、弹幕背后的吐槽文化 .....	114
<b>第二节 综艺视频：博君一笑为哪般</b> .....	117
一、我们是新兴快乐家族 .....	117
二、快乐至上，以情动情 .....	120
<b>第三节 剧单更新：今天你追剧了吗？</b> .....	122
一、大家一起来追剧 .....	122
二、既是娱乐，也是社交 .....	126
<b>第四节 网络原创视频：我们追求快乐</b> .....	128
一、网络原创视频的百花齐放 .....	128
二、我看的不是视频，而是社会和乐子 .....	130
<b>第六章 新网民与网络公共空间</b> .....	135
<b>第一节 新网民与网络公共舆论</b> .....	135
一、从“关心自己”到“放眼世界” .....	135
二、他们在说，我们在听 .....	139
三、网络时代的围观与抗争 .....	141
<b>第二节 新网民与网络群体性事件</b> .....	143
一、一场集体话语狂欢 .....	143
二、他们为何如此疯狂？ .....	149



第三节	网络政治参与的萌芽 .....	150
一、	网络政治参与的新力量 .....	151
二、	用网络改变现实的乌坎青年 .....	157
第四节	不断崛起的网络公共空间新力量 .....	161
一、	他们何以具备潜力? .....	161
二、	离公民社会还有多远? .....	165
第七章	新网民与被侵蚀的生活 .....	170
第一节	与网购热恋 .....	170
一、	新网民网购针对性强 .....	171
二、	新网民带动长辈加入网购大军 .....	172
三、	网购, 让物流飞 .....	173
四、	网购扎堆, 催生团购 .....	173
五、	网购推动新网民成互联网理财主力军 .....	174
六、	网购——新网民不能承受之重 .....	175
第二节	童年去哪儿了? .....	177
一、	濒临灭绝的生活游戏 .....	178
二、	从电视人到电脑人 .....	179
三、	成人化的儿童 .....	181
第三节	新网民的人际交往 .....	182
一、	现实生活: 与熟人说 Byebye .....	182
二、	网络生活: 无处不晒 .....	183
三、	用“星座”识人识己 .....	185
第四节	心理健康问题来了 .....	187
一、	自闭: 我怎么不想讲话了? .....	187
二、	自恋: 假装“白富美” .....	190
三、	游戏瘾: 我要赢, 我要赢! .....	192
四、	手机依赖症 .....	195
五、	信息焦虑症 .....	197
后 记	.....	202

# 前 言

互联网在全球发展了 30 多年，从第一代专业 IT 到现在约 30 亿网络生活者，技术在一代代进步，网民也一代代更迭。互联网作为 21 世纪的时代标志，对人类社会传统的生产方式、生活方式和思维方式产生了深刻变革，影响深远。随着移动互联网的兴起，大数据来了，云计算来了，社交媒体更丰富了，网民们的代际更迭也到了“90 后”时代，新的互联网技术的发展、移动互联网的广泛应用，对新网民们产生了巨大的影响，可以说，互联网使得新网民们生活在了一个与之前完全不同的全新的世界之中。

在互联网打破了时间、空间限制的同时，互联网成为了一个渗透在新网民衣食住行乃至生活方方面面的真实可感的世界，而非仅仅是过去人们所说的虚拟世界。对于新网民们来说，需要购物，他们不必再为了购买生活必需品跑到超市进行大采购，也不用为了买几件衣服而跑到商场逛到两腿发酸，他们只需要坐在电脑前逛一逛购物网站，把需要购买的产品加入购物车后进行支付，便可坐等快递员将他们所购买的物品送货上门；当他们肚子饿了，不必去厨房花上半小时、一小时做饭，也不必换好衣服出门去餐馆，只需要利用互联网或移动 APP 叫外卖，就可以在短暂的等待后吃上送上门的热腾腾的饭菜。而方便快捷的即时通讯也冲淡了新网民们对于离别的伤感，无论亲朋好友去了哪里，无论他们之间隔着几小时的时差，新网民们也可以轻松地通过社交媒体随时了解到千里之外的亲友的近况，也可以随时随地地和亲友们取得联系。与此同时，在开放的网络环境成长起来的新网民们，他们心态、个性也与前辈们有许多不同。网络的匿名性让他们在网络上敢于自由地张扬个性、发表言论，一改往日中国人含蓄、内敛、谦逊的个性特点。

《新网民的赛博空间》试图进入中国“90 后”网民的生活，全景式描述

“90后”网民的社交生活、网络文化、自我表达、网络娱乐、新网民的公共空间意识，以及在代际网民中存在的矛盾和问题，洞察和透视新网民在赛博空间世界的行为和心理，力求深入而全面地解读他们的网络生活、观念和行爲，让社会、政府、家庭、学校对“90后”网民有所认识。



## 第一章 新网民新时代

T. H. 赫胥黎，一位 19 世纪的进化论生物学家。也许你没有听过他的名字，但是他曾说的一句经典的话相信你一定听过，就是“猴子可以敲出《莎士比亚全集》”。<sup>①</sup> 这也是后来大家常常听到的无限猴子理论。

我们不妨来说说这个无限猴子理论。“如果让一只或者无数只猴子在键盘前任意敲打，最终它都能敲打出任何的文字，莎士比亚的著作自然也不是什么难题。”这应该就是无限猴子理论最通俗的说法了。其实还有更简单的例子证明。在美国动画《辛普森一家》中就有这样一个形象的片段，资本家 Mr. Burns 把 Homer 带到他的豪宅中，宅邸的一个房屋里 1000 只猴子正在 1000 台打印机前打着字，Mr. Burns 拿起其中一只猴子打出的字句，发现那写着：It was the best of times, it was blurst of times（原句是狄更斯的 It was the best of times, it was worst of times）。虽然猴子写错了狄更斯的名句，但是它好歹写出了完整的句子。

我们不妨这样想想，如果没有出现网络时代，赫胥黎提出的给猴子足够多的打字机的想法，因为缺乏技术的支持根本没有办法实现，是一个美好的空想，可是现在，就像《辛普森一家》动画片里面一样，因为有了技术的支持，过去的只能当做笑话的空想现在却似乎真的可以成真了。而且在网络生活中，他的设想却预测到了文化民主化的后果：人人都是作者，人人都可以创作。

当今的计算机技术，让一切成为可能。成千上万的“猴子们”能够拥有足够多可以自由使用的“打字机”，在信息网络时代，“打字机”就是你刚刚才使用的电脑、手机、pad 等等，恰好“猴子们”就是那些成千上万的网民，没错你

---

<sup>①</sup> “猴子可以敲出《莎士比亚》全集”是赫胥黎提出的理论，作为推崇生物进化论的作家，以此理论形象论述生命进化纯属偶然。

我都可能就是成千上万只猴子中的一只。

除了网络红人，其实大部分的网民受到太多公众的关注，他们往往都是隐藏在网络世界的背后，也没有出众的能力，但是却是一群不能受到忽略的群体。他们不甘示弱，创造生产了很多无法想象的作品。比如微博就创造了很多神话，发挥很多正能量的力量，“随手解救流浪儿童”让很多流浪儿童能回归家庭，与父母团聚。这些是以前很难靠个人力量去实现的。

除此之外，还包括比如漫无边际的政治评论，恶搞横生的录像视频，众口难调的网络红人、难懂深刻的诗词、散文、小说，总之没有做不到，只有想不到。这恰恰就像前面的无限猴子理论提到的，不要怀疑“猴子可以敲出《莎士比亚》”。

毫不夸张地说，网络成为了最至关重要的武器。从青涩走向成熟，互联网给了世界不一样的改变，年轻蓬勃的新一代网民正在主导着世界的改变，他们已经占领了各个领域，新生代网民们相信未来在他们的掌控之中，他们期待用电脑和移动终端等操控未来、主导世界。

## 第一节 独领风骚的互联网

随着互联网的兴起和发展，互联网成为 21 世纪的时代标志，它将对人类传统的生产方式、生活方式和思维方式产生深刻变革与深远影响。随着信息技术和科技的发展，移动终端更加便捷，移动互联网近两年得到了快速的发展。

这两年随着移动互联网带来的智能手机的发展，出现了一个很有意思的现象，只要有一个手机或者平板电脑，就连婴幼儿也会不自觉用手机在屏幕上滑动。可以想象，触屏成为一道独特风景线，这背后就是移动互联网推动下智能移动设备的快速发展。

《第 34 次中国互联网络发展状况统计报告》<sup>①</sup> 中显示，截至 2014 年 6 月，我国网民规模达到 6.32 亿，互联网普及率达到 46.9%。

其中，特别值得一提的是，手机网民规模 5.27 亿，较 2013 年底增加 2699 万

---

<sup>①</sup> 数据来源于中国互联网信息中心发布的《第 34 次中国互联网络发展状况统计报告》  
<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/>

人。中国手机上网的网民比例为 83.4%，相比 2013 年底上升 2.4 个百分点，首次超越 80.9% 的传统 PC 上网比例，手机作为第一大上网终端设备的地位更加巩固。从报告中，显而易见，使用手机上网作为未来互联网发展的新方向，势头强劲。高速增长的手机用户和移动终端数量、网络和地点等受限因素的影响越来越小，这些不难看出未来移动互联网的巨大市场和无限潜力。

随着移动互联网的发展，移动互联网时代下的网民行为就有了更多的意义，网络作为社会表达和行为的新型载体与依托，网民在网络生活中更加自由地表达自我、彰显个性，网络主流文化逐渐清晰，也带来更加丰富多元的网络文化类型，社会更加多元化，带来更多变革的力量。

## 第二节 不容小觑的新网民

不容置疑，青少年群体是中国网民的中流砥柱。随着互联网技术的不断革新、科技的不断进步，网民参与网络生活越来越深入，不仅仅给网民的生活带来了翻天覆地的变化，也给社会文化带来不一样的改变。新一代网民不仅改变自己，更改变了生活。

在最新的互联网调查报告中，网民年龄如图 1-1 所示，10-29 岁仍然是网民中的主力军。



图 1-1 中国网民年龄分布图

在一份专门对青少年进行研究的《中国青少年上网行为调查报告》中提到，青少年互联网普及率持续上升。截至 2011 年 12 月，中国青少年网民规模达



2.32 亿，占青少年总体的 64.4%。<sup>①</sup> 如下图所示，同时，2011 年青少年互联网渗透率继续上升，已经处于较高的水平，青少年网民在整体网民中的占比达到 45.1%，青少年网民当之无愧成为中国网民的重要组成部分。

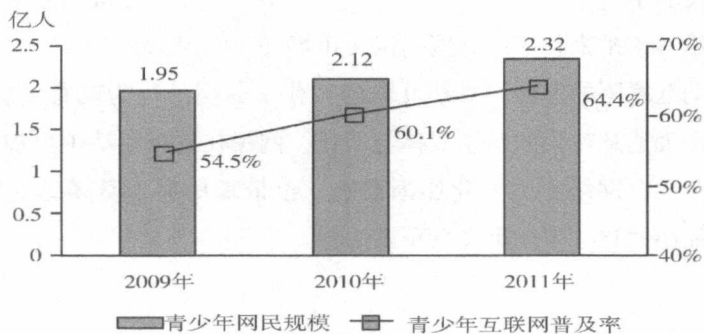


图 1-2 2009-2011 年青少年网民规模和占比

特别值得一提的是，从数据可以看出，对于中国青少年网民而言，网络娱乐、网络社交成为他们网络生活中最常使用的服务。除了网络娱乐和社交之外，网民网络音乐、网络游戏、网络视频和网络文学也是青少年网民使用频率比较高的几项，比重分别达到 6.0%、9.7%、3.4%、4.9%。而这些高频率使用的服务正是青少年网民可以自由发声的场所。

青少年网民网络沟通的活跃度远不止如此，在即时通信、博客/个人空间、微博和社交网站的使用率也不容小觑，表现十分活跃，普遍高于整体网民的水平。由此可见，青少年网民在网络主要表达场所相当活跃。

### 一、“90 后”就是主力军

那么到底怎么界定新网民呢？不妨先说说你听到“90 后”这个词语的感受吧，很多人第一反应是“脑残 90 后”、“非主流”这样的词汇，网络上流传一句话：20 世纪 80 年代下的蛋还没有完全孵化，90 年代已经开始暴走。“暴走”一词来源于日本动画片中，意思就是指在失控状态下机器人的变身行为，暂且不管是不是确有其事，但是毋庸置疑的是，每当大家提起“90 后”就会提到这种姿态已经司空见惯，从“90 后”刚刚双脚落地开始，已经“暴走”在各种舆论之

<sup>①</sup> 数据来源于中国互联网信息中心发布的《中国青少年上网行为调查报告》<http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwzxbg/qsnbg/>