

# COVID-19 期间微博用户的情绪表达

Emotional Expression of Weibo Users in China during the COVID-19

李红燕 Li Hongyan

(平凉市崆峒区疾病预防控制中心 甘肃平凉 744000)

(Kongtong District Center for Disease Control and Prevention of Gansu Province, Pingliang ; 744000)

**【摘要】**目的 对社交媒体的情绪表达进行分析,反思如何正确理解情绪表达现象,避免“后真相”事件的发生。方法 基于情感表达框架,对收集到的49条中国官方媒体账号在COVID-19期间发布的微博及其评论进行编码,探讨账号类型、文本形式、讨论激烈度和情感表达倾向之间的关系。结果 情感作为沟通的基本要素,在社交媒体时代变得越来越重要,影响力也越来越大;社交媒体用户的表达方式也越来越具有情感特征。结论 账号类型和讨论强度与微博用户的情感表达存在相关性,而文字形式与情感表达的相关性不明显。

**[Abstract]**Objective To analyzes the emotional expression of social media and reflects on how to correctly understand the phenomenon of emotional expression and avoid the occurrence of "post-truth" events. Methods Based on the framework of emotional expression, this study encodes the collected 49 micro blogs published by China's official media accounts and their comments during COVID-19, and discusses the relationship between account types, text forms, discussion intensity and emotional expression tendency. Results Emotion, as an essential element in communication, is becoming increasingly important and influential in the era of social media. The expression of social media users also has more and more emotional characteristics. Conclusion It is found that account types and discussion intensity have a correlation with the emotional expression of Weibo users, while the correlation between text forms and emotional expression is not obvious.

**【关键词】** COVID-19 ; 情感表达; 情感交流; 社交媒体

**[Keywords]** COVID-19; Emotional expression; Emotional communication; Social media

中文分类号: R05 文件标识码: A 文章编号:

随着社交媒体的飞速发展,互联网用户获取信息的渠道受到挤压。互联网的开放性、交互性、无界性等特点,加速了信息的传递和交流,相对赋予了人们表达的自由。近年来,社交媒体逐渐成为新闻发布的主要渠道和舆论中心<sup>[1]</sup>。一项基于推特的研究表明,社交媒体用户访问主流新闻网站的频率是其他人的2~3倍<sup>[2]</sup>,这与主流新闻网站利用社交媒体推送短信密切相关。然而,在当今的社交媒体中,情感往往先于理性思考。情绪表达的速度和有效性通常比其他类型的交流更强大和更重要。情感表达已成为公共生活的一种趋势。社交媒体使个人可以广泛地表达和

传播自己的情绪,进而通过群体交流来宣传舆论,这似乎已经不可避免地成为社交媒体时代的一个特征。

## 1 资料与方法

### 1.1 情感和情感表达

作为个体,情感是人类与生俱来的心理特征,情感的分享是人类自然的心理需求。同时,在交流中形成情感的传播;文献[3]区分了“情感”和“情绪”的概念,指出“情绪”的概念更适合研究舆论话题。网络事件的演进必然导致公众情绪的变化,因此使用“情绪传播”更能体现其动态特征。

一些研究人员将情感交流定义为个体或群体的情感及其伴随的信息表达、感染和分享行为<sup>[4]</sup>。情感表达是情感交流中的一种特定行为,在心理学上定义为“情感的阅读、情感陈述的产生和情感感受的书写”,情感语言将改善情感感

知。

情感具有社会属性。有学者指出,情感社交能满足社会一致性和归属感的基本社会需求。其他不同的学者也指出,将情感视为一种非理性的表达方式,不仅是由于学术关注的原因,而且与中国舆论中明显的情感特征有关。<sup>[4]</sup>

### 1.2 情感表达载体

如以下观点所述:“数字人际网络的连接催生了在广场、营地、清真寺和大型集会中具有强烈情感的面对面互动”。情感话语的呈现方式受到社交媒体的影响,产生了特定的呈现方式,如简短、醒目、互动的话题标签。李认为,微博用户的评价和讨论倾向于使用反面表达,如反问、联想等表达负面情绪,容易质疑政府事件,还发现微博用户的情绪在公共卫生事件中很容易被利用和放大<sup>[5]</sup>。

在不考虑个人的社会表达的情况下,媒体的实践已经开始变得情绪化。与纸质形式相比,传统新闻媒体的微博账号具有明显的情感表达倾向。

### 1.3 情绪表达框架

对于大众产生的网络文字,往往是民意的直白表达,其意义是显而易见的。它不需要太多的理解和解释,因此被认为不适合合作框架理论。但是,信息文本本身对受众的情感表达有影响,正反媒体框架可以影响受众的“感性意义”,媒体的意义叙事方式也可以影响受众的“感性意义”。负面情绪判断。情感表达可能是群体对新闻事件的性质和它所涉及的新闻叙事框架的反应。

基于框架理论对公共文本进行分析,以微博用户的评论作为框架的补充,主要通过对方官方微博文本和个人微博评论

文本进行编码,探讨账号类型、文本形式、讨论激烈度和情感表达倾向之间的关系。在前人研究的基础上,提出研究假设:

H1: 不同账号类型,账号类型与微博情感表达存在相关性。

H2: 对于不同的文本形式,文本形式与微博情感表达存在相关性。

H3: 对于不同的讨论激烈度,讨论激烈度与微博情感表达存在相关性。

#### 1.4 方法

论文选取了 COVID-19 期间官媒微博账号发布的文字及其下的个人评论文字。收集数据的过程如下:

本研究选取 2021 年 12 月中国 COVID-19 疫情初期新闻发布和讨论最为集中的时间,选取当月社会影响前三名的事件:“北京、深圳等地的输入病例”、“疫情的吹哨人李文亮医生死于 COVID-19”、“专家说:新冠肺炎的传播是通过气溶胶传播的”,并提取新闻关键词“海外”、“李文亮”、“气溶胶”。随后,选择了“人民日报”、“环球时报”和“财新网”三大官方媒体的微博账号,搜索了三个媒体在 COVID-19 年初发布的微博消息,其中包括三个关键词。由于一系列相关次要事件的影响,本研究将搜索事件范围从 2021 年 12 月 1 日扩大到 2022 年 3 月 31 日,并提取了每条评论(如果评论区的评论少于 5 条,则所有评论都不提取);这些评论排名前五。手动排除重复内容后,我们得到最终样本。

本文综合情感表达编码和情感表达框架形成的情感表达框架如表 1 所示。总共使用 4 个子维度对获得的数据进行分析和编码。变量包括账号类型,文字形式,评论数量,情绪倾向。

表 1 文本分析的维度和指标

方面	指标
帐户类型	官方的,个人的
文本形式	文字、图片和文字、视频、视频和文字
讨论强度	评论数 < 1000, ≥1000 且 ≤5000, > 5000
情感表达	完全中立,轻微或一般的批评/赞美,强烈的批评/赞美

## 2 结果

### 2.1 不同账户类型之间的情感表达差异

为了探究不同账户类型与情感表达之间的关系,本研究对账户类型和情感倾向两个变量进行了卡方检验。结果如表 2 所示。不同类型账户情绪倾向存在显著差异 ( $\chi^2=7.387$ ,  $d.f.=4$ ,  $p < 0.001$ )。

表 2 不同账户类型情感表达差异的卡方检验

项点	数值	df	渐进性
皮尔逊卡方	73.403 <sup>a</sup>	2	.000
似然比	73.609	2	.000
线性关联	57.547	2	.000
有效案例数	288	/	/

### 2.2 不同文本形式之间的情感表达差异

为了研究不同内容形式与情感表达的关系,本研究对内容形式和情感倾向两个变量进行了卡方检验。结果如表 3 所示。不同内容形式的情绪倾向差异不显著 ( $\chi^2=1.453$ ,  $d.f.=4$ ,  $p=0.835$ )。

表 3 不同文本形式之间情感表达差异的卡方检验

项点	数值	df	渐进性
皮尔逊卡方	1.453 <sup>a</sup>	4	0.853
似然比	1.440	4	0.837
线性关联	0.206	1	0.650
有效案例数	248	/	/

### 2.3 不同讨论激烈度之间的情感表达差异

为了研究不同层次的讨论与情绪表达之间的关系,本研究对内容形式和情绪取向两个变量进行了卡方检验。结果如表 4 所示。不同讨论强度的情绪倾向存在显著差异 ( $\chi^2=19.923$ ,  $d.f.=4$ ,  $p=0.001$ )。

表 4 不同讨论激烈度情感表达差异的卡方检验

项点	数值	df	渐进性
皮尔逊卡方	19.923 <sup>a</sup>	4	0.001
似然比	19.842	4	0.001
线性关联	12.139	1	0.000
有效案例数	247	/	/

## 3 讨论

研究表明,账号类型与微博情感表达、讨论激烈度等存在相关性,但文本形式与微博情感表达无明显相关性。H1 卡方检验结果表明,微博平台上具有情感表达特征的账号类型以个人用户为主。官方媒体账号在发布新闻时有规范和要求。虽然与传统纸媒相比,官方媒体的微博消息正在积极顺应社交媒体时代,实现身份转变,但与个人微博相比,仍缺乏自由度。本研究选择的时间是 COVID-19 的中后期阶段。对疫情信息的准确性、及时性和权威性的要求比以往更加严格。同时,要承担比以往更加重要的舆论引导任务。另一方面,对于个人用户而言,人们主要关注的新闻信息集中在一个统一的疫情相关话题和热搜榜下。在这种情况下,算法将受到人们的统一关注,用户甚至会主动搜索有关 COVID-19 的信息。这种短时间内的信息,会让整个情绪状态处于一种高度敏感的状态,而这种状态很容易被引导,变成一种极度宣泄的状态。于是,中国网民在突发事件中的网络言论很容易情绪化。面对层出不穷的各类信息,包括科学、医疗、政策、社会等,相应的媒体素养要求也越来越高,个人用户的表达更容易体现情感倾向。

H2 的卡方检验表明,文本形式不影响情绪表达的倾向。虽然技术正在快速迭代公众接受信息的方式,但公众的宣泄并不需要具体的煽动。在社交媒体中,以图像为中心的视觉文化解释了人们如何理解周围事物的方式以及如何理解他们所接触的信息。不同类型信息的接受和转化会影响人们对社会的认知,进而影响人们的情感表达。经过对文本的进一步分析,本研究认为,虽然所选择的素材存在形式上的差异,但它们在核心表达的内容上往往是一致的。因此,本研究尝

试在框架时间范围内搜索所有相关文本，并没有发现显著差异。以往对短视频等新媒体文本形式的研究，其内容特征和形式特征是统一的。一旦内容主题受到限制，其发展缓慢，影响力小。因此，如何区分这两个变量的内容和形式以及它们对情绪表达的影响可能成为本研究的重点。

H3 卡方检验表明情绪表达与讨论激烈度有关。情绪容易传播的特点被社交媒体放大了。在更多微博评论的讨论下，情绪化的言论较为集中。然而，也应该注意到，在互联网中，沉默的情绪与群体极化之间存在相互作用，即人们通过观察主导情绪来做出反应；一维的情感交流越来越快，情感链条的形成和扩散也逐渐加快。本研究分析表明，疫情期间消息密度较高，用户对规范化微博消息的关注度远不及一

些负面事件，尽管后者在所有文本中占比较小，充分说明疫情期间的负面事件不会随着其他消息的增加而减少。于是，负面事件带来的负面情绪，因为沉默而形成了巨大的体量。

本文也存在一些研究局限。首先，人工编码方法目前只关注特定事件背景下的文本分析，不足以对大量社交媒体文本进行详细分析；其次，在社交媒体平台的情感传播中，情感的历时性也值得关注。负面情绪容易导致人将肤浅的认知带入周围环境，从而轻率地做出结论和紧急行为。对同一用户的情感文本分析或许能够发现用户的情感是如何受到倾向性情感话语影响的，尤其是面对逆转新闻引发的舆论，这也是本研究的意义所在。

### 参考文献:

- [1]黄鑫楠,孙斌栋,张婷麟.地理距离对互联网社会中网络信息传播的影响[J].地理学报,2020,75(04):722-735.
  - [2]黄春华,吴先华,万莉莉,等.新冠肺炎疫情下产房常态化防控管理[J].基层医学论坛,2021,25(30):4426-4427.
  - [3]田浩,常江.社交媒体时代党报的文化转型—基于《人民日报》情绪化表达的个案分析[J].新闻记者,2019(01):79-86.
  - [4]刘珍,赵云泽.情绪传播的社会影响研究[J].编辑之友,2021(10):49-55.
  - [5]李聪.问题疫苗事件微博传播中的情绪与表达[D].武汉大学,2019.
- 作者简介:李红燕,女,本科,主管护师