

大学生网络流行语社会心理认知实证研究

■ 倪建均

(浙江农林大学 工程学院, 浙江 杭州 311300)

【摘要】网络流行语在一定程度上反映了大学生的价值取向,折射出大学生的心理态度、情绪表达和利益诉求。通过2015年调查显示,高校大学生网络流行语社会心理认知自我实现因子得分最高,从众心理得分最低,而且不同性别、城市与农村、党员与非党员、是否学生干部的大学生之间存在显著差异,性别和专业的交互作用(交互效应)显著。因此,必须有效把握网络媒体的特点,切实加强分类分层指导,加强网络话语体系研究,不断提升网络文明素养,创新思想政治教育模式,增强网络思想引领的实效性,实现网络思想教育的无障碍对接。

【关键词】大学生 网络流行语 心理认知 语言表达体系

随着网络话语体系的逐渐发展并形成特有的网络文化,高校应加强对构建思想政治教育话语体系的研究与实践^[1]。掌握青年学生网络话语特点,研究分析学生网络话语表达方式、接受习惯及背后的社会心理动因,从而创新高校思想政治教育模式和话语表达体系,这对增强网络思想政治教育的实效性有重要意义。

一、研究对象与方法

(一) 研究被试

2015年10月我们通过对浙江省部分高校大学生进行分层抽样,发放调查问卷800份,实际回收有效问卷714份,回收率89.3%。其中男310人,占43.4%,女404人,占56.6%;党员55人,占7.7%,非党员659人,占92.3%;文科194人,占27.2%,理工科409人,占57.3%,艺术类111人,占15.5%;一年级398人,占55.7%,二年级232人,占32.5%,三年级84人,占11.8%;学生干部413人,占57.8%,非学生干部301人,占42.2%;农村学生477人,占66.8%,城市学生237人,占33.2%。

(二) 研究工具

1. 问卷编制

网络流行语是网民创造的在网络虚拟空间里广泛传播的具有一定修辞风格和句式表达的

收稿日期:2016-06-10

作者简介:倪建均,浙江农林大学工程学院党委书记,硕士,讲师,国家二级心理咨询师,主要研究大学生思想政治教育。

基金项目:本文系2015年浙江省哲学社会科学规划课题“基于微博传播的青年学生话语表达路径及其社会心理机制研究”(课题编号:15NDJC202YB)、2015年浙江省教育科学规划课题“新媒体语境下的高校思想政治教育话语表达路径研究——基于社会心理学视角”(课题编号:2015SCG342)的研究成果。

语言。具有简洁通俗性(如给力、神马都是浮云、你懂的)、幽默诙谐性(如小鲜肉、高富帅、女汉子、主要看气质)、社会讽刺性(如伤不起、有钱就是任性、我爸是李刚)等特征。在网络流行语使用背后常表现出自我实现、从众心理、情绪感染等社会心理动因。自我实现是大学生喜欢标新立异、张扬个性、追求时尚的心理特点。从众心理会使人在模棱两可的情况下,缺少参照架构(意见),越来越相信多数人,产生从众行为。情绪感染实质上是情绪的传递交流,往往在具有相似态度、价值、社会地位的学生和相似情景中发生。问卷采用李克特五点式评价法,通过对问卷项目进行评价,制定初测问卷,包含 32 个题项,根据初测问卷,选取 189 名学生对象进行试测,通过项目分析,对题目进行筛选和剔除,并采用主成分分析法对问卷进行探索性因素分析(适合度检验发现,KMO 检验值为 0.957),最终形成《大学生网络流行语社会心理认知调查问卷》,该量表共有 27 个题项,包括自我实现(11 题)、从众心理(8 题)、情绪感染(8 题)等三个维度。

2. 信度效度分析

研究发现,该调查问卷的内部一致性系数(Cronbach's Alpha 系数)为 0.924,表明调查问卷信度良好。同时,通过验证性因素分析(结构方程模型 AMOS 17.0)发现该模型与数据的拟合程度良好(调查问卷各项拟合指标: $\chi^2 = 712.977$, $df = 317$, $\chi^2/df = 2.249$, $RMSEA = 0.042$, $NFI = 0.895$, $CFI = 0.938$),研究分析说明该调查问卷结构良好。

3. 数据分析

采用统计分析软件 SPSS 19.0 和结构方程模型 AMOS 17.0 进行数据统计分析。

二、研究结果与分析

(一)大学生网络流行语社会心理认知总体状况

通过分析大学生网络流行语社会心理认知总体特点,发现高校大学生网络流行语社会心理认知自我实现因子的平均得分最高($M = 31.01$, $SD = 8.04$),从众心理因子平均得分最低($M = 23.28$, $SD = 5.42$),情绪感染因子平均得分居中($M = 25.05$, $SD = 5.01$)。

(二)不同人口学特征因素的大学生网络流行语社会心理认知差异

对不同人口学特征因素的大学生进行差异分析,结果表明,不同性别的大学生网络流行语社会心理认知在自我实现($t = 5.05$, $P < 0.001$)和从众心理维度($t = 3.39$, $P < 0.001$)上差异显著,而不同政治面貌(党员与非党员)学生在情绪感染维度($t = -2.52$, $P < 0.05$)上差异显著。

研究表明,大学生网络流行语社会心理认知在自我实现维度($t = -2.33$, $P < 0.05$)和从众心理维度($t = -2.63$, $P < 0.01$)上,学生干部与非学生干部之间存在显著差异,而不同家庭来源(城市与农村)的学生在自我实现($t = 2.90$, $P < 0.01$)、从众心理($t = 2.95$, $P < 0.01$)和情绪感染($t = 2.05$, $P < 0.05$)三个维度上均存在显著差异。

但研究同样表明,在不同年级之间大学生网络流行语社会心理认知各因子差异不显著。

表 1 不同专业大学生网络流行语社会心理认知差异分析

| 心理认知 | 文科 M ± SD | 理工科 M ± SD | 艺术类 M ± SD | 总分 M ± SD | F |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------|
| 自我实现 | 29.18 ± 7.98 | 31.74 ± 8.15 | 31.43 ± 7.29 | 31.00 ± 8.04 | 4.694 ** |
| 从众心理 | 22.65 ± 5.62 | 23.62 ± 5.42 | 23.16 ± 5.03 | 23.28 ± 5.42 | 1.556 |
| 情绪感染 | 25.15 ± 5.06 | 25.09 ± 5.09 | 24.74 ± 4.65 | 25.05 ± 5.01 | 0.179 |

注:**表示 $p < 0.01$

由上表可以看出,大学生网络流行语社会心理认知的自我实现维度上专业的主效应显著($F=4.694, P < 0.01$),但专业在从众心理和情绪感染上的主效应则不显著。这说明来自不同专业类别的大学生在自我实现因子上得分有显著差异,而且在自我实现维度上,理工科学生平均得分显著高于文科与艺术类学生得分。

(三)性别、专业与学生干部等变量对网络流行语社会心理认知的多因素方差分析

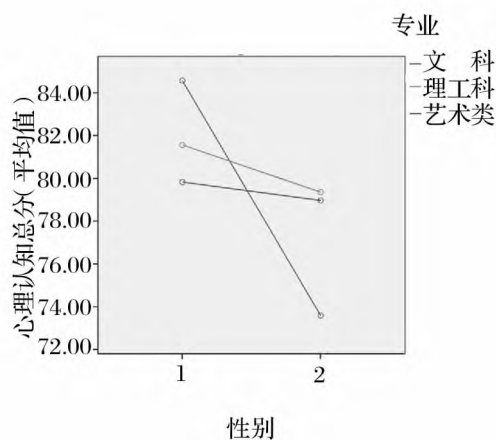
表2 性别、专业与学生干部对网络流行语社会心理认知的多因素方差分析

| 变异来源 | Type III 和方 | 自由度 | 均方 | F | Sig. | Partial Eta Squared | Observed Power ^b |
|--------------------|------------------------|-----|-----------|-----------|-------|---------------------|-----------------------------|
| 修正模型 | 8 982.842 ^a | 12 | 748.570 | 2.824 | 0.001 | 0.046 | 0.988 |
| | 282 386.63 | 1 | 282 386.6 | 1 065.124 | 0.000 | 0.603 | 1.000 |
| 性别 | 2 977.75 | 1 | 2 977.75 | 11.232 | 0.001 | 0.016 | 0.917 |
| 专业 | 336.20 | 3 | 112.06 | 0.423 | 0.737 | 0.002 | 0.135 |
| 学生干部 | 1 374.20 | 1 | 1 374.20 | 5.183 | 0.023 | 0.007 | 0.623 |
| 性别 * 专业 | 2 415.50 | 2 | 1 207.75 | 4.555 | 0.011 | 0.013 | 0.774 |
| 性别 * 学生干部 | 68.11 | 1 | 68.11 | 0.257 | 0.612 | 0.000 | 0.080 |
| 专业 * 学生干部 | 392.91 | 2 | 196.45 | 0.741 | 0.477 | 0.002 | 0.176 |
| 性别 * 专业 * 学生 干部 | 79.93 | 2 | 39.96 | 0.151 | 0.860 | 0.000 | 0.073 |
| Error | 185 849.82 | 701 | 265.12 | | | | |
| Total | 4 688 590.00 | 714 | | | | | |
| Corrected Total | 194 832.66 | 713 | | | | | |

通过2(性别)*3(专业)*2(学生干部)实验设计,对大学生网络流行语社会心理认知进行多因素方差分析发现,在大学生网络流行语社会心理认知的总分上,性别的主效应显著($P < 0.001$),学生干部的主效应显著($P < 0.05$)。通过多因素方差分析发现,性别与专业之间的交互效应显著($P < 0.01$),Partial Eta Squared(效力大小)为0.013,Observed Power(检验效能)为0.774。由于性别与专业之间存在交互作用(显著),以性别作为横坐标,以心理认知的总分(平均值)作为纵坐标,做性别与专业的交互作用图,进一步分析性别与专业对大学生网络流行语社会心理认知的影响。

可以看出,在文科专业水平上,不同性别学生对大学生网络流行语社会心理认知存在差异,而且在文科学生中男生比女生得分明显要高。在理工科和艺术类专业学生中男生与女生对大学生网络流行语社会心理认知得分差异不明显。

进一步做性别与专业的简单效应检验(存在交互作用,且达到显著水平),发现在性别(男生)水平上,不同专业之间平均得分差异不显著,在性别(女生)水平上不同专业之间平均得分差异显著($P < 0.01$),且理工科得分最高,文科得分最低。同样研究发现,在文科专业水平上,男女生得分差异



专业与性别对网络流行语社会心理认知总分的交互作用图

显著($P < 0.001$),且男生得分高于女生,而在理工科和艺术类水平上男女得分差异不显著。

三、总结与讨论

(一)大学生网络流行语社会心理认知的总体情况

研究表明,高校大学生网络流行语社会心理认知自我实现因子的平均得分最高,从众心理因子得分最低。这说明网络流行语被大学生广泛接受和传播的最主要的社会心理动机是张扬个性、标新立异,通过使用网络语言来表现自我。大学生群体在知识、年龄、社会价值观和思维方式上非常相似,在一些网络敏感事件和热点问题的看法上容易产生相似心理态度,产生情绪共鸣并相互感染,并用相关网络流行语来表达自己的情绪和心理态度。另外,大学生对网络虚拟世界中的一些信息缺乏足够的判断力,特别是在模棱两可的情况下,在缺少参照架构时,会相信大多数人的观点和行为,也会产生从众行为,学习、模仿和使用网络流行语。

(二)不同性别与政治面貌的大学生心理认知的差异

研究发现,男女大学生在网络流行语社会心理认知的自我实现和从众心理维度上男生平均得分高于女生。这可能是因为在网络虚拟环境中男生比女生更喜欢张扬自己的个性特点,喜欢展示自我。同样,在对一些网络热点事件或信息的分析判断方面,男生更愿意参考或分享周围同学的一些共同意见和观点。研究发现,党员与非党员学生在情绪感染维度上差异显著,党员学生的平均得分低于非党员学生。这可能是因为在大学生中党员是优秀分子,在学习、思想和心理上相对非党员学生更优秀或成熟,所以在使用网络语言表达情绪和观点时更加理性。

(三)是否学生干部和不同家庭来源学生心理认知的差异

研究发现,在自我实现和从众心理维度上,学生干部平均得分要低于非学生干部。这可能是因为学生干部是学生中的骨干力量和活跃分子,在学习、思想和社会工作等方面相对优秀,而非学生干部相对比较自卑,希望在网络虚拟世界中表达自己的思想观点,找到现实生活中缺失的存在感。同样,非学生干部在对一些网络信息的分析判断和处理上也相对缺乏自信和主见,易表现出从众行为。研究发现,城市与农村学生在自我实现、从众心理和情绪感染三个维度上均存在显著差异。来自城市的学生相比来自农村的学生表现得更加自信,喜欢张扬个性、实现自我,善于与人沟通交流、表达自己的情感。

(四)不同专业大学生网络流行语社会心理认知差异

研究表明,网络流行语社会心理认知在自我实现维度上专业的主效应显著,理工科学生平均得分显著高于文科与艺术类学生,而在从众心理和情绪感染两个维度上专业的主效应则不显著。这可能是由于理工科学生所学习专业相对文科和艺术类来说比较枯燥乏味。同样,理工科学生思维严谨,逻辑性强,但在人文素养方面相对欠缺,更倾向于在网络虚拟世界中运用网络语言表现自己的个性,表达自己的思想和观点,实现自我价值,找到自己的存在感,而理工科与文科、艺术类专业的大学生在心理年龄和社会价值观上相似,在网络世界使用网络语言的过程中从众心理和情绪感染方面表现得没有明显差别。

(五)性别、专业与学生干部等变量对心理认知的多因素方差分析

研究发现,总体上看大学生网络流行语社会心理认知,性别的主效应显著、学生干部的主效应显著。这说明男女学生在网络流行语社会心理认知上存在明显差异,学生干部与非学生干部之间也存在明显差异。研究发现,在性别与专业之间存在交互效应。从性别与专业的交互作用图中分析发现,在文科专业中男女学生对网络流行语社会心理认知存在差异,而且在文科学生

中男生比女生得分明显要高。这可能是在文科专业学习中女生在某些知识方面往往更有优势,男生更需要有一种载体和途径(网络世界)来表现自我,实现自我。研究发现,在女生中不同专业之间平均得分差异显著,且理工科得分最高,文科得分最低。这可能是对于理工科专业知识的学习,女生往往不占优势,个别甚至有些自卑,她们同样需要有其他渠道和途径,如在网络虚拟环境中使用网络语言来表达自我和证明自己,找到另一种自信。

四、建议与对策

(一)有效把握网络媒体特点,切实加强分层分类指导

网络语言是大学生展示个性、挑战传统的媒介工具,也是对高校思想政治教育工作提出的新挑战^[2]。网络新媒体平台具有开放性、自主性、平等性等特征以及学生匿名表达、平等参与、虚拟场景等交流形式,从而形成了全新的思想交流方式和文化环境。本研究分析了大学生网络流行语社会心理认知上不同性别、政治面貌、专业、年级的学生以及学生干部和非学生干部、城市学生和农村学生之间存在的差别。这也就要求网络思想政治教育要把握网络新媒体的特点和传播规律,针对不同的学生在网络流行语社会心理认知上的差异情况进行分层分类指导,通过学生网络语言信息监控,掌握学生思想动态。要定期做好舆情分析,有效化解潜在的矛盾。

(二)加强网络话语体系研究,不断提升网络文明素养

以网络流行语为主要表现形式的网络话语在大学生中被广泛传播和使用,并逐渐形成了带有亚文化色彩的网络话语体系。青年作为时代的先锋,其话语方式也随着时代发展而出现重大变化并强烈地向外展示着其独特的话语镜像^[3]。网络语言折射出了大学生的心理态度、情绪表达和利益诉求。通过对大学生网络流行语社会心理认知的研究,可以深入分析大学生网络话语体系,分析不同学生在网络流行语社会心理动因上的差异。传统思想教育话语和网络语言的差异,造成了教育主客体双方的话语理解差异。教育者要适应和把握网络文化,分析网络新媒体特点和学生文化心理以及话语表达方式与接受习惯,因势利导,加强网络思想教育。要切实净化网络空间,提升学生网络文明素养,培育健康的网络文化。

(三)创新思想政治教育模式,增强网络思想引领实效性

网络语言往往呈现出创造性、多变性、生活化等特点,这与传统语境严肃、形式呆板、话语规范的思想教育话语之间形成了一定矛盾、冲突和交流障碍。高校要研究分析大学生网络话语的表达心理和接受习惯,加强网络话语研究,分析教育主体和客体之间网络话语差异,根据网络传播规律和学生心理特点,实现网络思想政治教育话语变革,消除话语隔阂和交流障碍。在新媒体网络语境下,要尊重学生的主体地位和话语权,改变传统教师权威的观念,建立真诚、平等、互动的交流模式,切实增强网络思想政治教育的实效性。但网络流行语作为网络话语形式和载体,也不是没有规则的,不能一味地迎合青年学生对语言形式低俗化和生活化的要求。大学生网络话语权的正确行使与有效释放,需要高校专家教授、师生党员、学生骨干发挥“意见领袖”的作用,对其进行积极教育和引导^[4]。

[参 考 文 献]

- [1]沈建红:《网络文化与高校思想政治教育网络话语体系构建》,载《教育探索》,2009年第10期。
- [2]周山东 刘 芳:《大学生网络行为的亚文化特征分析》,载《当代青年研究》,2013年第5期。
- [3]王明春:《青年话语变迁与思想政治教育话语冲突及调适》,载《中国青年研究》,2011年第4期。
- [4]苏 娜:《大学生网络话语权的发展现状与提升策略研究》,载《江苏高教》,2015年第3期。

(责任编辑:任天成)