

# 网络流行文化视域下大学生情绪管理能力研究

刘亚菲<sup>1</sup>, 刘淑雅<sup>2</sup>, 盛盼盼<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>天津仁爱学院心理健康教育中心, 天津

<sup>2</sup>天津仁爱学院学工部, 天津

收稿日期: 2026年5月12日; 录用日期: 2026年6月5日; 发布日期: 2026年6月17日

## 摘要

在互联网时代, 大学生群体形成了独特的情绪表达方式, 他们对网络热梗、发疯文学等耳熟能详, 这一现象不仅反映了当代青年的心理状态, 也可能成为观测其情绪问题的窗口。本研究以大学生“网络流行文化”现象为切入点, 探讨当代青年情绪管理问题, 采用大学生情绪管理问卷对758名大学生进行调查, 系统考察大学生“网络流行文化”的使用特征及情绪管理特点, 结果发现: (1) 艺术类学生在情绪调控能力方面显著高于理工类、文史类学生, 理工类学生情绪调控能力的均分高于文史类, 但是不存在显著差异; (2) 网络流行语使用情况对情绪管理总分呈现正向预测趋势; (3) 网络流行语使用情况与情绪理解能力、情绪运用能力呈微弱正相关, 情绪管理能力较强的个体更善于捕捉和使用网络流行语中的情绪信息, 将其作为情绪表达与人际互动的工具。本研究为数字时代大学生情绪调节研究提供新范式, 揭示“非理性表达”背后的适应性心理策略, 识别危机信号, 为大学生情绪调控的本土化策略提供参考依据。

## 关键词

情绪管理, 大学生, 网络流行文化

# Research on College Students' Emotional Management Ability from the Perspective of Internet Pop Culture

Yafei Liu<sup>1</sup>, Shuya Liu<sup>2</sup>, Panpan Sheng<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Mental Health Education Center, Tianjin Renai College, Tianjin

<sup>2</sup>Department of Student Affairs, Tianjin Renai College, Tianjin

Received: May 12, 2026; accepted: June 5, 2026; published: June 17, 2026

\*通讯作者。

文章引用: 刘亚菲, 刘淑雅, 盛盼盼(2026). 网络流行文化视域下大学生情绪管理能力研究. *心理学进展*, 16(6), 264-271. DOI: 10.12677/ap.2026.166314

## Abstract

In the Internet era, college students have developed unique ways of expressing emotions. They are familiar with online buzzwords and “crazy literature”, a phenomenon that not only reflects the psychological state of contemporary youth but may also serve as a window to observe their emotional issues. This study takes the “Internet popular culture” phenomenon among college students as a starting point to explore the emotional management problems of contemporary youth. A survey was conducted on 758 college students using the College Students’ Emotional Management Questionnaire to systematically investigate the usage characteristics of “Internet popular culture” and the emotional management features of college students. The results show that: (1) Art students have significantly higher emotional regulation abilities than science and liberal arts students. The average score of science students in emotional regulation ability is higher than that of liberal arts students, but there is no significant difference; (2) The usage of Internet buzzwords shows a positive predictive trend for the total score of emotional management; (3) The usage of Internet buzzwords is weakly positively correlated with emotional understanding ability and emotional application ability. Individuals with stronger emotional management abilities are better at capturing and using the emotional information in Internet buzzwords as tools for emotional expression and interpersonal interaction. This study provides a new paradigm for the research on emotional regulation of college students in the digital age, reveals the adaptive psychological strategies behind “irrational expression”, identifies crisis signals, and provides a reference basis for the localization strategies of emotional regulation for college students.

## Keywords

Emotional Management, College Students, Online Popular Culture

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2024年国民心理健康状况、影响因素与服务状况的调查中, 18~24岁年龄组在抑郁风险、焦虑风险等心理健康的代表性指标上得分均在最高位(孙向红, 蒋毅, 2025)。大学生正处于此年龄阶段, 受社会、学校和家庭等因素影响经常遇到多方面的情绪困扰, 过去十余年, 大学生遭遇情绪和行为问题的比例显著上升(陈雨濛等, 2022)。这直接影响学生心理健康, 进而影响学生的自我管理与发展。大学生是国家未来创新和科技进步的关键力量, 其心理健康状况直接关系国家创新力和竞争力。情绪管理是通过对自己和他人情绪的觉察, 进而对自己的情绪进行理解和运用, 通过一定的方法进行调控, 最后表现出来的过程(孟佳, 2012)。有研究表明, 情绪管理能力对人的生活满意度和主观幸福感具有正向的预测作用(Mikulic et al., 2010), 良好的情绪管理能力可以引导人们自发地对自己的情绪进行内省和干预, 帮助人们提高幸福水平(Guerra-Bustamante et al., 2019)。因此, 关注并加强大学生情绪管理能力, 既是提升他们心理健康水平的需要, 也是关乎国家发展的需要。

Z时代的大学生群体是网络的原住民, 他们深谙网络的使用, 活跃于各类娱乐APP中, 早已习惯网络化生存。网络流行语指一定时段内在网络领域被网民自发使用的、最活跃的、具有发酵功能和特殊意义的并往往对社会现实产生影响的语言符号(杨奇光, 2024)。目前关于网络流行文化的研究主要围绕三

个角度：其一，从社会传播的角度出发，研究者主要聚焦网络流行语的传播机制。研究显示，媒介技术革新、社会心态变迁与个体情绪释放共同促成了流行语的快速兴起与广泛流传(黄龙, 2025)。其二，从语言学的角度出发，研究者进行了大量的具体文本的分析，如关于“班味”“city不city”“爱你老己”“废话文学”等等文本的多位研究。其三，从受众心理的角度出发，研究者主要关注网络流行语使用背后的社会心态及情绪释放。青年群体是网络流行文化的引领者与主要使用者，他们借助网络流行语表达自我。尤其是不断推陈出新的网络热梗，反映了青年群体对经济社会发展的情绪体验、情绪表达与情绪需要(薛一飞, 2024)。网络流行语既反映时代变迁的文化轨迹，又微妙映射社会心态，成为观察社会民意的重要窗口(郭小安, 2026)。有的研究通过对青年“发疯”行为的梳理和总结，认为网络流行语“发疯文学”有多种现实表征，揭露了其以“情绪宣泄”为本质的内核(吴心雨, 2024)。同样，有研究认为网络流行语“发疯文学”表现了当代青年情绪调节方式的创新：能够向外宣泄以脱离压力源，向内调节以增强掌控力。这种调节机制使得青年群体能够高效地完成对自身情绪的有效救援(晏青, 郭京, 2024)。

综上，网络流行语实质上是以情绪价值话语表达提供了青年群体所需要的积极情绪价值，展示了青年对社会竞争压力、负面心理情绪的释放。网络热梗的推陈出新显示情绪价值在人们的需求排序中不断提升。因此，本研究致力于了解大学生情绪管理现状、网络流行语的使用情况、及需求满足以及二者之间的关系，使其转化为情绪管理的突破口，帮助大学生建立积极的情绪态度和健康的情绪调节机制，助力他们的健康成长。

## 2. 研究方法

### 2.1. 被试

本研究通过问卷星进行线上问卷发放，选取天津某高校本科 983 名学生开展问卷调查，剔除作答时间过短以及胡乱作答的无效问卷后，共回收有效问卷 758 份，有效回收率为 77.11%。被试分布情况见表 1。

Table 1. Distribution of participants (N = 758)

表 1. 被试分布情况表(N = 758)

人口学变量	类别	人数(人)	百分比(%)
性别	男	272	36.70
	女	486	63.30
年级	大一	271	35.80
	大二	242	31.90
	大三	213	28.10
	大四	32	4.20
专业类型	理工类	419	55.30
	艺术类	228	30.10
	文史类	111	14.60
独生子女	是	242	31.90
	否	516	68.10
家庭教养方式	专制型	60	7.90
	民主型	459	60.60
	放任自由型	230	30.30
	漠不关心型	9	1.20

## 2.2. 研究工具

采用孟佳(2012)年编制的《大学生情绪管理问卷》，该量表共有 22 个题目，包括情绪觉察能力、情绪理解能力、情绪运用能力、情绪表现能力、情绪调控能力五个维度(孟佳, 2012)。采用 5 点计分，大学生根据自己一贯的情绪体验进行选择(即 1= 非常不符合；2= 不符合；3= 不确定；4= 符合；5= 非常符合)，分数越高表示情绪管理能力越强。该问卷具有良好的信度和效度，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.829。可作为大学生情绪管理能力状况测量工具使用。

## 2.3. 统计方法

研究使用 SPSS 26.0 统计软件，对数据进行差异性检验、相关及回归等分析。

## 3. 结果及讨论

### 3.1. 不同专业类型学生在情绪管理能力上的表现

本研究对有效问卷进行单因素方差分析，情绪管理总问卷及各维度的检验结果见表 2。

研究表明，不同专业类型学生之间在情绪调控能力存在显著差异，通过事后检验可以看出，艺术专业的学生在情绪调控能力方面显著高于文史类以及理工专业的学生，这与孟佳等人的以往研究结果相似。艺术类专业学生大多在高中时期便有艺术学习经验，他们需要规划时间、更早获取社会经验，艺术疗愈也是有效的情绪调节方式，因此他们的情绪调控能力相对要高。虽然理工类专业学生情绪调控能力的均分高于文史类，但是不存在显著差异。

**Table 2.** ANOVA for differences in each dimension of emotional regulation ability among students of different majors  
**表 2.** 不同专业类型学生在情绪管理能力各维度差异之 ANOVA 表

	平均数(标准差)			F 值	事后检验
	理工类(N = 419)	艺术类(N = 228)	文史类(N = 111)		
总问卷	3.550 (0.706)	3.66 (0.724)	3.440 (0.861)	3.804*	艺术类 > 理工类
情绪调控能力	3.511 (0.737)	3.639 (0.751)	3.371 (0.863)	4.897*	艺术类 > 理工类 艺术类 > 文史类
情绪表现能力	3.537 (0.754)	3.649 (0.775)	3.449 (0.892)	2.773	
情绪觉察能力	3.566 (0.723)	3.688 (0.741)	3.466 (0.904)	3.575	
情绪理解能力	3.609 (0.800)	3.681 (0.802)	3.450 (0.951)	2.931	
情绪运用能力	3.583 (0.788)	3.693 (0.763)	3.489 (0.940)	2.657	

注：\*表示  $p < 0.05$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ 。

### 3.2. 不同上网时长、网络流行文化使用方式学生情绪管理能力的表现

为考察上网时长与网络流行语使用情况对情绪管理能力的影响，分别以上网时长分组与网络流行语使用情况分组为自变量，以情绪管理能力总分及各维度为因变量，进行单因素方差分析，统计结果表明，大学生不同上网时长以及不同网络流行语使用情况与情绪管理各项能力之间不存在显著差异， $p$  值均大于 0.05，上均未达到统计学显著水平。这表明，单纯的上网时长并非影响情绪管理能力的关键因素。具体情况见表 3。

**Table 3.** ANOVA of emotional management dimensions by internet usage duration  
**表 3.** 不同上网时长学生在情绪管理能力各维度差异之 ANOVA 表

	平均数(标准差)					F 值	事后检验
	1 小时以内 (N = 15)	1~3 小时 (N = 129)	3~6 小时 (N = 322)	6~10 小时 (N = 216)	10 小时以上 (N = 76)		
情绪管理能力	81.07 (23.822)	77.98 (15.627)	79.27 (15.491)	78.13 (14.800)	76.70 (21.908)	0.686	无
情绪调控能力	3.72 (1.094)	3.52 (0.753)	3.55 (0.733)	3.51 (0.701)	3.46 (0.992)	0.717	无
情绪表现能力	3.62 (1.142)	3.53 (0.734)	3.59 (0.745)	3.54 (0.752)	3.48 (1.012)	0.802	无
情绪觉察能力	3.72 (1.051)	3.52 (0.721)	3.60 (0.730)	3.61 (0.690)	3.51 (1.033)	0.585	无
情绪理解能力	3.67 (1.175)	3.60 (0.770)	3.65 (0.770)	3.58 (0.792)	3.52 (1.127)	0.735	无
情绪运用能力	3.71 (1.132)	3.60 (0.732)	3.67 (0.774)	3.53 (0.75)	3.49 (1.089)	0.245	无

注:  $N = 758$ 。所有  $p > 0.05$ , 组间差异均不显著。

**Table 4.** ANOVA of differences in each dimension of emotional management ability among students with different internet catchphrase usage  
**表 4.** 不同网络流行语使用情况学生在情绪管理能力各维度差异之 ANOVA 表

	平均数(标准差)				F 值	事后检验
	经常使用 (N = 58)	有时使用 (N = 257)	偶尔使用 (N = 276)	从不使用 (N = 167)		
情绪管理能力	78.36 (24.440)	77.63 (16.390)	78.36 (14.018)	80.14 (15.982)	0.818	无
情绪调控能力	3.57 (1.124)	3.52 (0.761)	3.51 (0.668)	3.556 (0.773)	0.205	无
情绪表现能力	3.61 (1.177)	3.53 (0.782)	3.54 (0.688)	3.61 (0.769)	0.607	无
情绪觉察能力	3.57 (1.116)	3.52 (0.766)	3.600 (0.660)	3.68 (0.752)	1.538	无
情绪理解能力	3.53 (1.158)	3.52 (0.801)	3.63 (0.743)	3.73 (0.848)	2.389	无
情绪运用能力	3.46 (1.137)	3.55 (0.803)	3.60 (0.727)	3.72 (0.791)	2.144	无

注:  $N = 758$ 。所有  $p > 0.05$ , 组间差异均不显著。

以“经常使用、有时使用、偶尔使用、从不使用”为分组变量,对情绪管理能力进行单因素方差分析,上均无显著差异, $p$ 值均大于0.05(见表4),结果一定程度上揭示了网络流行语使用情况对情绪管理能力的直接影响较为有限。

综上,单因素方差分析结果表明,上网时长与网络流行语使用情况对情绪管理能力的直接主效应均不显著,说明单纯的上网时间长短、是否使用网络流行语并非影响情绪管理能力的核心变量。

### 3.3. 相关分析

采用皮尔逊相关分析检验各变量间的关系,结果如表5所示。

情绪管理能力各维度(情绪调控能力、情绪表现能力、情绪觉察能力、情绪理解能力、情绪运用能力)与情绪管理能力呈显著正相关( $r = 0.904\sim 0.959, p < 0.01$ ),且各维度间也存在中高强度的显著正相关( $r = 0.805\sim 0.904, p < 0.01$ ),说明情绪能力各维度具有良好的内部一致性,共同构成情绪能力的整体结构。这一结果验证了情绪力量表的内部结构效度,表明情绪调控、表现、觉察、理解与运用能力并非相互独立的成分,而是一个协同作用的有机整体,个体在某一维度上的良好表现,往往伴随着其他维度能力的

提升。

网络流行语使用情况与情绪理解能力( $r = 0.093, p < 0.05$ )、情绪运用能力( $r = 0.090, p < 0.05$ )呈微弱正相关。这一结果提示情绪管理能力较强的个体更善于捕捉和使用网络流行语中的情绪信息,将其作为情绪表达与人际互动的工具;但该相关系数较低,说明两者间关联强度有限,网络流行语使用并非情绪管理能力的核心影响因素。上网时长仅与网络流行语使用情况呈显著负相关( $r = -0.111, p < 0.01$ ),与情绪管理能力总分及各维度的相关均不显著( $p > 0.05$ )。说明单纯的上网时长并不能直接反映个体的情绪能力水平。

**Table 5.** Correlation matrix of all variables

**表 5.** 各变量间相关分析表

变量	1	2	3	4	5	6	7
1. 情绪管理能力							
2. 情绪调控能力	0.959**						
3. 情绪表现能力	0.954**	0.904**					
4. 情绪觉察能力	0.942**	0.867**	0.867**				
5. 情绪理解能力	0.909**	0.818**	0.805**	0.862**			
6. 情绪运用能力	0.929**	0.859**	0.837**	0.861**	0.883**		
7. 网络流行语使用情况	0.047	0.002	0.021	0.068	<b>0.093*</b>	<b>0.090*</b>	
8. 上网时长	-0.032	-0.035	-0.025	-0.003	-0.035	-0.06	<b>-0.111**</b>

注: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ 。

### 3.4. 回归分析

以情绪管理总分及各维度为因变量,以性别、年级为控制变量,上网时长、网络流行语使用情况为自变量,分别进行分层回归分析,结果如表 6 所示。以情绪管理能力为因变量的回归模型整体拟合显著, $F(4,753) = 5.441, p < 0.001$ ,模型具有统计学意义。其中,网络流行语使用情况对情绪管理总分呈现正向预测趋势( $\beta = 0.064$ ,边缘显著)。

控制变量中,性别对情绪管理总分及各维度均存在稳定的显著正向预测作用( $\beta = 0.158 < 0.001$ ),年级对情绪管理各指标预测作用均不显著( $p > 0.05$ )。所有变量方差膨胀因子(VIF)均小于 1.1,无多重共线性问题,Durbin-Watson 值为 1.861,符合回归分析独立性假设,结果可靠。

**Table 6.** Hierarchical regression analysis of emotional management ability

**表 6.** 情绪管理能力的分层回归结果分析

变量	$\beta$ 模型 1	$\beta$ 模型 2	$\beta$ 模型 3
常数项	3.225**	3.063**	3.183**
性别	0.145**	0.153**	0.158**
年级	-0.012	-0.019	-0.02
网络流行语使用情况	—	0.068	0.064
上网时长	—	—	-0.047

续表

模型拟合指标			
$R$	0.146	0.161	0.168
$R^2$	0.021	0.026	0.028
调整后 $R^2$	0.019	0.022	0.023
$\Delta R^2$	0.021**	0.005	0.002
F	8.276**	6.701**	5.441**
Durbin-Watson	—	—	1.861

注:  $N = 758$ 。表中数值为标准化回归系数( $\beta$ ), \*\* $p < 0.01$ 。

### 3.5. 结果讨论

本研究围绕上网时长、网络流行语使用对情绪管理及各维度具有显著作用的核心假设开展实证分析,单因素方差分析、相关分析与回归分析结果部分验证了研究假设,揭示了网络行为与情绪管理能力之间的内在联系,为理解大学生情绪管理能力的影响因素提供了实证支撑。

回归结果表明,网络流行语使用对情绪管理总分的预测呈边缘显著,对情绪理解、情绪运用维度具有一定正向预测作用,说明其对情绪管理的具体维度存在影响。这一结果表明,网络流行语使用并非单纯的网络社交行为,而是能够作用于个体情绪管理能力发展的因素。

上网时长对情绪管理的作用同样支持研究假设虽未对情绪管理总分产生直接显著预测效应,但与网络流行语使用呈显著负相关,通过间接路径作用于情绪管理能力,说明上网时长对情绪管理的影响具有间接性。过长的上网时长会压缩个体深度网络社交、接触正向网络语言符号的空间,降低网络流行语的有效使用频率,进而弱化其对情绪管理能力的积极促进作用。这一结果说明,上网时长是影响情绪管理的重要潜在因素,其与网络流行语使用形成联动效应,共同作用于个体情绪管理能力,进一步验证了二者对情绪管理均具有作用的研究假设。

## 4. 结论与展望

### 4.1. 结论

综上本研究结果表明,不同性别、专业、家庭教养方式大学生在情绪管理能力上均有不同程度的差异。上网时长、网络流行语使用对情绪管理及各维度具有显著作用,二者分别通过直接、间接路径影响个体情绪管理能力。

(1) 艺术类学生在情绪调控能力方面显著高于理工类、文史类学生,理工类学生情绪调控能力的均分高于文史类,但是不存在显著差异。

(2) 不同家庭教养方式的学生在情绪调控能力、情绪表现能力上的得分存在显著差异,但未发现上述两个显著维度在任意两组家庭教养方式之间存在明确的显著差异。

(3) 网络流行语使用情况对情绪管理总分呈现正向预测趋势。

(4) 网络流行语使用情况与情绪理解能力、情绪运用能力呈微弱正相关。

### 4.2. 不足与展望

本研究为后续开展情绪管理能力提升、网络行为引导相关研究提供了实证依据,为高校心理辅导及援助工作提供线索和信息来源。但由于时间、条件等因素的限制,还是有不足之处。如,本研究仅对天

津某本科高校的大学生进行研究, 未收集到高职、研究生群体的样本, 未来可增加样本的丰富性和代表性, 开展大样本调查研究, 以增强研究结果的外推性。另外, 未来研究可进一步深入探讨二者的中介与调节机制, 细化网络使用场景与流行语使用类型, 更全面地揭示网络行为对情绪管理能力的影响路径, 为大学生健康网络行为养成与情绪管理能力提升提供针对性指导。

## 基金项目

本文为 2025 年天津市高校思想政治工作研究基地(天津医科大学)课题《网络流行文化视域下大学生情绪管理现状及对策研究》(课题编号: JJSZY202507007)的阶段性成果。

## 参考文献

- 陈雨濛, 张亚利, 俞国良(2022). 2010~2020 中国内地大学生心理健康问题检出率的元分析. *心理科学进展*, 30(5), 991-1004.
- 郭小安(2026). 网络流行语的热传播与冷思考. *人民论坛*, (2), 103-105.
- 黄龙(2025). 网络流行语的传播特征与引导机制研究——以 2019-2024 年度十大流行语为例. *全媒体探索*, (5), 137-140.
- 孟佳(2012). *大学生情绪管理能力问卷的编制*. 硕士学位论文, 晋中: 山西医科大学.
- 孙向红, 蒋毅(2025). *心理健康蓝皮书: 中国国民心理健康发展报告(2023-2024)*. 社会科学文献出版社.
- 吴心雨(2024). 当代青年“发疯文学”: 表征、成因及引导之策. *山西青年职业学院学报*, 37(4), 17-20+39.
- 薛一飞(2024). 网络热梗背后的青年群体社会心态探析. *人民论坛*, (19), 93-95.
- 晏青, 郭京(2024). 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. *湖南师范大学社会科学学报*, 53(3), 49-59.
- 杨奇光(2024). 重访“新闻生态”: 数字新闻中的概念弱隐喻及其理论化省思. *新闻界*, (6), 4-12.
- Guerra-Bustamante, J., León-del-Barco, B., Yuste-Tosina, R., López-Ramos, V. M., & Mendo-Lázaro, S. (2019). Emotional Intelligence and Psychological Well-Being in Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, Article 1720. <https://doi.org/10.3390/ijerph16101720>
- Mikulic, M. I. et al. (2010). Emotional Intelligence, Vital Satisfaction and Resilient Potential Assessment in a Sample of Students of Psychology. *Anuario de investigaciones*, 17, 169-178.