Journalism and Communications 新闻传播科学, 2025, 13(8), 1482-1490
Published Online August 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/jc
https://doi.org/10.12677/jc.2025.138211

青年亚文化视域下“微博bot”的文化解析与传播逻辑探究

王昕冰，张巨才

河北师范大学新闻传播学院，河北 石家庄

收稿日期：2025年7月18日；录用日期：2025年8月8日；发布日期：2025年8月19日

摘　要

本论文基于青年亚文化理论，运用网络民族志等研究方法，对“微博bot”这一微博平台特殊亚文化现象展开深入研究。通过对“叹吾生之多艰”“我真的只想做个饭而已”等代表性账号的分析，揭示了“微博bot”独特的文化内涵、传播逻辑及其形成机制。研究发现，“微博bot”具有独特的语言符号系统、鲜明的情感表达与价值取向和特殊的社交互动模式，其形成受个体心理需求、群体认同以及网络技术与平台环境等因素驱动。同时，“微博”对青年群体和网络文化生态产生了积极与消极的双重影响。本研究为理解网络时代青年亚文化的发展提供了新视角，也为引导青年亚文化健康发展提供了理论依据与实践建议。

关键词

青年亚文化，微博bot，文化解析，传播逻辑

Cultural Analysis and Communication Logic Exploration of “Weibo Bot” from the Perspective of Youth Subculture

Xinbing Wang, Jucai Zhang

School of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Jul. 18th, 2025; accepted: Aug. 8th, 2025; published: Aug. 19th, 2025

Abstract

Based on the theory of youth subculture and employing research methods such as cyber-ethnography,

文章引用: 王昕冰, 张巨才. 青年亚文化视域下“微博 bot”的文化解析与传播逻辑探究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(8): 1482-1490. DOI: 10.12677/jc.2025.138211

this paper conducts an in-depth study on the special subcultural phenomenon of "Weibo Bot" on the Weibo platform. Through the analysis of representative accounts like "Sigh at the Hardships of Life" and "I Just Want to Cook", it reveals the unique cultural connotations, dissemination logic and formation mechanism of "Weibo Bot". The research finds that "Weibo Bot" has a distinctive language symbol system, distinct emotional expression and value orientation, as well as a special social interaction mode. Its formation is driven by individual psychological needs, group identity, and factors such as network technology and platform environment. At the same time, "Weibo Bot" has both positive and negative impacts on the youth group and the online cultural ecosystem. This study provides a new perspective for understanding the development of youth subculture in the internet era and offers a theoretical basis and practical suggestions for guiding the healthy development of youth subculture.

Keywords

Youth Subculture, Weibo Bot, Cultural Analysis, Communication Logic

Copyright © 2025 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

1.1. 研究背景与缘起

随着互联网日新月异的发展，特别是社交媒体和视频平台的流行，人们对世界有了新的认知，对现实的关注空前高涨，大时代的洪流与小人物的焦虑时刻交汇在现实生活中，网络逐渐成为宣泄情绪和释放压力的主要场所。在这波洪流中，青年群体作为网络使用的主力军，不断创造出新颖独特的亚文化现象。“微博 bot”作为微博平台衍生出的特殊文化空间，吸引了大量青年用户聚集。在这里，他们分享隐秘信息、抒发情感、交流观点，形成了别具一格的文化生态。“微博 bot”的兴起，既与青年群体在网络时代的社交需求、心理诉求紧密相连，也折射出社交媒体平台对青年文化传播的深刻影响，成为青年亚文化研究中不可忽视的重要对象。

1.2. 研究目的与意义

本研究旨在深入剖析“微博 bot”在青年亚文化视域下的文化内涵、传播逻辑，探究其形成机制与社会影响。通过系统研究，不仅能丰富青年亚文化的理论研究，为理解网络时代青年群体的行为模式、价值观念提供新视角，还能为引导青年亚文化健康发展、优化网络文化环境提供理论依据与实践参考，助力构建积极向上的网络文化生态。

1.3. 国内外研究现状

国外对青年亚文化的研究起步较早，从芝加哥学派关注街头帮派文化，到伯明翰学派提出“抵抗”“收编”等理论，再到后亚文化理论对青年文化碎片化、混合性特征的探讨，形成了较为系统的研究体系。然而，针对“微博 bot”这类基于中国社交媒体平台产生的独特亚文化现象，国外研究尚属空白。

国内学者近年来对青年亚文化的研究不断深入，涉及二次元文化、饭圈文化等多个领域，但对“微博 bot”的研究相对较少。现有研究多停留在现象描述层面，缺乏对其文化本质、传播逻辑及社会影响的深度分析。本研究将填补这一空白，为青年亚文化研究注入新的内容。

2. 核心概念界定与理论基础

2.1. 青年亚文化

青年亚文化是青年群体在主流文化之外，基于自身兴趣、价值观、生活方式等形成的具有独特风格的文化形态。它既与主流文化存在差异与张力，又在一定程度上受到主流文化的影响，具有反叛性、边缘性、创新性等特征，是青年群体表达自我、寻求认同、释放压力的重要方式。

2.2. “微博 bot”

“微博 bot”是微博平台上以匿名或半匿名形式存在的特定话题讨论区域，一般以微博账号的形式存在，每个账号有自己特定的主题，有固定的人员进行运营，接收其他微博用户的投稿。在这个虚拟空间中，用户可以自由发布各类信息，内容涵盖娱乐八卦、情感倾诉、生活琐事等，且信息传播速度快、互动性强。因其具有隐秘性、开放性和随意性等特点，成为青年群体宣泄情绪、交流信息的重要场所。

由于经常引发网络空间内的互相谩骂与攻击，很多“微博 bot”也会被称为“网络厕所”，所谓“网络厕所”，指的是在二次元、追星族、游戏圈中较为流行的一种隔空喊话式账号，也称为“厕所号”。所谓“投厕”，是指网友把目标人物的照片、行为或言论投稿至社交平台的“厕所号”。“挂厕”指的是目标人物的相关信息被发布在“厕所号”上。根据内容，“网络厕所”主要分为“二次元厕”“二点五次元厕”“三次元厕”。“二次元厕”是三类“厕所”中最出圈，也是活跃度最高的，主要讨论二次元作品中的虚构角色以及由此延伸出的角色扮演、同人产品创作等内容；“二点五次元厕”主要关注明星等公众人物；“三次元厕”则以生活中的普通人为主要讨论对象。这些“厕所”的用户通常被称为“厕友”“厕妹”[1]。

2.3. 理论基础

本研究主要运用伯明翰学派的青年亚文化理论、符号互动理论以及使用与满足理论。伯明翰学派的理论有助于分析“微博 bot”作为青年亚文化现象的抵抗性与收编性；符号互动理论可用于解读用户在“微博 bot”中的语言符号使用与社交互动行为；使用与满足理论则能深入探究用户使用“微博 bot”的动机与需求，为全面解析“微博 bot”提供坚实的理论支撑。

3. 研究设计

3.1. 研究方法选择

1. 网络民族志

网络民族志是指在以计算机为中介的社会世界中进行参与和观察的一种专门的民族志方法。在研究过程中，笔者关注了选定的“微博 bot”账号，于 2024 年 3 月至 2024 年 6 月在新浪微博 APP 对几个特定的“微博 bot”账号进行为期 3 个月的线上田野调查，线上融入研究对象。笔者以浏览者的身份，以非参与式观察的方式，不打扰、不干预研究对象的行为，保持研究对象最真实的状态[2]。根据观察，每个“微博 bot”都有相当一部分已经固定的受众群体，他们或作为看客，或作为投稿人，或作为投稿人的援助者，在评论区为其提出建议，帮其解决问题。笔者共详细观察记录了四个“微博 bot”的账号，主要研究其使用的语言符号、情感表达与价值取向、社交互动模式并思考其带来的影响。

2. 个案研究法

个案研究是指对某一个体、某一群体、某一组织在一定时期内进行全面深入的研究。笔者在研究过程中对选定的几个“微博 bot”进行观察和分析，深入了解他们探讨的话题、投稿的倾向性、评论区生态、

使用的话语符号等。

3.2. 研究对象选取

1. 账号“叹吾生之多艰”

别称“穷测”、“琼测”、“穷厕”，粉丝23.4万，微博认证为情感博主。这个账号的投稿用户多面临经济困难、家庭生活不幸福等困境。该账号的主页没有发布明确的投稿要求，但该账号已经有相当一部分固定的受众群体，基本形成了默认的、不成文的投稿规则，投稿内容基本上是和经济上的困难相关的。另外，账号评论区经常有用户看过投稿之后愿意对投稿人施以援手，为防止被骗，通常会要求投稿人带上“自证”(指能够证明自己确实面临困境的图片证据)来联系自己，该账号置顶内容对于这一情况做了一些规定和说明，比如要求被援助者在发送“自证”时打上水印，小号、新号、主页无内容的账号在评论区蹲援助会被删评等等。

2. 账号“好像没有人教过我”

20.9万粉丝，微博认证为情感博主。这一账号专注于收集年轻人在成长过程中遇到的各类“无人教授却至关重要”的生活常识类问题，账号对投稿内容与类型有明确要求，运营者在主页置顶博文中发布了明确的投稿规则：投稿范围仅限于生活常识以及日常问题，常识即普遍存在的日常共识，日常问题则指日常生活中出现的较常见的问题。未能明确说明问题、需求的或者明显与常识、日常问题无关的均会被拒稿。

3. 账号“那里已经没有人了”

20.7万粉丝，微博认证为动漫博主。这一账号主要接收怀旧主题的投稿，投稿者可以分享自己难忘的回忆或者是属于一代人共同记忆但现在已经淡出大众视野的动漫、电视栏目、玩具等等等等(这一类被统称为“时代的眼泪”)。账号置顶发布了不接收的投稿类型：素人(非公众人物)照片和名字、人身攻击等内容均会被拒稿。此外，账号发布的具体投稿内容会在最前面有类型标注，比如【那些年的抖音热曲】、【小学最爱】等。

4. 账号“我真的只想做个饭而已”

45.3万粉丝，微博认证为微博原创视频博主。该账号接收各种各样失败的做饭做菜经历投稿，可以是纯文字也可以带图片，与其他几个研究对象相比，这一“bot”基本上没有投稿限制，只要是与失败的烹饪相关的均可投稿。

3.3. 研究实施步骤

1. 前期准备阶段(2024年2月)

梳理青年亚文化理论文献，明确“微博bot”的概念范畴与研究框架；

筛选代表性“微博bot”账号，确定“叹吾生之多艰”“我真的只想做个饭而已”等4个研究对象；

制定观察记录表模板，涵盖账号基本信息、投稿内容、评论互动、语言特征等维度。

2. 田野调查阶段(2024年3月~6月)

每日定时浏览目标账号，记录投稿内容、发布频率、互动数据(点赞数、评论数、转发数)；

重点关注热门话题与争议性内容，分析用户情感倾向与话语策略；

整理账号置顶规则、投稿格式要求等运营机制，归纳用户共识性规范。

3. 数据分析阶段(2024年7月)

对收集的2000余条投稿及评论进行编码，按“语言符号”“情感表达”“社交模式”分类；

运用符号互动理论解析语言符号的生成逻辑，结合使用与满足理论提炼用户需求类型；

通过个案对比，总结不同主题“微博 bot”的共性特征与差异点。

4. “微博 bot”的亚文化特征呈现

4.1. 独特的语言符号系统

1. 缩略语与圈层黑话的体系化建构

“微博 bot”通过创造专属语言符号构建亚文化圈层壁垒，其语言体系呈现出明显的“编码–解码”特征。以账号“叹吾生之多艰”为例，投稿人进行倾诉时，为避免出现敏感词，也为了防止被搜索，会将“爸爸妈妈”用“豹豹猫猫”替代，“稿主”用“高柱”替代，“穷”用“琼”替代。对于一些提及率很高的词语，还会使用分隔符将字与字隔开。由此形成了一套独特的语义系统。这种语言编码方式既提高了信息传播效率，又通过“非圈内人难以理解”的排他性强化群体认同。在怀旧类账号“那里已经没有人了”中，“时代的眼泪”成为指代消失文化符号的核心隐喻，“DNA 动了”则被用来形容童年记忆引发的情感共振，此类表达通过解构主流话语(如“DNA”本为生物学术语)实现亚文化意义的重构。

2. 话语权力的对抗性实践

“微博 bot”语言常呈现对主流叙事的解构倾向。例如，面对“内卷”压力，用户创造“摆烂”“躺平”等词汇重构劳动伦理，以“毒鸡汤”调侃成功学话术；在情感倾诉类账号中，“恋爱脑”“妈宝男”等标签通过夸张化定义挑战传统亲密关系观念。这种语言实践本质上是青年群体通过符号抗争表达对社会规训的抵抗——如伯明翰学派所言，亚文化通过“风格建构”实现对主流文化的“仪式性抵抗”，“微博 bot”的语言变异正是这种抵抗的具体表现。

4.2. 鲜明的情感表达与价值取向

1. 情感宣泄的集体化与仪式化

“微博 bot”构建了独特的情感宣泄仪式：用户以匿名身份发布私密情绪，围观者通过“共情式评论”完成情感共振。在“叹吾生之多艰”账号中，一位投稿人描述“负债 5 万不敢告诉家人”的焦虑，评论区涌现 200 余条“同款经历”回复，形成“晒困境–贴标签–求安慰”的标准化情感互动链条。这种集体宣泄不仅缓解个体压力，更通过“原来不止我一个”的认知建构群体归属感。怀旧类账号则通过共享记忆激活集体情感，如用户投稿“还记得《快乐星球》的丁凯乐吗”，引发大量“童年滤镜破碎”的感慨，形成代际情感共同体，缓解现代社会的孤独感。

2. 价值取向的矛盾性与解构性

反精英主义倾向：经济类账号中，“打工人”“社畜”等自称解构了传统职业尊严叙事，用“月薪 3000 养活自己都难”的直白表达挑战“奋斗致富”的主流价值观；

不完美主义崇拜：失败烹饪账号将“厨房翻车”视为“生活真实”，拒绝“精致人设”，如投稿“第一次蒸包子变成石头”配以自嘲文案“我与美食无缘”，通过暴露缺点获取群体认同；

情感至上主义：情感倾诉类内容常以“跟着感觉走”“爱就完事”等表述对抗理性主义，反映青年在情感决策中的感性倾向。

这种价值取向本质上是青年在社会压力下的心理防御机制——通过解构主流价值标准，重构符合自身生存体验的意义体系。

3. 亚文化资本的积累与展示

用户通过熟练使用亚文化符号获取群体地位。在怀旧类账号中，能准确列举“2000 年代卫视台标”“非主流 QQ 空间装扮”的用户会被视为“资深玩家”，收获更多点赞与认同；在生活常识类账号“好像没有人教过我”中，提供冷门实用知识(如“如何快速解冻冻肉”)的投稿者被赋予“生活小能手”标签。

这种亚文化资本的积累机制，类似于布迪厄提出的“文化资本”概念，即通过掌握特定符号体系获取群体内的文化权威。

4.3. 特殊的社交互动模式

1. 三重角色构成的互动生态

投稿人：以匿名身份生产内容，其投稿动机涵盖情感宣泄、寻求帮助、娱乐分享，部分用户形成“定期投稿”习惯，如失败烹饪账号的“周更翻车选手”；

围观者：通过评论、点赞、转发参与互动，典型行为包括“共情式跟帖”(“我也遇到过！”)、“建议输出”(“试试这个方法”)、“玩梗解构”(将失败案例改编为段子)；

运营者：扮演规则制定者角色，如“叹吾生之多艰”置顶要求“自证需打水印”，“那里已经没有人了”明确拒绝人身攻击内容，通过删除违规评论维护互动秩序。

2. 匿名性驱动的互动悖论

互联网的弱连接和匿名机制催生了新的社会交往规范，一些原本应该在后台传播的嘲讽、责骂或闲话，在前台变得随处可见[3]。匿名机制既释放表达自由，也引发伦理风险。一方面，用户因无需承担现实身份责任而敢于暴露真实自我，如经济类账号中大量“家庭矛盾隐私”投稿；另一方面，匿名性滋生恶意行为，如“那里已经没有人了”曾出现匿名用户编造动漫角色黑料引发骂战。这种悖论形成“微博bot”特有的互动张力——伯明翰学派的“收编理论”在此显现：平台通过规则限制(如要求自证、删评)对极端行为进行“收编”，而用户则通过不断调整匿名策略(如使用同音不同形的字)维持表达自由。

3. 二次创作与符号裂变传播

热门投稿常引发跨平台符号再生产。例如，“我真的只想做个饭而已”中“西红柿炒鸡蛋炒糊”的投稿被用户制作成表情包、短视频，在抖音、B站等平台传播，“黑暗料理”符号从亚文化圈层进入主流视野；怀旧类账号的“时代的眼泪”话题被微博官方收录为热门标签，推动亚文化符号被主流文化收编。这种传播裂变既扩大了“微博bot”的影响力，也导致其文化独特性在主流化过程中被稀释。

5. “微博bot”的形成机制与传播动力

5.1. 个体心理需求驱动

从个体层面分析，青年在成长过程中面临诸多压力，如学业竞争、职场挑战、人际关系处理等，需要一个安全、私密的空间进行情感宣泄与自我表达。在微博bot中，人们更容易在拥有共同兴趣爱好和目标的网络群体中将自己真实的想法和观点表露出来，认为自己有人倾听和理解[4]。“微博bot”的匿名性恰好满足了这一需求，用户可以在其中倾诉烦恼、分享秘密，不用担心现实中的身份暴露与他人评价。同时，在线上空间，社交媒体用户对自身行为的观众有着高度意识，用户的自我披露行为受制于脑海中网络节点的想象受众。在投稿的行为之前，大多数的投稿者都采取了观察的策略以考察“bot”的受众是否都与自身相同，存在情绪负面、极端，对现实生活充满怨气等特点，在头脑中充分地进行观众画像后，他们才会选择自我披露的策略[5]。

5.2. 群体认同与归属感的寻求

青年群体具有强烈的社交需求，渴望在群体中获得认同与归属感。在青年亚文化的实践中，物质媒介首先会被符号化。这种符号化过程是将物质媒介与特定的文化意义、价值观念、生活方式等相联系，使其具有超越物质本身的意义[6]。在“微博bot”中，用户通过参与话题讨论，找到与自己兴趣相投、价值观相近的人，形成一个个虚拟的亚文化群体。以“好像没有人教过我”账号下关于人生困惑讨论的话

题为例，用户在交流中相互理解、支持，形成情感共同体。在这个群体中，用户的观点与情感得到回应与认同，满足了其对群体接纳的心理需求。群体内部的互动与交流，进一步强化了成员之间的联系，促使他们更加积极地参与“微博 bot”的活动，推动了“微博 bot”文化的传播与发展。

5.3. 网络技术与平台环境的支持

网络技术的飞速发展为“微博 bot”的形成与传播提供了坚实基础。微博平台强大的信息传播功能，使得“微博 bot”中的内容能够迅速扩散，吸引大量用户关注。其便捷的话题创建、搜索功能，方便用户找到感兴趣的“bot”话题，促进了用户之间的交流与互动。移动互联网的普及，让用户可以随时随地访问“微博 bot”，打破了时间与空间限制，极大地提高了用户参与度。此外，微博平台的算法推荐机制，根据用户兴趣推送相关“微博 bot”内容，进一步扩大了其影响力，为“微博 bot”文化的传播提供了有力的技术支持与平台保障。

6. “微博 bot”的社会影响与价值审视

6.1. 积极影响

1. 情感疏导与心理健康促进

“微博 bot”为青年提供了情感宣泄的出口，帮助他们释放压力、调节情绪，对维护青年心理健康具有积极作用。在快节奏的现代社会，青年面临的压力不断增大，“微博 bot”的存在为他们提供了一个安全的情绪垃圾桶，有助于缓解焦虑、抑郁等负面情绪，促进心理平衡。

2. 信息交流与视野拓展

用户在“微博 bot”中分享各类信息，涵盖生活经验、娱乐资讯、社会热点等，丰富了青年的信息来源，拓宽了他们的视野。通过参与讨论，青年能够接触到多元观点，培养批判性思维能力，增强对社会的认知与理解，提升自身综合素质。

3. 文化创新与活力注入

作为青年亚文化的一种表现形式，“微博 bot”创造了独特的语言、文化符号与社交模式，为网络文化创新提供了新元素。其蕴含的青年创造力与活力，丰富了网络文化生态，推动了文化的多元化发展，为文化创新注入了新动力。

6.2. 消极影响

1. 虚假信息与网络谣言传播

由于匿名性，部分用户在“微博 bot”中随意发布未经证实的信息，甚至恶意编造谣言，引发网络舆论混乱，误导公众认知，影响社会稳定。例如，一些关于明星的虚假爆料在“微博 bot”传播后，可能引发粉丝群体的混乱与网络骂战。

2. 网络暴力与侵权行为频发

“微博 bot”中存在部分用户对他人进行人身攻击、辱骂等网络暴力行为，严重侵犯他人名誉权。如在“那里已经没有人了”账号下，曾出现对特定用户的恶意诋毁，对受害者造成精神伤害。此外，随意发布他人照片、隐私信息等侵权行为也时有发生，破坏了网络生态环境。这时“微博 bot”就更具有了“网络厕所”的性质。

3. 价值观误导与沉迷风险

部分“微博 bot”内容存在过度娱乐化、低俗化倾向，可能误导青年价值观，使其追求短期快感，忽视现实生活中的责任与成长。同时，过度沉迷“微博 bot”可能导致青年脱离现实社交，影响其正常的学

习、工作与生活，甚至引发心理问题。

6.3. 价值审视与引导策略

1. 辩证看“微博 bot”

“微博 bot”作为青年亚文化现象，既有积极意义，也存在消极影响。我们应从文化多元性与青年发展需求的角度，理解其存在的合理性，同时正视其问题，避免片面评价。它是青年群体在网络时代的一种文化探索，反映了青年的心理状态与社会诉求。

2. 引导策略

(1) 政府监管：精准立法与动态监测

分级分类管理：将“微博厕所”账号按主题(如情感倾诉、怀旧、生活技巧)划分风险等级。经济求助类(如“叹吾生之多艰”)纳入重点监测，要求运营者对高敏感投稿(涉及金钱援助)强制开启“自证 + 水印”功能。

建立谣言溯源机制：网信部门与微博平台共享数据接口，对跨平台传播的谣言(如明星黑料)启动联合溯源，48 小时内公示核查结果。

推广“清朗·青年网络港湾”计划：设立专项举报通道，针对网络暴力、隐私泄露等行为，简化司法取证流程(如一键公证电子证据)。

(2) 平台责任：技术赋能与规则细化

智能审核系统升级：开发“Bot 场景专用模型”，识别变形黑话(如“豹豹猫猫”代指父母)背后的高危内容(如家庭暴力)。对争议性话题(如“躺平”“摆烂”)自动添加“多元观点提示窗”，关联权威解读链接。

用户自制工具包：为运营者提供“一键屏蔽词库”(含人身攻击高频词)及“争议投稿延迟发布”功能(冷却期供人工复核)。设立“社区信用分”，对持续输出优质内容的用户(如“生活小能手”)优先展示投稿，挤压劣质信息空间。

匿名机制优化：推行“有限匿名”——投稿者身份对普通用户隐藏，但平台可溯源，重大侵权时配合司法调取。

7. 结论与展望

7.1. 研究结论总结

本研究通过对青年亚文化视域下“微博 bot”的深入探究，揭示了其独特的文化内涵、传播逻辑、形成机制与社会影响。“微博 bot”以其独特的语言符号、鲜明的情感表达、特殊的社交互动模式，成为青年亚文化在网络时代的典型实践。其形成受个体心理需求、群体认同追求以及网络技术与平台环境的共同驱动。“微博 bot”对青年心理健康、信息交流、文化创新具有积极作用，但也存在虚假信息传播、网络暴力、价值观误导等问题。通过政府、平台、教育多方协同引导，能够促进“微博 bot”文化的健康发展。

7.2. 研究不足与展望

本研究在内容上，对“微博 bot”与其他青年亚文化现象互动关系探讨不够深入。未来研究可借助大数据分析等先进技术，突破数据收集瓶颈；深入分析“微博 bot”与饭圈文化、二次元文化等的互动融合，拓展研究广度与深度，为青年亚文化研究与网络文化建设提供更有价值的参考，助力青年在健康的网络文化环境中成长与发展。

参考文献

[1] 羊城晚报记者. “网络厕所”为何禁而不绝? [N]. 羊城晚报, 2024-12-25(A03).

[2] 谷伊蒙. 媒介化育儿与社会支持——基于豆瓣小组的网络民族志考察[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2023.

[3] 倪冉, 钱婕, 白欣雨. 网络亚文化群体情感极化的传播机制研究——以“隔空喊话 bot”为例[J]. 全媒体探索, 2024(9): 138-140.

[4] 任启月. 微博 bot 中的自我披露对主观幸福感的意义研究[J]. 数码世界, 2020(11): 47-48.

[5] 谢雨卉, 程士元. 浅析匿名社交中的“网络厕所”用户自我呈现——基于拟剧理论[J]. 科技传播, 2024, 16(22): 64-66+72.

[6] 梁雨珠. 趣缘物质媒介形塑青年亚文化的社交逻辑及风险规制[J]. 学习月刊, 2025(3): 45-49.