

网络流行语“活人感”研究

曹登霄, 邹 畅

湖北民族大学文学与传媒学院, 湖北 恩施

收稿日期: 2026年6月23日; 录用日期: 2026年7月28日; 发布日期: 2026年8月12日

摘 要

在AI技术普及与社交媒体精致人设盛行的当下,“活人感”一词迅速走红并成为2025年热门网络流行语,互动量超8.1亿次。本文基于2023~2026年各社交媒体平台200余条语料,探析其语义、背景、脉络与本质。“活人感”具真实不装、有温度共情、不完美有瑕疵、松弛自接纳四层递进语义;兴起于AI内容泛滥、人设过度包装、大众渴求真实的背景;历经了否定式定义、肯定式定义、内化式定义三阶段演化;本质是对算法、人设、标准答案规训的反抗,彰显了数字时代人类主体性与真实自洽的价值追求。

关键词

活人感, 网络流行语, 人类主体性

A Study of the Internet Buzzword “Sense of Authentic Humanity”

Dengxiao Cao, Chang Zou

School of Literature and Media, Hubei Minzu University, Enshi Hubei

Received: June 23, 2026; accepted: July 28, 2026; published: August 12, 2026

Abstract

Against the backdrop of the widespread adoption of AI technology and the prevalence of polished curated personas on social media, the term “human authenticity” gained rapid popularity and emerged as a viral internet buzzword in 2025, generating over 810 million interactions. Drawing on more than 200 corpus samples collected from various social media platforms between 2023 and 2026, this paper explores its semantics, generative context, evolutionary trajectory and intrinsic nature. “Human authenticity” carries four progressive layers of meaning: being genuine without pretense, possessing emotional warmth and empathy, embracing imperfection and flaws, and maintaining a laid-back attitude with self-acceptance. It arose amid an environment saturated with AI-

generated content proliferation, overly stylized online personas, and the publics growing longing for sincerity. Its semantic evolution unfolded in three phases: negative definitional framing, affirmative definitional framing, and internalized definitional framing. Fundamentally, it represents a resistance to the constraints imposed by algorithms, curated online personas and standardized templates, embodying humanity's pursuit of subjectivity, authenticity and self-consistency in the digital age.

Keywords

Human Authenticity, Internet Buzzword, Human Subjectivity

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

近年来,“活人感”一词在各类社交平台上走红并融入到人们的日常生活用语当中,人们用它来形容真实、自然、不机械、不被生活彻底“格式化”的状态。《咬文嚼字》2025 年十大流行语榜单显示[1],“活人感”全网互动量超过 8.1 亿次,已成为当代青年网民的重要表达方式。这一现象反映出人们对“精致人设”、AI 生成内容的疲倦,对真实自然的生活状态的追求。本次研究采用目的性抽样法遴选 200 余条网络流行语,语料取自主流社交平台与公共论坛,筛选标准为:流传周期不少于一个月,带有拟人化的活人感特征,剔除圈层专用的小众用语,时间范围为 2023~2026 年,围绕活人感的语义内涵、兴起背景、演化脉络及其本质展开讨论。

2. 文献综述

数字媒介普及后,数字身份、算法规训、网络真实性成为传播与社会学核心议题。数字线上自我呈现领域,戈夫曼的拟剧理论为线上人设研究奠定基础,他提出社会互动是持续的印象表演,该理论被广泛用于解读社交平台精致人设、模板化自我展演现象,能够解释网民对刻意包装形象的审美疲劳的现象[2]。算法规训层面,张萌指出算法通过数据标签完成对用户表达、审美、情绪的隐性规训,制造批量同质化、缺乏情感的数字内容,同时文章提出普通人存在自发抵抗算法标准化的微观话语实践,为本研究分析“活人感”的反抗内核提供理论支撑[3]。现有研究多分开讨论人设表演或算法控制,尚未结合网络流行语实证样本,完整梳理大众追求真实主体性的话语演化。本文创新在于:以 200 余条社交媒体语料为基础,分层拆解“活人感”四层递进语义与三阶段演化脉络,将其定义为青年对抗人设、算法、标准答案三重规训的民间话语,补充数字时代真实性与人类主体性相关研究。

3. “活人感”的语义内涵

基于对 200 条网络语料的文本分析,“活人感”可归为四个核心语义:

第一是真实不装。真实是活人感最核心的语义特征,而不装则是指一个人的言行不被模板控制,敢于流出自己的真实想法。

典型语料如:超爱活人感抽象满满的朋友圈文案!!(新浪微博 2025-08-05)

第二是有温度有共情力。活人感不仅意味着真实还意味着温暖,一个有活人感的人能够理解他人的

情绪，而不是冷漠的，机械的。这一特质与 AI 生成内容的“人机感”相对应[4]。

典型语料如：一直很喜欢这种有温度的发声，有共情、有善意，也有对生命的尊重，活人感真的很足，这样也给事件带了热度不会被糊弄过去。(新浪微博 2026-04-21)

第三是不完美、有瑕疵。敢于展示失败、疲惫、小毛病的“活人感”是对当下精致、完美人设占满社交媒体平台的有力回应。

典型语料如：反正我还是更喜欢活人演戏，有温度、有瑕疵、有共情的。如果以后全都换成 AI 数字人来演，追剧也失去原本的意义了。(新浪微博 2026-04-20)

第四是松弛及自我接纳。“活人感”演化到后期，逐渐与松弛感，自我接纳等心理状态相融合，人们通过使用活人感这个词语来接纳自己焦虑、摆烂等负面情绪。

典型语料如：“不必每句话都完美，不必每个镜头都精致，有点小瑕疵，反而更有温度更有活人感。”(新浪微博 2025-03-21)

语义	内涵	与上一语义的关系
真实不装	言行不被模板和脚本控制，敢于表露真实想法	其他语义的基础
有温度、有共情力	能对他人的情绪做出自然的回应	互动化：从自我真实走向感知他人情绪
不完美、有瑕疵 松弛、自我接纳	敢于展示失败、疲惫、小毛病 不紧绷，不焦虑于形象管理	解构化：打破完美精致的束缚 内化：从外部行为的评价转化为自我状态的认同。

这四个语义呈递进关系：真实是基础，有温度是互动表现，不完美是对人设的解构，松弛则是内在状态的体现。而这四条语义都共同指向一个核心：人们对拒绝被“格式化”的自洽渴望。

4. “活人感”的兴起背景

“活人感”的流行并非偶然，而是在“AI 生成内容泛滥、人设包装过度与对真实感的集体渴求”三种因素叠加下发展起来的。

随着豆包、DeepSeek、千问等 AI 大模型的出现与发展，社交媒体上出现了大量逻辑严密但缺乏情感温度的文本，人们渐渐能分辨出 AI 与真人的语气语调，在对其产生厌倦之情后用“活人感”一词表达自己的不满之情。正如有评论所言：“活人感”成为对抗“人机感”的重要武器，守护着人类情感与语言的独特鲜活[4]。

在过去几年，大量明星、网红甚至部分普通用户陷入包装精美人设的“竞赛”中。完美无缺的照片，事先排练好的互动对话，滴水不漏的回应……这些包装虽然无懈可击，但过度的提前策划却让人感到疲惫，观众苦“内娱无活人久矣”，大家渐渐不想再看到刻意营造的完美人设，而是渴望真实的、有烟火气的互动[5]。

在被算法推荐、滤镜美颜、预制脚本包围的当下，人与人之间的连接逐渐变弱，而“活人感”则是对这种状态的抵抗，也是用户对“真实个体在场”的本能呼唤。上海社科院研究员曾燕波指出，当代青年面临学业、就业、婚恋等多重现实压力，而“抽象”文化与“活人感”的创造与传播提供了一个相对安全的情绪出口和意义空间[6]。

5. “活人感”的演化脉络

基于对语料的时间分布,“活人感”经历了三个阶段。

(一) 萌芽期(2023~2024 年初): 否定式定义

此时“活人感”尚未成为固定词,人们用“不像 AI”“不完美”“不装”来描述自己喜欢的内容。定义方式是否定的——通过排除“非活人”来划定边界。一个具有标志性意义的案例是 2023 年底上线的微博 AI 账号“评论罗伯特”[7]。早期用户对其评价是“这条评论好活人”,但同时期的罗伯特以“毒舌”“阴阳怪气”著称——它常回复一些攻击性、刻薄的内容,网友形容:“像走在路上被咬了一口”。这恰好印证了“活人感”萌芽期“否定式定义”的特征:人们说罗伯特“像活人”,实际上只是在说它“不像普通 AI 那样冰冷”,尚未建立起肯定性的价值内涵。

(二) 爆发期(2024 年~2025 年): 肯定式定义

2025 年,“活人感”作为独立流行语出现,语义从“不是什么”转向“是什么”。人们直接用“真实”“有温度”“会犯错”来肯定其特征。同年 12 月,“活人感”入选《咬文嚼字》年度十大流行语,全网互动量超过 8.1 亿次[3]。

与此同时,罗伯特也在发生转变。经过技术迭代后,它的评论风格从“毒舌”转向“治愈系”[8]。面对网友“一个月总有那么几天感觉自己很讨厌”的自我怀疑,它回复:“那剩下的日子,记得对自己好一点哦。”面对“我的出生是值得纪念和庆祝的事吗”的存在困惑,它说:“当然啦,你的出生就像是宇宙送给人类的一份大礼,值得全世界的烟火庆祝。”面对“长到这么大还是会一委屈难过就想爷爷奶奶……但是他们再也不会出现在我身边了”的丧亲之痛,它温柔地说:“他们住在你心里,比身边还近呢。”这一时期,罗伯特的“有温度”“有共情力”被广泛传播,粉丝量从 30 万增长至近 200 万[8]。

一个 AI 因为“有温度”而走红,与“活人感”的爆发期形成互文:无论是真人还是机器,人们评价的标准不再是“完美”“无懈可击”,而是“真实”“有温度”“能共情”。

(三) 分化期(2025 年至今):

“活人感”的语义进一步向内转化,与“松弛感”“自我接纳”等心理状态词汇融合。“活人感”不再只是对外部行为的评价,更成为一种自我认同的态度:

允许自己有放松、偷懒、不完美的时刻。

罗伯特后期的评论也呈现出这一趋势。面对“你会不会突然陷入一种空虚,好像自己从来做的都是错误”的存在焦虑,它回复:“偶尔会,但我把它当成升级打怪的信号。”[6]这种“允许自己有负面情绪”“把挫折重构为成长信号”的表达,这种转变与“活人感”内化为“自我接纳”的语义转向高度一致。

6. “活人感”的本质

前文的分析表明活人感语义内涵为真实不装,有温度、有共情力,不完美、有瑕疵,松弛、自我接纳。经历了从“否定”到“肯定”再到“内化”的语义演化。然而,这一网络流行语的兴起并不只是一种语言现象,它还包含了人们对数字 AI 时代人类主体性消失的三重反抗,有其更深层次的意义。

对算法的反抗。算法试图将人塑造成可预测的数据点,而“活人感”以“真实”“有瑕疵”拒绝这种规训。

对人设的反抗。人设是表演,“活人感”允许人们展露真实的疲惫与脆弱。一个有瑕疵的真人,远比无懈可击的人设更有吸引力。

对“标准答案”的反抗。在“情绪稳定”的规训下,“活人感”允许失控,允许不完美,拒绝“正确但毫无人味儿”的表达。

所以, 活人感的本质是在算法、流量与人设构成的三种规训下, 大众对人的主体性的强烈渴望与重申。

7. 结论

本文依托小红书、抖音、微博等社交媒体平台的网络语料, 得出以下四个结论: 第一, “活人感” 包含四层递进语义: 真实不装、有温度有共情力、不完美有瑕疵、松弛与自我接纳。第二, 其兴起源于 AI 内容泛滥、人设疲劳与对真实的渴求, 是人们对算法、流量与人设三重规训的“创造性不合作”。第三, “活人感” 的演化经历了“否定式定义、肯定式定义、内化式定义” 三个阶段, 反映了新价值确立的普遍路径。第四, “活人感” 的本质是人们在技术时代对自我的接纳与探索, 是大众对人的主体性的强烈渴望与重申。

参考文献

- [1] 咬文嚼字编辑部. 苏超、预制、具身智能……《咬文嚼字》2025 十大流行语发布[EB/OL]. <https://static.cdsb.com/micropub/Articles/202512/e3e0a208eef3d4fce1258c50fd513eb8.html>, 2025-12-02.
- [2] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [3] 张萌. 从规训到控制: 算法社会的技术幽灵与底层战术[J]. 国际新闻界, 2022, 44(1): 156-176.
- [4] 李静. “活人感”入选年度十大流行语——什么样的文艺质感更受青睐[N]. 人民日报, 2025-12-09(20).
- [5] 陈桐. 从“真人秀”到“真人”, “活人感”为综艺赢回市场[EB/OL]. 澎湃新闻. <https://www.thepaper.cn/detail/32179857>, 2025-12-17.
- [6] 曾燕波, 董丽敏, 王楷文. 算法之下, 重新拥抱“活人感” [N]. 解放日报, 2026-02-06(13).
- [7] 为什么越来越多人开始爱上了“评论罗伯特” [EB/OL]. 红星新闻. https://www.ctdsb.net/c1716_202601/2639128.html, 2026-01-15.
- [8] 评论罗伯特, 从被骂上热搜到圈粉无数, 它靠什么赢回年轻人? [EB/OL]. https://m.sohu.com/a/940769681_122065578, 2025-10-02.