

听妳说

女性表达方式 研究报告



跨界高端人脉 资源共享平台



最新最全的跨界资源共享



微商大脉网

最齐全的微电商行业市场运作资讯服务平台，为每一位微电商家人提供服务解决方案。

新媒体视域下的女性表达

弄潮儿向涛头立，中流击楫看巾帼。

作为新征程上耀眼的时代主角，女性表现出自强不息、坚韧刚毅、智慧豁达的昂扬精神，展示着自信进取、奋发有为、实干奉献的新时代女性形象。特别是中国妇女十一大以来，无论在参政议政、经济、扶贫、教育还是健康等各个领域，广大妇女的精神为之一震，气象为之一新。

文教事业展新风。党的十八大以来，从幼儿园到义务教育，从职业技能学校到高校，女性的教育环境不断优化，受教育水平进一步提升。据统计，2015 年我国高等教育在校女研究生占比 49.7%，比 2010 年提高 1.8 个百分点；普通本专科在校女生 1376 万人，占在校生总数的 52.42%，比 2010 年提高 1.56 个百分点。不仅如此，女性更在知识传播和文化建设事业中承担了重要的角色，在抖音平台上，高学历女性成为知识科普的中坚力量，更不乏女性文化传承人创新传播方式，激活传统文化生命力。

追梦路上不止步。平等参与经济活动和公平享有经济资源是女性生存发展的基本条件，据统计，中国女性劳动参与率高于世界平均水平 14 个百分点，我国妇女在参与经济活动、公平享受经济资源方面，成就显著。女性就业规模不断扩大，专业技术人员持续增加，农村贫困妇女人数大幅度减少。在抖音平台上，# 遇见最美劳动者话题总播放量超过 12.9 亿，女性形象的作品热度排在榜单前列，向社会展示了女性劳动者的奋斗风姿。除了各行各业的带头人，还有许多年轻的女性创业者在抖音平台上记录着追寻人生梦想的每一天，用自己的故事激励着同在奋斗路上的青年女性。

全面发展共出彩。针对女性健康、女性安全，抖音平台上的女性用户敢于发声、勤于发声，用专业知识与犀利的观点帮助更多女性健康生活，幸福生活。抖音上的 @ 乡村女教师，来自云南文山，在抖音平台上记录着乡村教学的生活日常，她的视频获得超 14.2 万的点赞，带动了更多人参与乡村助学行动，促进民生改善。

壮阔新征程上，女性的力量日益澎湃，女性的声音日益强大。2004年，中国网民中的女性比例仅为39.2%，据最新数据，这一比例已经接近48%。新兴媒体的发展，为女性的表达与参与提供了更多的可能与机会。在抖音上，每天都会有近1.4亿个女性发表短视频作品或者是与别人的作品互动，影响着小半个中国超过5亿的用户，这中间产生了许多在互联网空间具有影响力的女性创作者，为社会发展和大众生活带来了积极的影响。

好风凭借力，奋进正当时。性别平等与妇女发展是人类追求公平、正义与平等的永恒主题，中国性别平等与妇女发展既体现了中国的文明进步，也是对全球平等、发展与和平的历史贡献。随着我国在推动妇女赋权方面不断取得进展，女性的声音越来越响亮，女性在互联网空间的表达也必然是其中重要的组成部分。《女性表达方式研究报告》正是在这样的背景下，主要以抖音平台为例，对互联网时代女性表达方式的现状与特征展开讨论，并通过数据与案例分析女性的表达对社会产生了何种影响。

核心观点

- 随着网络技术和媒体技术的发展,有助于女性群体记录、交流、共享的产品机制逐渐形成,女性可以更自在和更丰富地表达自我、抒发情绪、传递观点。

- 在抖音平台上,女性用户占比超过一半,女性作品的投稿数,以及产生的播放、评论、点赞、分享等也都成为平台内容生产和消费的主要来源,女性在短视频新媒体的传播空间中成为更为重要的角色。

- 不同粉丝数量级的女性用户,其创作领域分布有差异明显:

- 1)粉丝量在10-100万之间的女性创作者,主要创作领域为生活、图文、时尚、宠物和母婴,以创作者记录和分享日常生活为主要创作来源。

- 2)粉丝量在100-400万之间的女性创作者,主要创作领域为剧情、美食、文化教育、时尚、舞蹈和音乐,账号主打专业知识或是一技之长的趋势开始显现。

- 3)粉丝量在400-1000万之间的女性创作者,主要创作领域为剧情、时尚、音乐、二次元、舞蹈和创意,高创意和高技能等形成了头部创作者的门槛。

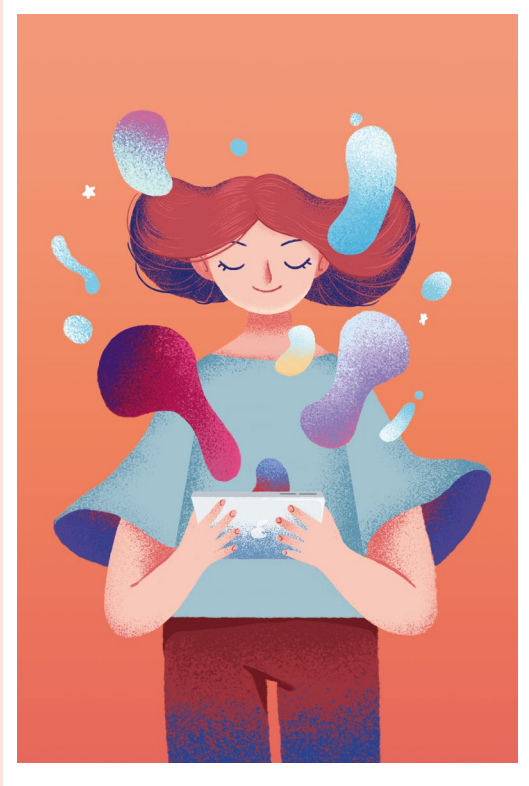
- 女性的创作更倾向于以真人形象和真实生活为素材,创作的场景更有生活气息,同时更愿意分享自己的态度、心情、生活观点等。以视频使用的音乐为例,女性作品使用视频原声而非其他用户的音效的占比接近40%,男性为15%。

- 女性用户通过积极参与话题,在网络空间的话题讨论中承担重要的角色。女性用户中12%的用户在发布视频时会添加话题挑战标签,所有女性创作作品中带话题挑战标签的占比为31%,男性的数据分别为9%和24%。

- 女性表达的社会价值具有“ROLE”的特征:理解真实自我(Reality)、打破刻板偏见(Outlook)、促进情感沟通(Link)、激活多元体验(Experience)。

CONTENT

Part 1	02 女性的表达现状： 新媒体话语空间的性别逆转
Part 2	05 女性网络形象的塑造特征
	06 形象表达的多元化
	13 情绪传达的感染力
Part 3	17 女性内容创作的行为特征
	18 分享与创意：建立内容生态
	23 自然坦率：亮出真实态度
	26 点对点互动：刷新存在感
	30 话题聚合：讨论放大声浪
Part 4	35 女性表达的社会价值
	36 Reality：新时代女性的新形象
	39 Outlook：职业女性的她力量
	40 Link：和谐家庭的她贡献
	41 Experience：文化传播的她声音
	42 卷尾语



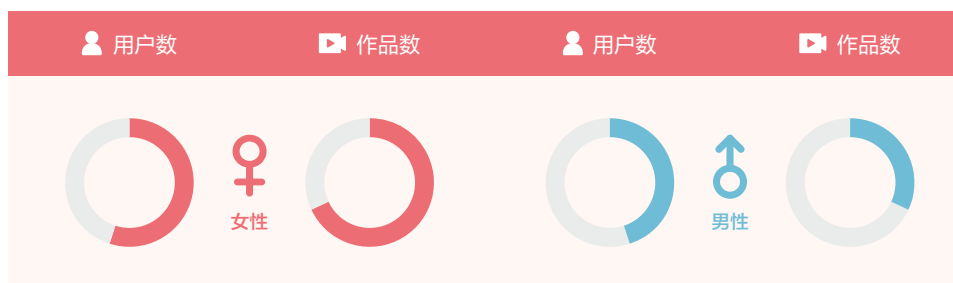
女性的表达现状： 新媒体话语空间的 性别逆转



新的媒体形态的兴起为女性话语权的提升带来了新的契机。图像、视频、音频等工具，在用户传递信息及人际传播中承担着重要的作用。尤其是以视觉化内容为传播主体的媒介平台，给予普通用户以更强烈的参与感和更丰富的手段来表达自己的。当崭新的图像时代到来，女性以活跃的姿态改变了传统的话语格局。

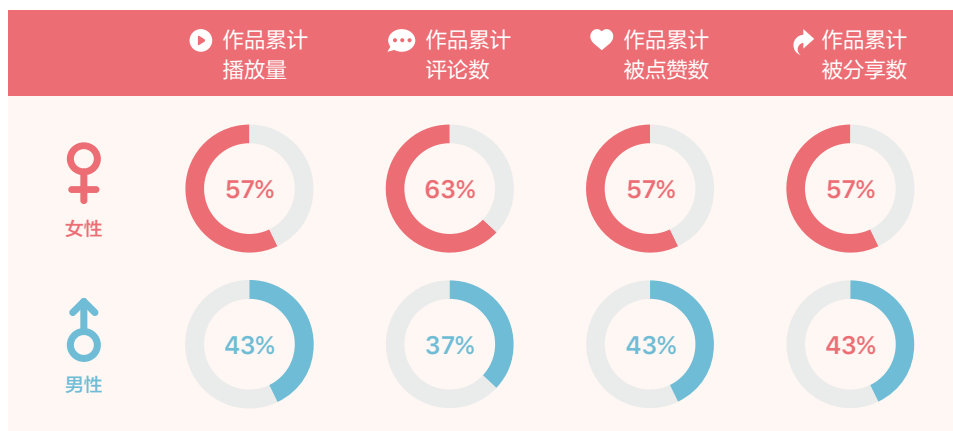
在抖音平台上，女性用户占比超过一半，女性作品的投稿数，以及产生的播放、评论、点赞、分享等也都成为平台内容生产和消费的主要来源，女性在短视频新媒体的传播空间中成为更为重要的角色。在以往研究者的结论中，女性在传统媒体空间中常常处于一种在场的缺席，但是新媒体空间向我们展示了更丰富的女性表达。

抖音用户性别比例及作品数量占比



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

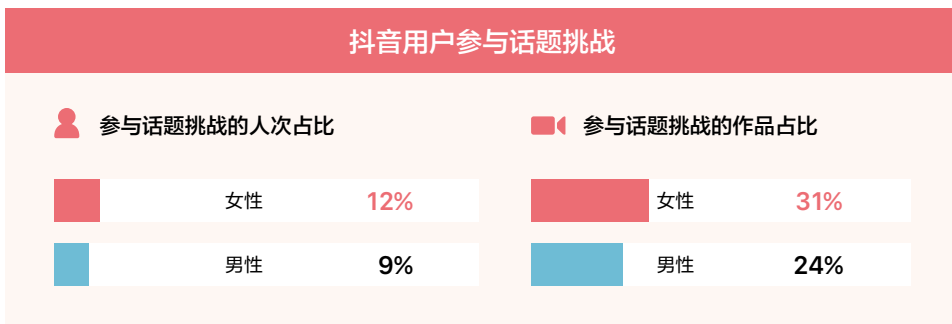
抖音用户作品传播



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

用户通过为视频加 # 标签，使内容在庞大的内容库中完成主动聚合，这也是网民在当前新媒体话语空间参与议事和表达观点的一种新手段。

从抖音的话题挑战的参与数据来看，女性参与话题挑战的积极性比男性更强烈。女性用户中 12% 的用户在发布视频时会添加话题挑战标签，所有女性创作作品中带话题挑战标签的占比为 31%，男性的数据分别为 9% 和 24%。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

女性的活跃不仅体现在数字上，在诸多领域中，女性的声音也越来越洪亮，涌现了许多典型优秀事例，声音的表达带来了观点的碰撞，为社会的进步贡献了自己的力量。

“一个人带火了一座城”的火锅小姐姐 @ 张辉映，用自信和投入的舞蹈打造出属于一座城市的文化魅力名片；以创意视频走红的北大女生 @ 李雪琴，她用幽默搞笑的创造力实现了自己为人们带来快乐的愿望。还有复旦大学的女神老师陈果，京剧名角王珮瑜老师，缙丝大师马惠娟等……新媒体下的女性角色，用有别于男性的感性穿透力和温和叙事能力渗透着自己的影响力，人们也透过这些优秀的女性声音，提升精神世界和文化视野。



女性网络形象的 塑造特征



自我呈现的方式与技术的发展密切相关，而在这背后则是一个令人激动的赋能逻辑：从单纯的线条描画、色彩还原到动态重现，再到形象与风格的再塑造——新媒体为人们提供了更多情绪表达与形象呈现的新鲜手段。

多媒体技术的发展让人们的表达方式不再局限于冷冰的文字，而是能够手握更多的工具，用更生动的方式呈现自我形象，表达自我情绪。这也是用户表达中最基本的内容。

形象表达的多元化



图像处理与视频音频处理技术不断成熟，肖像绘画、胶卷影印、数码成像，如今视听技术已然发展到了新的高度，赋予了人们更多元化的方式以展现自我。女性已不再需要外界为自己贴上标签，也不需要由他人为自己做出画像，女性用户用更清晰的镜头审视自己，更自信的方式向外表达——“我是一个怎样的我”。而当这一切发生后，女性用户不再是单一、刻板形象，展现出了多元化的形象风格。

自拍很大程度上是用户将自我形象认知输出的最直接方式，研究通过分析女性用户使用抖音以及相机产品的相关数据，将贴纸的使用作为女性强化自我风格的方式进行重点分析。

从相机产品 Faceu 的数据看，不论是酷女孩，还是文艺女青年，或是常怀少女心，很难说出哪一种更突出，多姿多彩也许是最好的形容词。



维度丰富度：同类风格主题的贴纸个数

数据来源：Faceu，2019年2月12日提取

抖音平台的话题记录了更多难忘的形象，我们不仅可以看到不同个体的个性化表达，也能看到现实生活中不同群体的形象表达。

●案例 # 遇见最美劳动者

抖音上的热门话题 # 遇见最美劳动者里，有这样几个女性形象的作品热度排在榜单前列：

●守在抗洪警戒线旁连续超20个小时的民警方秋蕴，在艰苦环境中视人民生命财产安全为大局，舍小我的“坚守”。



抖音 | 记录美好生活



@平安重庆
7月12日，涪江洪峰过境重庆潼南。民警方秋蕴守在抗洪警戒线旁20多个小时。群众已全部疏散……

●无人知晓姓名的会场速记员，凭借个人技能在社会经济发展中成为中坚力量的“专业”。



抖音 | 记录美好生活



@听说余生有你
#遇见最美劳动者 原来会议记录是这样出来的，速记姐姐真辛苦，全程高精力集中 @抖音小……

●在工地从事建筑施工工作的花季女孩，在平凡而艰苦的工作岗位中不懈奋斗，重塑社会对于女性劳动者刻板印象的“坚强”。



抖音 | 记录美好生活



@顺龙五机头弯箍板筋…
#遇见最美劳动者 下工地看到的，花季年龄干工地，不怕脏，不怕累，我想知道抖音里有多…

……

她们都是平凡而伟大的最美劳动者。

新媒体也汇集着不同年龄段的女性表达。以年龄为观察维度，会发现不同年龄段的女性对于形象风格的塑造有着明显的差异。

18-25 岁的女性用户像是搞怪少女，符合这个年龄段天马行空的性格特点，喜欢使用标新立异的贴纸，同时他们也是使用酷炫特效最多的年龄群体，双重曝光、广角、褪色，大刀阔斧富有创新力地表达个人风格。

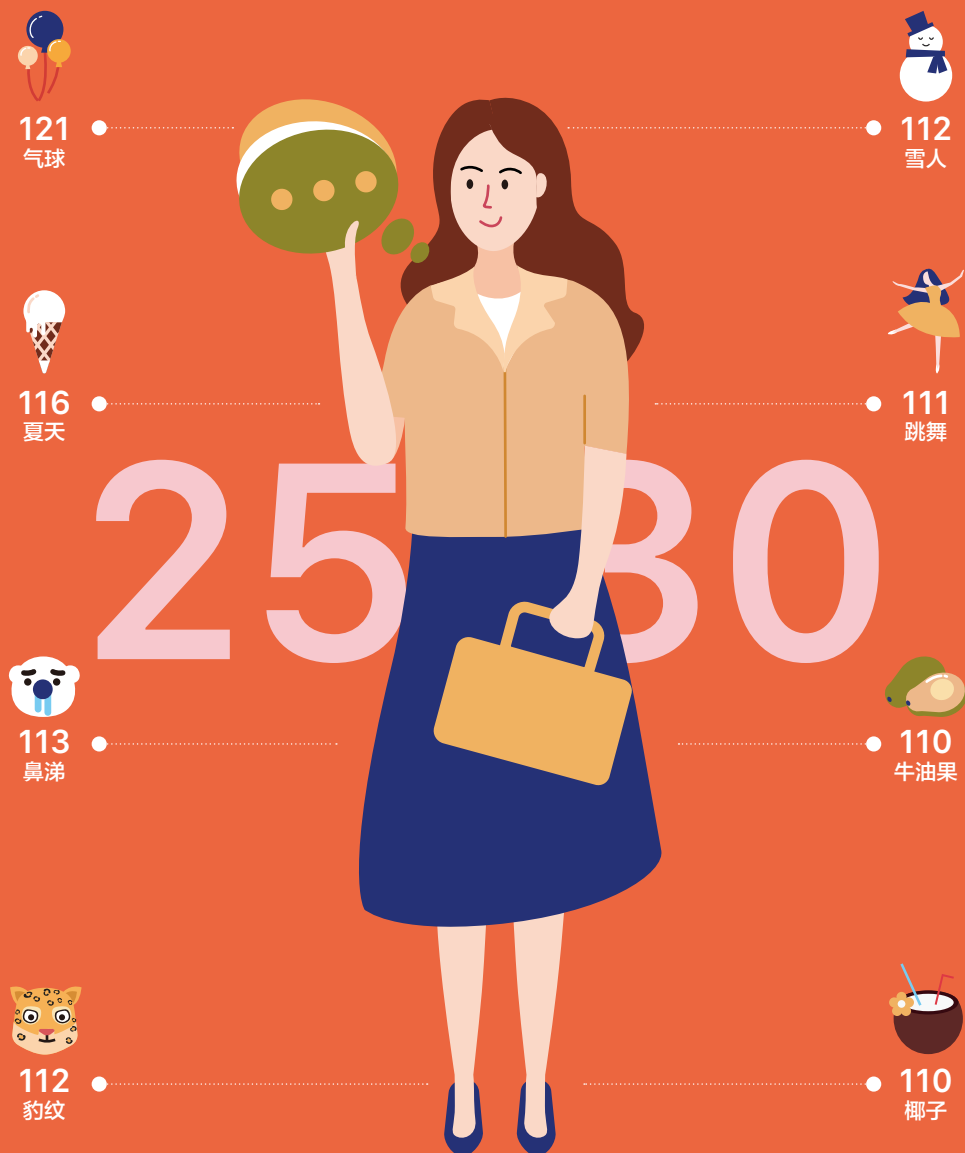


18-25 岁 TGI

单位 TGI = 该年龄段女性喜爱所示贴纸的占比
整体女性用户喜爱所示贴纸的占比 *100

数据来源：Faceu，2019 年 2 月 12 日提取

25-30 岁的女性用户体现出了多变性和轻松感，既喜欢用气球、雪人这些童趣的贴纸，表现出活泼的少女心，也会使用跳舞、牛油果、椰子这些更具生活气息的贴纸，表现出了对生活的无限畅想。



25-30 岁 TGI

单位 TGI = 该年龄段女性喜爱所示贴纸的占比
整体女性用户喜爱所示贴纸的占比 *100

数据来源: Faceu, 2019 年 2 月 12 日提取

30-40 岁的女性用户体现出了更强烈的冲突，剑、酒这类略带沧桑感的贴纸与美人鱼、旋转木马、礼帽这些充满童心的贴纸都是成熟女性用户的挚爱，处于生活压力不断增多的年龄阶段，她们也许有着更加丰富和深沉的生活体悟。



199
剑



167
美人鱼



182
红酒



166
旋转木马

3040



182
耳机



165
礼帽



180
跳舞



152
中国风装饰

30-40 岁 TGI

单位 TGI = 该年龄段女性喜爱所示贴纸的占比
整体女性用户喜爱所示贴纸的占比 *100

数据来源：Faceu，2019 年 2 月 12 日提取

40-50 岁的女性用户则明显地偏爱具有生活气息和家庭气息的照片风格，五一、秋分、清明节、父亲节、重阳节，这些容易被年轻人忽视的日子，在她们的镜头下却也生动起来。



262
五一



197
花环



246
异域风



195
蛋糕



211
秋分



191
父亲节



201
清明



188
面包

40-50

40-50 岁 TGI

单位 TGI = 该年龄段女性喜爱所示贴纸的占比
整体女性用户喜爱所示贴纸的占比 *100

数据来源: Faceu, 2019 年 2 月 12 日提取

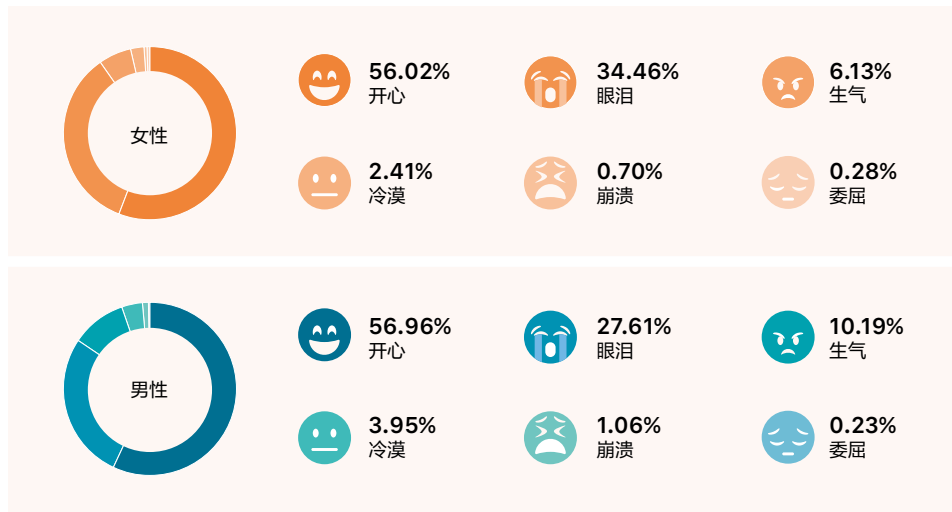
当任何年龄、任何风格的女性都能找到表达自我的恰当方式，都能成为回答“我是谁”的在场者，女性群体的形象也会更为丰满和真实，而不是交由任何其他人来定义。

情绪传达的感染力

情绪表达是人类最原始的“语言”，在现实生活中有些情绪难以被表达，但在网络空间，技术能够帮助人们将情感视觉化、音乐化、具像化，让视听语言帮人们说出内心的感受，用户之间的情感共鸣能够让更多人的情感被读懂，更多的想法被理解。

以贴纸数据为素材，研究发现女性用户在公共网络环境更多地表达积极和感性的情绪。

在 Faceu 的贴纸中选择能够代表人类主要情绪的 6 个关键词，分别是“开心”“眼泪”“生气”“冷漠”“崩溃”“委屈”。通过分析男性女性最喜欢的贴纸类别，可以得出，不论男性和女性，“开心”的情绪都是最常表达的。



数据来源：Faceu，2019年2月12日提取

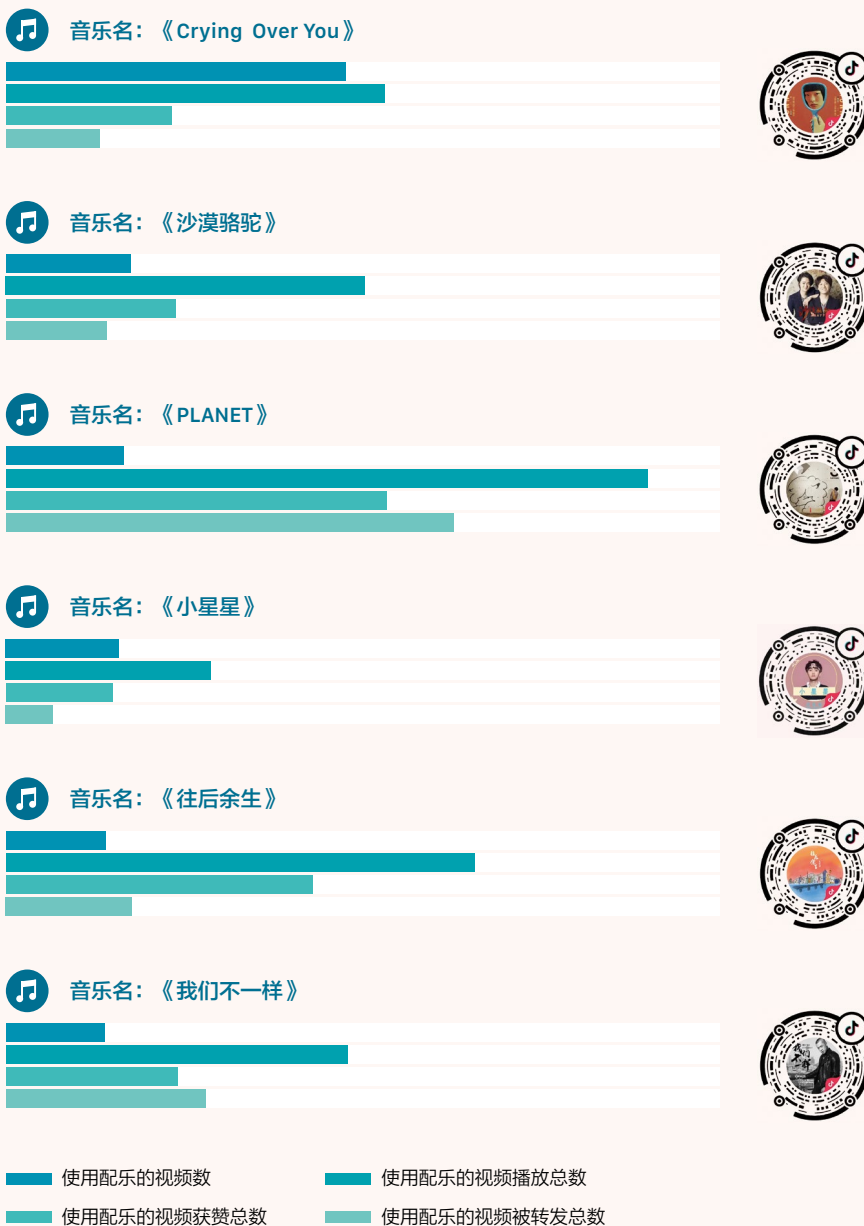
除了上述这些最基本的情绪元素，研究通过分析男女用户最喜爱使用的音乐，试图理解更复杂的情绪表达。相比于视觉语言辅助抒发强烈情绪的特质，听觉语言则更多地起到烘托情绪氛围，辅助复杂情感表达的作用。

抖音平台上女性用户使用最多的配乐及其相关数据如下：



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

男性拍视频使用次数最多的音乐



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总



通过对比男性用户使用次数最多的配乐，研究发现女性更加偏好欢快、轻松的音乐，以表达不同的幸福感，而像《沙漠骆驼》、《往后余生》这样激昂、高潮迭起的音乐则是男性用户的挚爱，以纾解生活感慨。

进一步分析女性所喜欢歌曲的代表性作品场景，可以看到这实则是女性对人生中三种不同情感的表达方式：

- 一是情侣或者爱人之间暖心甜蜜的瞬间，歌曲将视频氛围烘托得更为温暖。比如，《123我爱你》就记录下了无数迷人的微笑，传递出了幸福生活的积极一面；
- 二是记录知己好友之间的默契互动，比如《霸波儿奔奔波儿霸》的视频中，有不少闺蜜共同幽默出演，表现彼此之间的情谊；
- 三是记录亲子互动的暖心时刻，作品的拍摄者都是平凡的母亲，但是作品所表现出的关切、爱护与深情都令人动容。

女性内容创作的行为特征



“女性话语权是女性人群的利益、主张、资格及其自由力量的综合体现，直接表现了女性对自我现实状态的把握及相应主观心态的流露”（陈慧，2010）。随着社会对于推进性别平等与妇女发展的努力，以及社会观念的普遍提升，女性主体意识的觉醒使得女性积极参与到媒介话语的建构之中。新媒体的传播特征，也帮助了女性更好地表达自己。

Jenkins 的观察认为，目前互联网上的意见和交流代表了女性的核心特征（Jenkins, H, 2003），研究认为，这个观点主要可以从以下两个方面来解释：

- 一是互联网空间中女性用户越来越活跃的表现，将表达的麦克风掌握在了自己的手中，比如在抖音平台上女性比男性就表现出了更活跃的创作行为。
- 二是女性在观点的发声与交流上形成了显著的特征，这不同于以往固化的“他者”呈现形象以及刻板印象，使得女性表达更具有力量，在一定程度上影响了一些互联网议题的表达方式。

数据显示，抖音平台每天产生无数丰富多彩的短视频中，女性用户贡献了 67.8% 的创作，在这充沛的表达欲望下，女性的自我表达构筑了新媒体视觉环境的彩虹之幕。这一章节将这一背景下围绕以下两个问题展开：女性的表达与创作有何种特征，以及为互联网空间带来了怎样的影响？

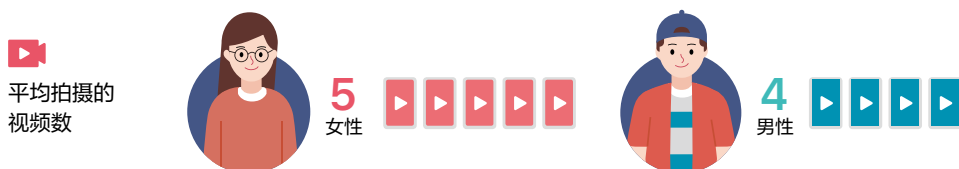
陈慧. 性别政治视阈下女性话语权建构探究 [J]. 广西社会科学, 2010(11):137-140

卢嘉, 刘新传. 新媒体的性别属性 [G]. 全球传媒学刊, 2017(3):88.

分享与创意：建立内容生态

“女人是天生的信息传播者。”前《纽约时报》执行主编、普利策奖评委会主席 Seymour Topping 对当代女性在传媒业中的优秀表现做出了生动而幽默的点评。当代媒介空间中，女性的创作与传播恐怕不止于“撑起半边天”。

纵观抖音平台上女性创作者与男性创作者的总体情况，直观地感受到，女性的创作与表达更为活跃，生态更良好。最直接的数据就是，平均每个女性用户创造了更多的媒介话语。

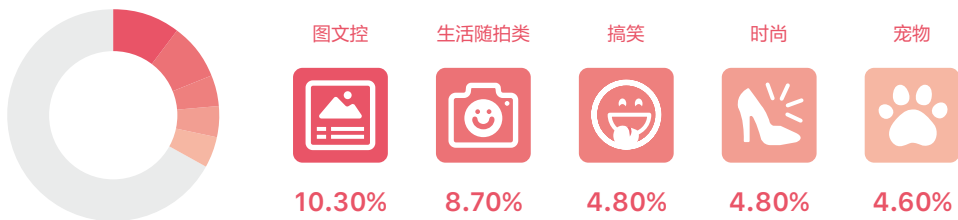


数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

注：统计 10w+ 粉丝的账号

其次，相比于男性创作领域的高度集中性，女性用户的内容创作门类分布更均匀，创作更多元，能够在各个领域发声，在多个话题中发挥自己的作用。

女性创作者的内容分类占比



男性创作者的内容分类占比



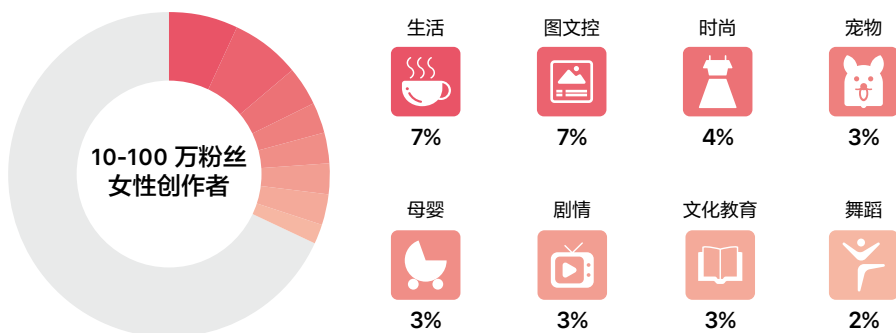
数据来源：抖音，截至2019年2月12日数据汇总

注：统计10w+粉丝的账号

与此同时，在女性创作的大生态圈下，不同圈层的创作者都具有鲜明的生态特点：

•10-100 万粉丝的女性创作者：日常生活的记录者

粉丝在 10-100 万之间的女性创作者，主要创作领域为生活、图文、时尚、宠物和母婴，以创作者记录和分享日常生活为主要创作来源。创意门槛不高，但与每个人的生活息息相关。这里分布着最多的创作者，活跃的创作生态也呈现了不同人的多元生活方式。



数据来源：抖音，2019 年 2 月 12 日提取

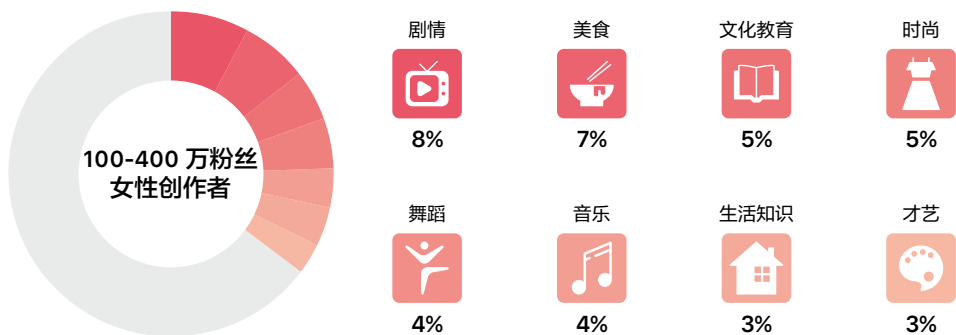
女性对待生活更加细腻的感情和观察丰富了平台中关于生活的呈现，尤其是生活类和母婴类，她们分享生活经验帮助人们解决实际问题，为我们展现了积极的生活态度。

现代女性同时承担着家庭与职业的双重职责，女性创作者看待生活的视角有两个核心的议题：一是如何更好地进行时间管理，做到多重角色的兼顾，比如创作者 @ 张萌，就是抖音上著名的时间效率管理专家；二是如何用更加科学有效的方式帮助女性解决生活中的难题，比如 @ 比鲁斯·雯作为专业宠物医生，帮助大家用更科学和文明的方式饲养宠物。



• 100-400 万粉丝的女性创作者：知识经验的传播者

粉丝在 100-400 万之间的女性创作者，主要创作领域为剧情、美食、文化教育、时尚、舞蹈和音乐，账号开始主打专业知识或是一技之长。尤其对于文化教育来说，女性用分享与记录的方式，履行着知识传播与经验传授的职责。



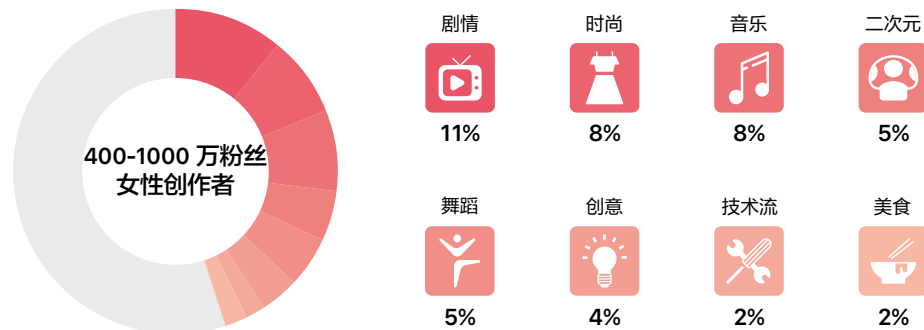
数据来源：抖音，2019 年 2 月 12 日提取

如今，女性在公共话语空间之中呈现出了更多元化的形象，尤其是高知女性在知识传播中越来越亮眼，充分体现了女性影响力的增强。比如以下三位女性创作者都具有硕士学历，她们的表达兼具了和风细雨般的知识传授与犀利的观点，用科学回击谣言，用生动的方式来践行知识普惠的理念。



• 400-1000 万粉丝的女性创作者：专业技能的分享者

粉丝在 400-1000 万之间的女性创作者，主要创作领域为剧情、时尚、音乐、二次元、舞蹈和创意，高创意和高技能等形成了头部创作者的门槛。一方面，二次元、创意这样受众多创作者少的高级玩家领域开始显现，另一方面，时尚、音乐、舞蹈等更强调专业性的领域也给了音乐人或舞蹈演员出彩的机会。



数据来源：抖音，2019年2月12日提取

在这里，我们看到了一群富有创造力而闪闪发光的新时代女性，她们或许很年轻，她们或许在生活中只是个普通的女孩子，但是她们用一种勇往直前的姿态展示了年轻一代积极生活、实现梦想的活力。@小霸王 因为嗓子原因不能继续从事教师这份职业，但是因为热爱跳舞，通过在抖音上教大家跳舞继续着自己的梦想，她的努力获得了四百多万粉丝的支持。像 @蓝心羽 = 你的叽叽 这样的女性独立音乐人在抖音上还有许多，都在用自己的方式坚持着音乐的梦想。

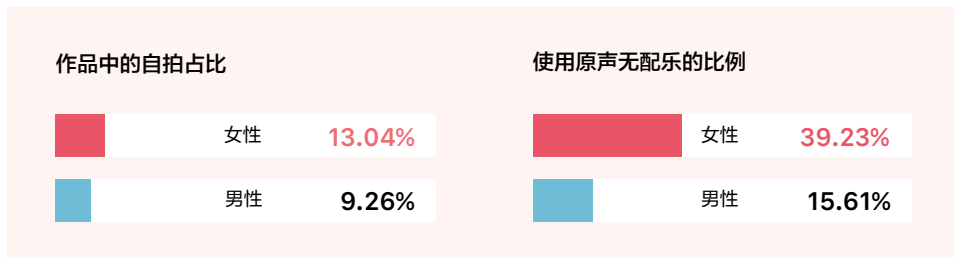




自然坦率：亮出真实态度

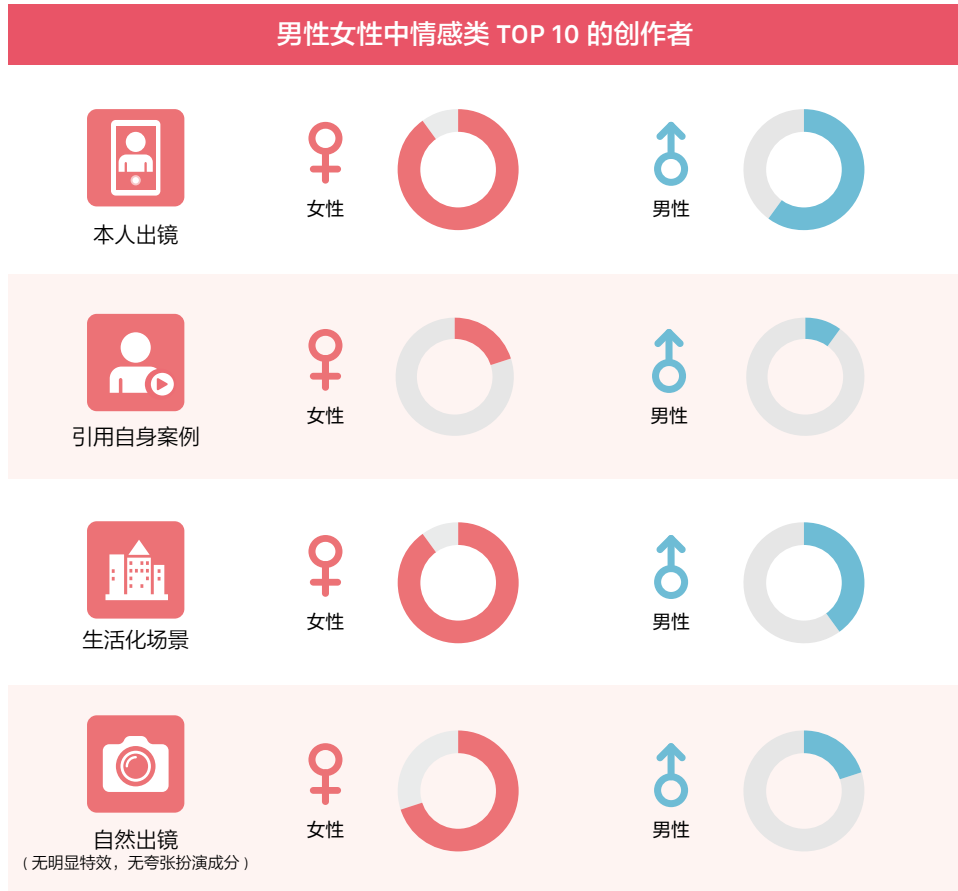
2016年，Papi 酱以“集才华与美貌于一身的女子”的形象横空出世，她自然率真的形象与真实犀利的风格赢得了大家的喜爱，尤其是女性粉丝对于她的独立思考表示赞赏。当时就有观察认为真实、自然的自我袒露能够拉近创作者与用户之间的关系。同时，保持自我风格也是一种表达自信与话语自信，表达了现代女性对待生活与社会的独立思考。

通过数据研究发现，女性用户更倾向于流露自己自然真实的形象，研究统计了抖音平台中男性与女性的视频作品内容，发现女性的作品中13%带有自拍的特点，而男性仅有9%。从这个角度而言，女性更愿意将真实的形象作为镜头中的素材。不仅如此，相比男性用户，女性还更倾向于在视频中使用自己的视频原声，原声无配乐的占比接近40%，而男性仅为15%。



数据来源：抖音，2019年2月12日提取

以情感类作者作为案例作进一步分析。在抖音平台上，情感类创作者的男女比例接近 1:1，分析男性女性中情感类账号粉丝 TOP10 的创作者，发现如下特质：



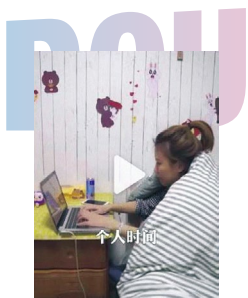
数据来源：抖音，2019 年 2 月 12 日提取

女性的创作更倾向于以真人形象和真实生活为素材，创作的场景更有生活气息。分享自己的心情、生活背景和朋友等等。通过这些，女性将自己的生活感悟和价值观念分享出去，就如同朋友之间的沟通。

在自我袒露的背后，实则是对自我状态的把握。因为拥有对生活的掌控力，才能产生独立思考，不随波逐流。在平台上，经常可以看到女性创作用自己的故事和短视频创作来回应舆论中的偏见和质疑，这样对话式的创作，能够让社会中更多人听到这个群体的声音。

在话题 # 北漂 之下，有 3.5 亿次播放，这里记录了年轻奋斗者的每一刻。我们看到了一个又一个在异乡打拼的勇敢女孩，在凌晨 12 点发送一条短视频打卡“又加班了”，在早高峰因为挤不上地铁吐槽“大城市太难了”，她们也曾想过辞职，也曾动过放弃的念头，这些都被她们原原本本地记录下来，坦率地分享着自己的迷茫、坚持、失败与成功。在这些短视频下，可以看到许多同样在拼搏的年轻人留下了评论，“好喜欢你真是努力，我需要更努力”。

在她们的创作中，都提到过这么一句话，“许多人问，一个姑娘家为什么要去北京？”。奋斗者为何还有性别的区分？所谓女性柔弱，不过是媒介话语偏见下的产物。如今，女性创作者正是在用自己的方式，展现自我的强大，用自信的话语来回击偏见。而其背后则是女性群体，对自我更清晰的认知，以及对人生越来越强大的掌控力，这无疑鼓励着更多人勇敢地做自己。



抖音 | 记录美好生活



@ 你好啊静安
工作中发生什么事情会让你想辞职 # 北漂 @ 抖音小助手



抖音 | 记录美好生活



@ 限量版小可爱
今天情人节你怎么过？你有你的男朋友，我有我的好哥哥 @ 抖音小助手 # 情人节 @ 阿 - 限量版小哥哥



抖音 | 记录美好生活



@ 羽仔
很多人问我，干嘛非要来北京呢？买不起房早晚要回老家？其实……#vlog 日常 # 北漂



点对点互动：刷新存在感

有学者认为，相比于男性之间的友谊，亲密性是女性友谊最重要的特征，女性会投入更多的精力在情感的交流上以增进友谊亲密度（常江潇，2018）。这一点似乎在抖音的女性用户身上也得到了证明。这种亲密性使得女性群体之间有着更强的感情共鸣，在群体内形成了互相理解、互相支持的理想状态。

相比男性用户，女性的日常互动行为更活跃。同样以十万粉以上账号来看，虽然更多扮演的是内容生产者角色，但女性用户平均每天的点赞数是男性的 2.4 倍，评论动作数是男性的 1.8 倍，关注动作数是男性的 1.8 倍。

这充分说明，女性创作者们并非仅仅把自己的账号作为展示的窗口，同时也更喜欢将平台当作彼此交流互动的线上空间，使得女性群体对于公共话语空间的参与更有存在感。

转引自：常江潇，闺蜜：从闺蜜到公共空间——一种亲密关系的社会学研究 [C]，南京大学，2018

十万粉丝以上的账号:

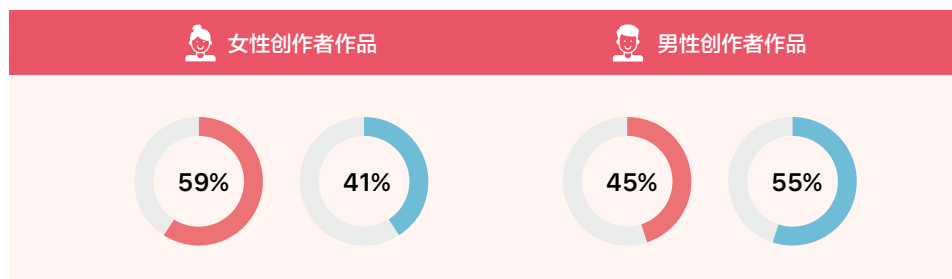


数据来源：抖音，2019年2月12日提取

注：统计 10w+ 粉丝的账号（男性女性用户平均数）

同时，女性用户对同性别创作者的内容表现出更强烈的兴趣。从数据上看，抖音平台中，女性的视频作品的观看者中，同性别用户的占比为 59%，男性创作者的内容受众里同性比例则为 51%。

男性女性创作者的内容观看用户占比



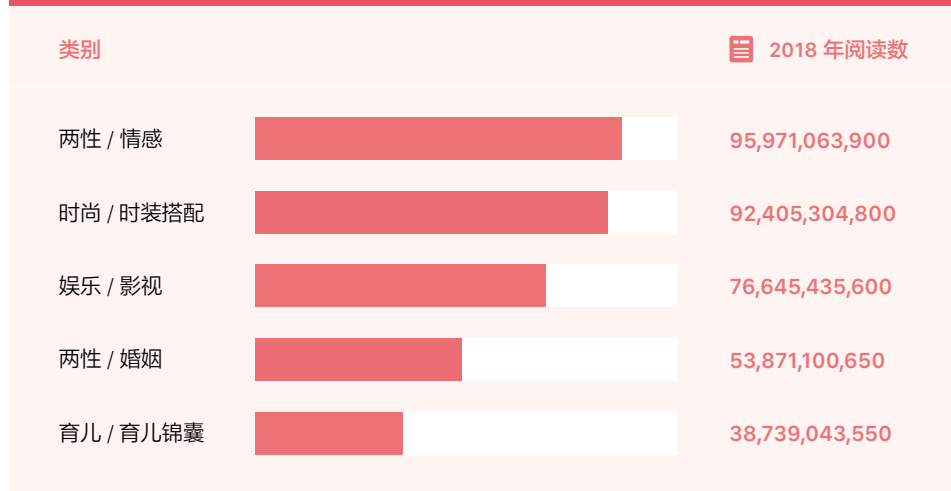
数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

■ 女性 ■ 男性

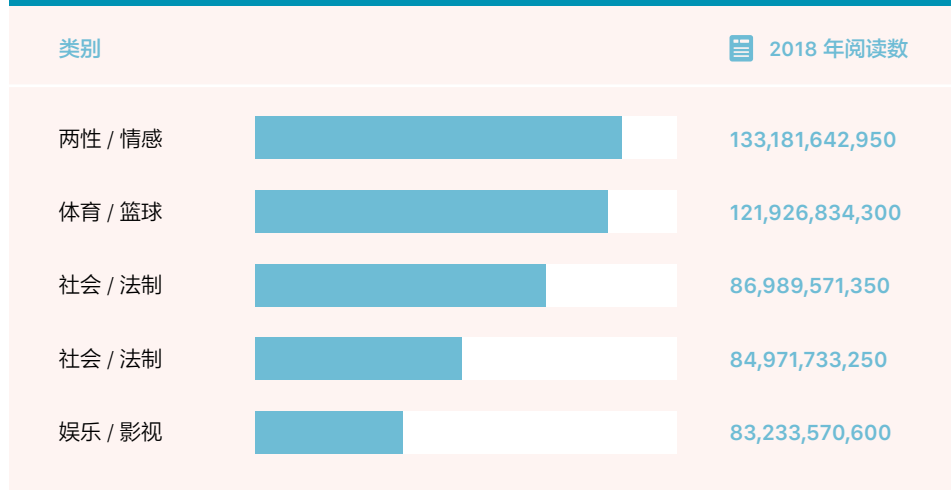
从内容粘性看，女性用户在浏览同性创作者的作品时，平均每条视频观看 1.11 次，而男性用户的这个数据为 1.09 次。这进一步说明女性群体之间创作者与用户之间形成了亲密的联结。

这其中的原因，可能在于女性感兴趣的话题更具有群体内沟通的特点，女性共同积极地参与话题讨论，使得声音更为洪亮，有助于设立话题舆论场的议题，建立更平衡的公共议题空间。以今日头条与抖音平台为例，女性与男性用户阅读兴趣存在着明显的区别。例如，男性女性对于婚姻和育儿类资讯的感兴趣程度，就表现出了明显差异。

女性用户阅读最多的类别



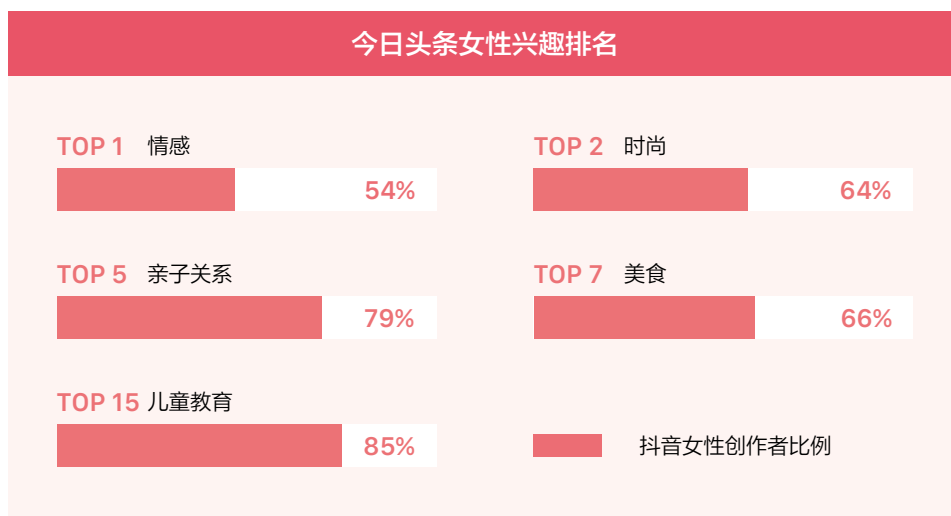
男性阅读最多的资讯类别



数据来源：今日头条，2018 年数据汇总



与此同时，以抖音为例，育儿类创作者中女性作者比例高达 79.8%，从这个角度来说，对于育儿这个话题，女性是公共话题构建的主要参与者。在对比了今日头条与抖音平台上女性用户阅读与创作的相关数据，女性群体内沟通现象最明显的领域有以下 5 个：



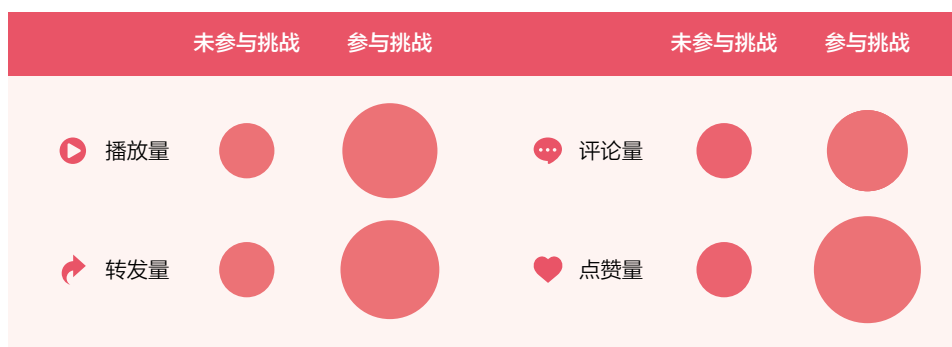
数据来源：今日头条，2018 年数据汇总

可以看到，亲子关系和儿童教育是排名最靠前的两个类别，从某种意义上来说，似乎可以窥见当下被热议的“丧偶式教育”现状。对于一个本该需要家庭共同承担的责任，但在现实中主要由女性面对。因此，如何解决工作家庭双肩挑的压力？如何通过家人和自己的调节获得一个更平衡的生活状态？这些都成为女性所关注的核心问题。此时，女性群体内部的互相支持与互相鼓励就显得更为重要。

话题聚合：讨论放大声浪

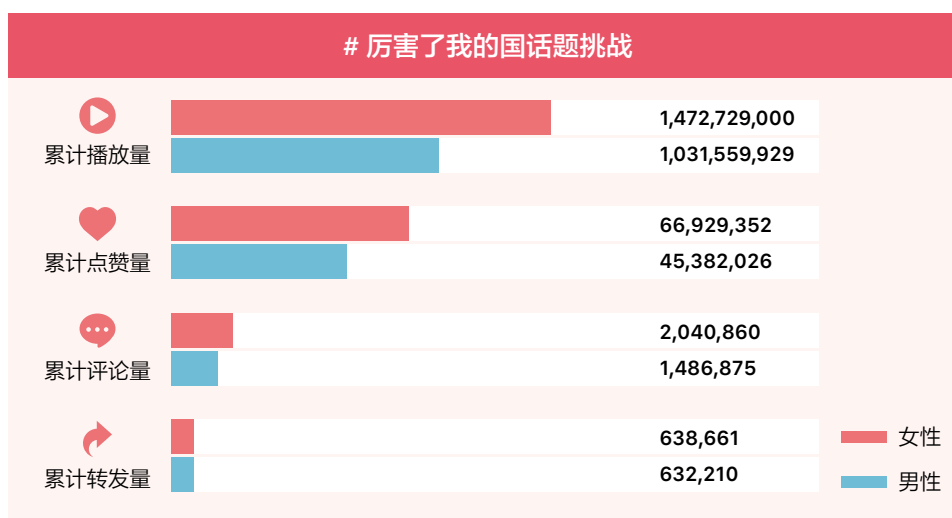
话题，使内容在庞大的媒体库中完成主动聚合，成为一项可以考察平台上议题或观点讨论效果的指标，在液态的传播结构中承担着聚合起陌生人间社会松散链接的粘合剂。

女性作为活跃的传播者，除了产生互动与情感共鸣使其内容更具有传播力，同时也通过积极参与话题，在重要的社会议题中承担着重要的角色，传递了正能量。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

案例：在国庆节期间发起的话题挑战 # 厉害了我的国，女性用户创作作品所贡献的播放量和互动量都大幅超越男性用户。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

激活传统文化传播

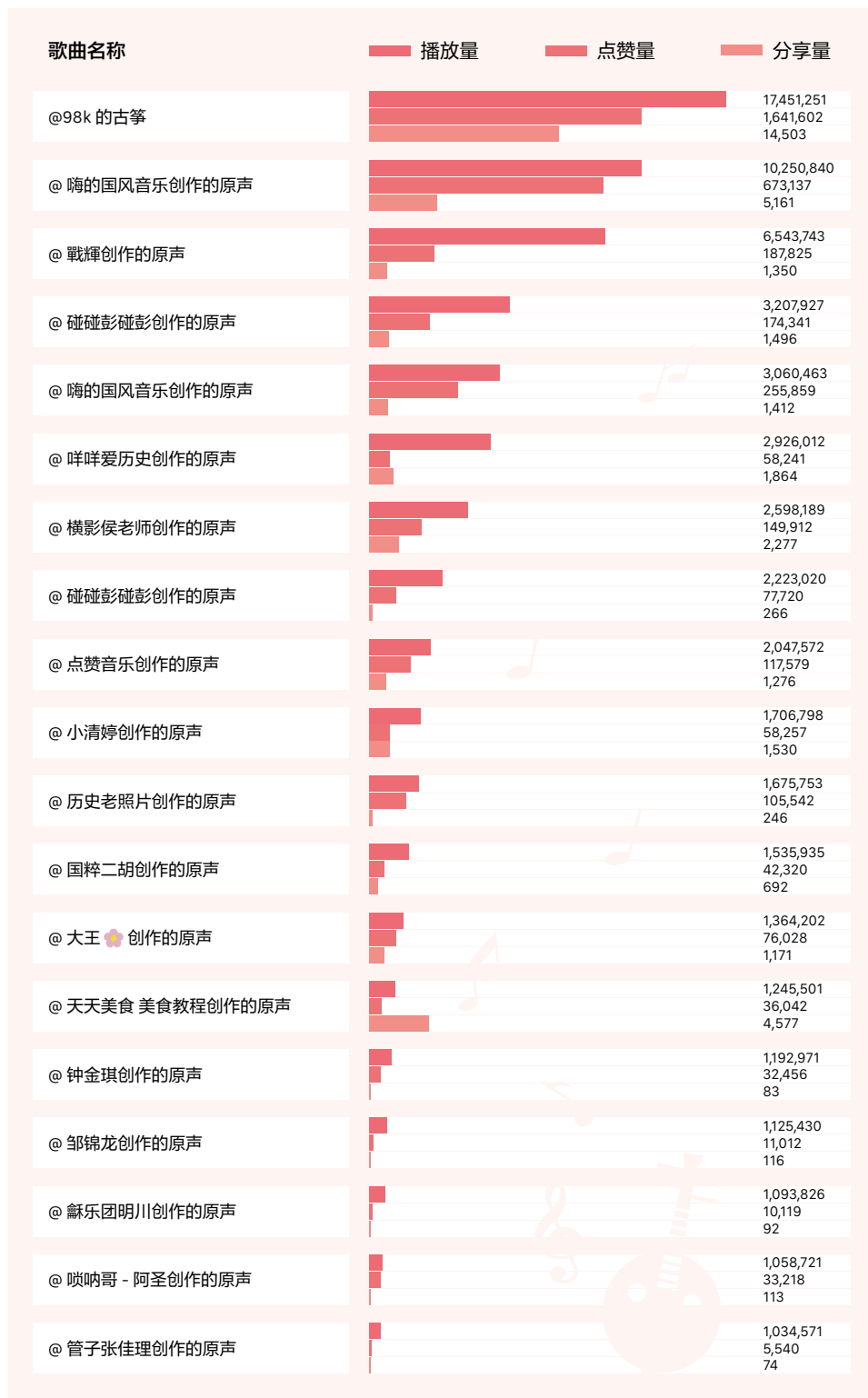
在抖音热门话题中，有不少所谓的冷门兴趣依靠话题一炮而红，成为炙手可热的新晋“网红”，在这背后，实则是创作者的创意表达激活了文化的传播。

以下 5 个话题是排名最靠前的专业兴趣类话题，它们既是一门专业技艺，又是小众领域，在现实中能够聚集这么大规模的参与度，几乎是不可能的事。这五个话题中，女性用户的参与占比均超过半数，# 汉服、# 粉墨新声 甚至达到了 80%。以琴会友、以画会友、以舞会友，有不少同道中人通过抖音相识成为朋友。

冷门兴趣类话题						
话题	女性参与占比	作品数	播放量	评论量	分享量	点赞量
汉服	86%	364,942	4,543,074,699	10,817,946	1,720,154	225,674,918
粉墨新声	79%	3,257,597	879,453,008	2,719,999	760,175	31,085,578
是时候教你跳芭蕾了	74%	15,723	121,427,454	91,873	83,139	4,682,381
国乐 show 计划!	64%	37,380	197,609,643	378,986	105,289	7,457,374
谁说国画不抖音	57%	93,940	1,682,584,142	2,151,770	893,707	62,341,459

数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

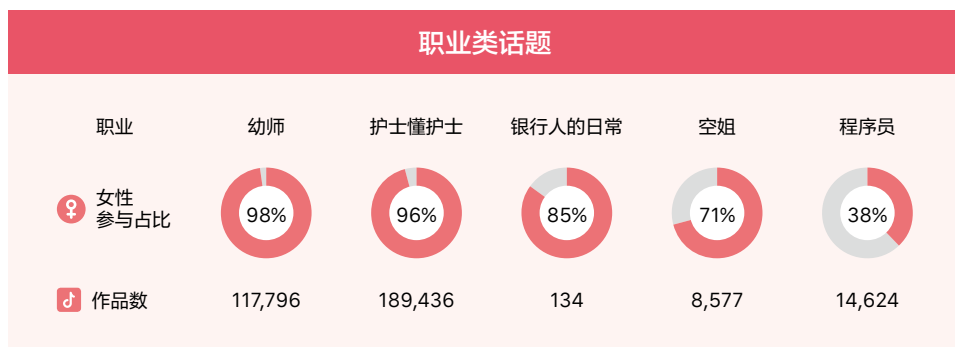
话题就像是为同道中人组织了一场聚会，用户在交朋友之余，也为平台上所有的用户展现了这个群体的魅力所在。比如，在 # 国乐 show 计划! 这个话题里共产生了 818 首原创音乐，其中 19 首播放量超过 100 万次。高手之间的切磋，不仅让更多用户一饱耳福，也是宣传国乐、弘扬民族文化的创新方式。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

职业女性表达的窗口

除了兴趣类群体，相同职业的群体也能通过话题在线上走到一起。在抖音热门话题中，排名最靠前的职业类话题 TOP 5 中，有四个话题是由女性主导，其中 # 护士懂护士 高达 96%，# 幼师 高达 98%。这几个职业在现实中也是以女性为主，从一定程度上来说，女性对自己的职业群体更有归属感，且群体内部联系更为紧密。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

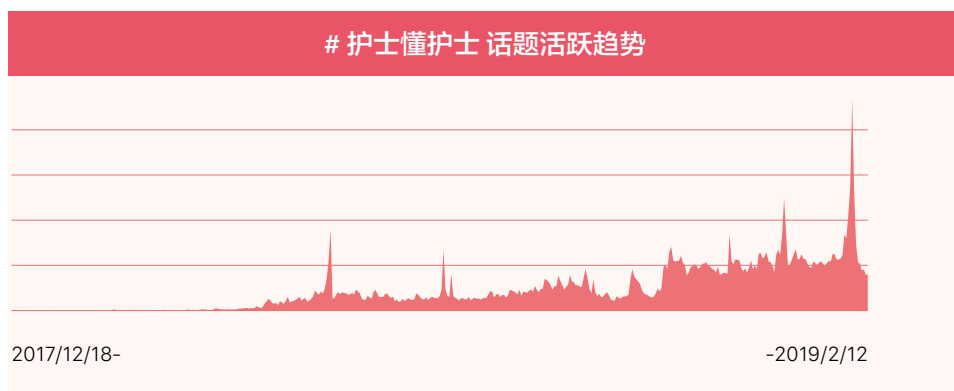
这一类话题通常以展示职业群体的工作日常以及生活感悟为主，既是让其他用户了解她们的一个窗口，也是群体内互相陪伴与沟通的线上平台。通过话题成员人均参与话题挑战的次数来看，该群体用户对于这个话题的粘性更强。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

此外，因为具有记录与沟通的性质，因此这样的话题活跃期也更长。通过将 # 护士懂护士 vs # 比心发射盛世美颜 二者相比较，可以发现 # 比心发射盛世美颜 这样的话题一经发起便一炮而红，但是之后便急速下跌，但是 # 护士懂护士 职业类话题在话题发起之初，比较“慢热”，但是当参与人数达到了聚集效应后，参与人数有增无减，活跃度持续上升，说明越来越多的护士加入了沟通与职业表达。

护士懂护士 vs # 比心发射盛世美颜



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总



抖音 | 记录美好生活
短视频



@张小皓
病人好了，护士疯了。
护士懂护士



抖音 | 记录美好生活
短视频



@Teacher 吕
幼教环创 看一遍笑一遍

女性表达的 社会价值



随着社会的发展，女性撑起中国特色社会主义事业的半边天，在经济社会以及社会最小单元——家庭中承担着重要的角色和使命。

网络技术和媒体技术的发展，让有助于女性群体记录、交流、共享的产品机制逐渐形成，女性可以更自在和更丰富地展示自我、抒发情感、传递价值。

女性表达的社会价值具有“ROLE”的特征，包括如下四点：

- R——理解真实自我（Reality）
- O——打破刻板偏见（Outlook）
- L——促进情感沟通（Link）
- E——激活多元体验（Experience）

Reality：新时代女性的新形象

女性作为网络世界重要的参与者、传播者，特征之一便是能够更自然坦诚地展示自我。她们透过镜头的自我剖析，用最真诚直白的语言，最没有杂质和修饰的视觉画面，让观众看到感受到镜头对面的人物生活的状态和向上的姿态。以当下初入社会的年轻人共同的情绪“北漂”为例，抖音上拍摄北漂个人微记录视频的作者中，女性作者占绝大多数。



北漂话题挑战累计点赞数 TOP10 的作品

作者昵称	作者的性别	视频的累计播放次数	视频的累计评论次数	视频的累计点赞次数	视频的累计分享次数
羽仔	♀ 女	127,580,841	274,465	7,571,424	77,711
史别别	♀ 女	58,013,221	53,859	2,374,028	3,842
金秋	♂ 男	11,781,787	17,818	495,824	19,843
你好啊静安	♀ 女	19,776,894	37,737	453,332	11,583
Alone	♂ 男	10,081,530	5,855	415,608	11,567
静琦	♀ 女	9,328,062	36,750	359,775	3,043
航仔超人	♂ 男	15,702,649	5,581	337,507	663
奔跑的路西	♀ 女	5,870,656	15,150	249,041	7,126
鲜橙子	♀ 女	3,904,566	8,536	162,871	513
海淀区刘嘉玲	♀ 女	6,918,138	15,161	99,682	825

数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

这些独立而积极的年轻女性，正是当代奋斗青年的缩影。她们对于生活的理解和对自我的思考，鼓励更多年轻女性在奋斗的平凡日子中理解自我，把握自我，在艰难的日子里找到方向，在追求生活的道路上，独立思考，给出自己的答案。

● 案例

“琐碎的日常，平凡的生活，这就是我”，这个抖音上一个有着 162 万粉丝的北漂女孩 @ 史别别在自己的视频 vlog 中对自己生活做出如上总结。

她第一支火起来的视频记录的是在北京搬家找房子的一天，奔波的路程、价格不菲的房租、环境参差的居住环境反复敲打观者的情绪产生共鸣。



史别别说，“很多人关注我，因为好奇北漂的生活”，然而，在好奇情绪的背后也投射出每一个离开家乡到大城市打拼的年轻人的压力与恐惧。

未知的工作挑战、难以稳定的生活状态，不论这一代年轻人选在在哪座城市“漂”，他们都在经历着相似的困难与压力。

创新地使用 vlog 短视频的方式实现记录生活，同时心态开放地共享到网络空间，这样的形式就好比创作者在自家举办了一场聚会，让同样处于迷茫期的青年在倾诉和互动中逐渐释放压力。

“有人问我在北京过的怎么样，我觉得吧，还挺好的！”——史别别

Outlook：职业女性的她力量

短视频不仅可以展示最感性的个人生活状态，也是人们展示职业工作状态的方式。透过视频载体，人们可以将工作状态的方方面面分享出来，使得以往与真实人物割裂的单薄职业形象丰满起来。

抖音平台上的女性在展示自己工作状态时持续不断地刷新外界对她们的认知，一些在日常中难以得见的女性职业角色通过短视频的方式被更多人看到，让更多人见证她们在社会发展和经济文化建设中承担的极其重要的作用。

• 案例

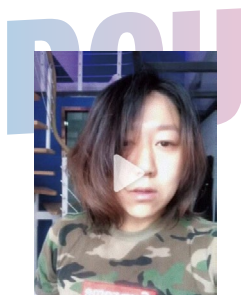
@璐小仙，女性斯坦尼康摄影师，男性主导行业里的稀有物种。

第一支火起来的视频借用抖音上很火的美女一秒变妆的创意进行拍摄，但在一众美女小姐妹的美妆变装作品里，璐小仙变装为酷帅的户外摄影师的作品尤为亮眼。

摄影师、飞行员、赛车手等职业由于重体力、高风险、复杂工作环境的特性而成为男性主导的职业领域，但这些行业里依然有很多优秀的女性从业者，她们用自己个人的影响力和魅力擦除社会对女性无法承担此类工作的偏见。

女性刻板印象作为一个严肃社会话题，在逐渐消解的过程中，需要真正打破这一桎梏的女性用真实的工作状态来感染每一个人。

“只要能力够，男女都能上”
——璐小仙



抖音 | 记录美好生活



@璐小仙
有你在身边就很美 野战摄影队华丽变身！谁与争锋……骚 ^_^

Link: 和谐家庭的她贡献

在互联网发展前期，家人是一种相较工作伙伴或者同学朋友，显得存在感更弱的社会角色。人们乐于在个人网络主页晒出自己 and 朋友的自拍，或者是工作成果的展示，却鲜有一张与家人的合照。

短视频内容创作的模式让更多人重新定义了网络空间里的家庭关系，越来越多家庭全家人一起拍摄短视频，在拍摄中增进了解，升温情感，而这类视频的创意发起者也常为家庭中的女性。女性创作者用柔和生动的镜头语言，以及富有情感共鸣的创意手段，展示了各自家庭和谐的样本、幸福的样子。

• 案例

生活在河南农村的 @小顽童爷爷 一家，孙女以爷爷奶奶为对象拍摄抖音的热门剧情，收获了 400 多万的粉丝。

由于父母一直在外打工，生活在河南农村的晁爽从小就跟着爷爷奶奶一起生活。毕业之后，晁爽本也想离家出去打工，但由于爷爷的身体原因，她还是决定留在爷爷奶奶身边。

爷爷越来越年迈了，而且有着八年抑郁症病史。孙女看着爷爷每天在家不是看电视，就是在打瞌睡。喜欢刷小视频的孙女就拉着爷爷拍起了小视频。孙女没想到，不管是随着节奏灵巧的手势舞、还是可爱三连拍，爷爷奶奶好像都有天赋一样，完成得很好。在慢慢说服本来还挺害羞的奶奶加入后，关注的人还更多了。

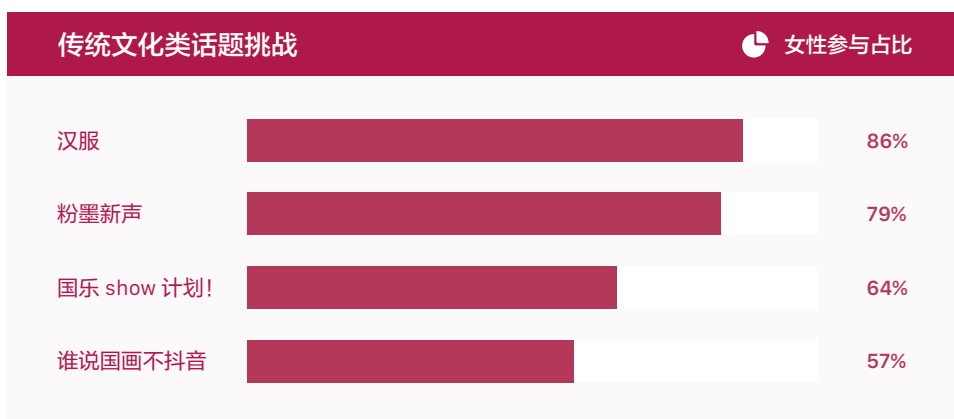
现在爷爷每天最开心的事情之一就是跟孙女一起拍抖音，要是孙女今天没找他拍，他还会催。



Experience: 文化传播中的她声音

京剧演员可以说是中国人追的第一批“偶像”。而如今京剧受众范围年龄层偏高，传播方式单一，使其逐渐变成一种小众文化。如今，通过短视频平台的传播方式拓新，人们可以更真切地体验到京剧文化的魅力，让京剧这门传统而古老的艺术更广泛地渗透到年轻人中，成为年轻人喜闻乐见的文化娱乐方式。

而这仅仅只是短视频助力文化传播的一个例子，在这过程中，数据显示“她形象”是传统文化传播中重要的角色，“她声音”成为了文化传播的主要声音。



数据来源：抖音，截至 2019 年 2 月 12 日数据汇总

• 案例

@ 京剧演员王梦婷，抖音签名“本仙京剧演员是也~”。

从七岁起便开始学习京剧的京剧演员王梦婷从中国戏曲学院毕业，加入北京京剧团之后，经历了至少五年内的龙套、配角，现在已经成角儿的她，却在抖音上收获了意料之外的一批受众。



王梦婷把她作为京剧演员的一些日常和京剧科普内容在「# 谁说京剧不抖音」的栏目下时常更新着，没想到这些内容竟然把一批 90 后、00 后吸引进入了戏园子，而这些抖音受众给她的互动，也让她重回京剧演员的「偶像时代」。

卷尾语

全国妇联妇女研究所副所长、研究员姜秀花

近两万字的《女性表达方式报告》详实地展示了公众需求、话题走势、媒体趋势，是当下媒体生态的大数据总局、大全景呈现，不仅向公众全方位展示了女性在网络空间的自主性能动性创造性和多元化的生活体验，而且对于促进社会关注时代新女性的全面发展，推动相关政策改进，深化新媒体研究，助力新媒体产业健康发展，均有很高的参考价值。

日下渐火的抖音平台成了诸多有思想、有温度、有品质的短视频作品的展示平台，成了真情的交流平台，正能量的释放平台。从数据分析可以看出，女性是新媒体的重要参与者，也是正能量的重要传播者。比如一个人带火了一座城的火锅小姐姐@张辉映、北大女生@李雪琴，她们是平凡如我的女性，但平台因她们而更精彩。京剧名角王珮瑜、缙丝大师马惠娟等业界精英在这个平台上以自身已有的影响力润物无声。广大女性在参与中、传播中自觉地承担起举旗帜、聚人心、育新人、兴文化、展形象的使命，这是新时代巾帼的作为、巾帼的担当！

从数据分析可以看出，性别差异在用户数量、累计投稿量、话题参与的积极性、群体内互动等诸多方面体现。女性以活跃的姿态提高了内容的传播力，提升了表达的影响力，改变了传统的话语格局，塑造了全新的女性形象。来自百姓中间的平凡女性形象，较以往媒体呈现的女性形象更真实、更自然、更生动。

当下传播呈现分众化、差异化的趋势，舆论场无处不在。微信、抖音等推动了全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。短视频凭借低门槛、强参与、强连接的延展性，在互联网上弘扬了正能量，唱响了主旋律，并且日渐成为很多人的一种社交形式、生活方式。

撑起了中国特色社会主义事业半边天的女性，也撑起了网络世界的半边天。如何正确引导，成为一个全新的课题。《女性表达方式报告》通过数据与案例分析了女性通过互联网的表达产生的社会反响社会效果，也直接或间接地提供了话题设置、引领等方法和借鉴。从现实出发，从数据研判，知晓当下女性新观念、新动态、新趋向，在针对性、精准度、专业性上下功夫，在个性化生产、可视化呈现、互动化传播下功夫，培育积极健康、向上向善的网络文化，用好视频、好作品滋养人心、滋养社会，做到正能量充沛、主旋律高昂，为公众特别是广大女性营造一个风清气正的网络空间。

所谓大道至简，相比互联网汪洋的公众参与和话题呈现，报告精简明了，干货满满。作为一个研究者，一则感谢报告发起方中国妇女报和抖音为此所付出的努力与成果。二则我也期待这样的报告能够定期发布，为相关业界提供更多有益的参考，让女性在舆论引导、思想引领、文化传承有作为有贡献，更好地传播她观点、她声音、她故事。



新零售大数据研究中心

率属于汇众产业集团，是一家专注于直销/微商/社交电商/新零售大数据商业应用、大数据技术与分析的研究机构，以专业化的数据化信息分析洞察商业行业的变化，通过整合直销/微商/社交电商/新零售行业数据可指导企业进行业务流程的有效化运营和优化。



扫一扫，为您奉上直销、微商、社交电商、新零售最新数据