

教育部人文社会科学研究一般项目

项目批号09YJA860002

心理学视野中的 网络舆论引导研究



XINLIXUE SHIYE ZHONG DE
WANGLUO YULUN YINDAO YANJIU

曹 茹 王秋菊 著



人 民 大 学 出 版 社

心理学视野中的

网络舆论引导研究



XINLIXUE SHIYE ZHONG DE
WANGLUO YULUN YINDAO YANJIU

曹 茹 王秋菊 著



人 民 大 学 出 版 社

责任编辑：孙兴民
装帧设计：盛世华光
责任校树：张彦

图书在版编目（CIP）数据

心理学视野中的网络舆论引导研究 / 曹茹 王秋菊 著.
—北京：人民出版社，2013.10

ISBN 978-7-01-012691-3

I. ①心… II. ①曹… ③王… III. ①互连网络-舆论-研究-中国
IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 240114 号

心理学视野中的网络舆论引导研究

XINLIXUE SHIYEZHONGDE WANGLUO YULUN YINGDAO YANJIU

曹茹 王秋菊 著

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

保定市北方胶印有限公司印刷 新华书店经销

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月北京第 1 次印刷

开本：880 毫米 × 1230 毫米 1/32 印张：11.375

字数：265 千字 印数：0,001—3,000 册

ISBN 978-7-01-012691-3 定价：36.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

教育部人文社会科学研究一般项目
项目批号09YJA860002

|| 对网络舆论研究的两点看法（代序）

刘京林

随着互联网的迅猛发展和网民数量的急剧增长（据权威机构统计至2012年6月我国网民人数已达5.38亿），网络舆论已经成为影响我国社会舆论的格局、走向及政府决策的重要力量。对网络舆论的研究，已经成为学界、业界的一个重要的研究课题，涉及对我国网络舆论传播的特征、发展的阶段、生成的模式、传播的形态、社会的影响力等多个方面。但是专门从心理学视域做比较全面、系统的梳理，并深刻地阐释网络舆论形成的心理机制；网络舆论偏差的心理成因；网民心理对网络舆论的影响；网络舆论从非理性向理性的演变过程；网络舆论引导的心理学理论和心理策略等问题的著作并不多见。河北大学新闻传播学院曹茹教授的新著《心理学视野中的网络舆论引导研究》，在一定程度上填补了这方面的空白。该著作的问世，除了反映作者具有较扎实的传播学与心理学基础理论和基本知识外，还显示出作者对心理学和心理现象有较高的悟性。

借为曹茹教授这本专著写序的机会，谈谈自己在学习和研

究网络舆论中的两点不成熟的看法,愿与同行切磋、交流、共进。

在形形色色、不断变化的网络舆论中蕴含着“一种看不见的力量”^① 这种力量来自公众舆论所要“表达的信念,即信任什么,遵从什么,不信任什么,反对什么,信念和信仰的总合是舆论的潜质”。^② 作为舆论的引导者必须善于透过社会舆论的表象,准确地抓住这种“看不见的力量”,不懈地挖掘并解决形成“这种潜质”的社会的政治、经济、文化等方面更深层次的社会矛盾、社会问题以及社会主流意识和前进的方向,主动地、及时地调整社会关系和自我行为,引导、化解社会矛盾,变消极力量为积极力量,持续推动改革开放健康、深入地发展。

一、网络舆论^③与社会心理从本质上看是什么关系?

网络舆论(简称为舆论,下同)与社会心理从本质上看至少存在两种关系,一是种属关系,一是表征与内涵的关系。

(一) 种属关系

“舆论”首先应当是“舆论学”研究的问题,或许它还与社会学、政治学等其他学科有关。但是从学者们对舆论的界定看,无疑将之归入社会心理学更为妥当。

在心理学词典中,对舆论是这样界定的:“舆论(public opinion)亦称公众意见。指在人们共同关心的问题上,社会大

①刘建明等著:《舆论学概论》,中国传媒大学出版社2009年4月出版,第13页。

②刘建明等著:《舆论学概论》,中国传媒大学出版社2009年4月出版,第32页。

③网络舆论是社会舆论的一个组成部分,分析网络舆论与社会心理的关系也可视为社会舆论与社会心理的关系,本文将网络舆论和社会舆论混用。

众意见的总合，常表现为多数人对它的态度和评价。”^①“公众对社会事件公开、一致的意见。从中可以看出公众的价值取向、知识水平、道德水平、需要和期望。”^②

在对舆论作进一步诠释时，所使用的词语，如态度、知觉、观点、信念、意愿、情感、理智、决断、能力等，也多属于心理学范畴。^③

再查阅社会心理这个概念，会发现“舆论”被明确地置于其中。社会心理“指某一社会群体共同具有的心理现象，如风俗、传统、时尚、舆论、暗示、感染、模仿、从众等。”^④

从以上对舆论和社会心理的界定中可以得出结论：舆论与社会心理是种属关系，即舆论是社会心理的一个组成部分。

（二）表征与内涵的关系

虽然舆论是社会心理的一个组成部分，但是社会舆论并不等于社会心理。二者之间还有一层表、里关系即表征与内涵的关系。有研究者曾多维度地分析了舆论与社会心理的关系：从舆论议题的形成看，舆论是社会心理与社会现实共振的结果；从舆论产生的条件看，舆论是人们心理互动的结果，是社会心理与意见环境相互作用的结果；从形成机制看，舆论形成的机制是社会心理，任何舆论都必然经历复杂的社会心理过程；从反映论的角度看，网络舆论暴力是社会暴力的反映和延伸；从社会心理对舆论的重要性上看，社会心理和舆论就像钱币的两

①黄希庭主编：《简明心理学辞典》，安徽人民出版社2004年9月出版，第481页。

②林崇德主编：《心理学大辞典》，上海教育出版社2003年12月出版，第1597页。

③刘建明等著：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社2009年4月出版，第24—26页。

④车文博主编：《当代西方心理学新词典》，吉林人民出版社2001年10月出版，第323页。

个面，它们共生共有，互为因果。

以上这些分析都有道理，而且也都涉及舆论和社会心理的关系，但似乎还没有将二者的本质关系点透。德国社会学家诺依曼于1980年出版的《沉默的螺旋：舆论——我们的社会皮肤》，以及我国社会心理学家沙莲香教授2003年提出的“舆论，是对社会心理阶段性、流动性的表征”，回答了这个问题。“皮肤”和“表征”这两个关键词非常准确、形象地道出舆论与社会心理的本质关系，即皮肤与内脏、表征与内涵的关系。皮肤可以保护内脏，同时也可以反映出内脏的状态。表征与内涵的关系是表、里关系，是内在与外化的关系。社会心理是一种群体的潜在的心理状态，人们往往不会意识到它的存在。只有在某种条件的激发下，如负载着这种社会心理的社会事件出现，并被群体强烈关注，社会心理才会外化为舆论，人们可以通过可视、可听、可触等方式感受到群众内心的呼声。认识到这一点对舆论的引导者十分重要，他们需要透视舆论的表象，分析人们的内心诉求，探寻社会问题的症结，进而有针对性地为百姓排忧解难。

二、判断社会舆论是否代表社会心理（或曰民意）最重要的依据是什么？

对网络舆论是否能代表民意（在这指大多数民众），至少有两种观点。一种认为，“网络舆情^①并不完全等同民意”，“网络舆情与现实民意之间有巨大的差异”^②。另一种认为，

①网络舆论和网络舆情的内涵基本一样，相比较而言，舆情是对某一时段在一定社会范围内出现的舆论状况的表述。本文对网络舆论和网络舆情做同一概念处理。

②曹林：《别在被放大的网络舆情中误读中国》，《中国青年报》2013年5月3日。

“网络现在已经是最重要而且使用非常普遍的表达途径之一，为什么网络声音会不代表民意呢？”^① 两种观点针锋相对。他们各自的依据是什么呢？主要有两点。一是看人数多少；二是看网络的特点。除外，还有其他一些文章提出网民的年龄、文化水平和素质等因素。用这些理由判断网络舆情能否代表民意，虽然都有一定的道理，但是都没有抓住问题的要害。我认为，判断网络舆情是否代表民意最重要的依据是网络舆论是否触及了社会心理这个层面；是否折射出社会的主要矛盾，是否体现出社会发展的方向。

（一）人数的多少

坚持网络舆情不能完全等同民意者认为：“中国有十多亿人，上网的人毕竟不是多数，而且，多数上网的人其实也并不发言，这使得网络舆情的代表性很有限。”^② 而另一方则予以反击：“稍有统计学常识者就能判断出，这是个可笑的认识。如果样本太少了，当然代表性不够强。可中国网民已高达五六亿人，网上发言的也有上亿，代表性怎么就‘很有限’呢？《中国青年报》经常搞民意调查，参与调查者一般也就一两千人，难道那样的舆情才代表性更强？”^③ 人数的多寡的确是判断网络舆情能否代表民意的一个重要条件，因为舆论是“所有的或绝大部分的人们，在相同的明确的结论基础上的理智和情感的统一。”^④ 但它不是决定性的条件，所谓群氓就是例证，而且真理掌握在少数人手里的情況也并不罕见。以人数的多少做判断还会引出另一个新的问题。即多少人才算是多数？

①李清：《网络舆情能否代表民意？》，《羊城晚报》2013年6月24日。

②曹林：《别在被放大的网络舆情中误读中国》，《中国青年报》2013年5月3日。

③李清：《网络舆情能否代表民意？》，《羊城晚报》2013年6月24日。

④刘建明等著：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社2009年4月出版，第26页。

我们知道,人数的多少是个相对的概念,而不是一个绝对值。有研究者认为,公众意见是“公众的共同知觉和信念构成一定社会范围内的优势意见。”^① 这里的“一定的社会范围”就是强调了网络舆论的地域性和对象性。由于网络舆论所代表的地域不同(如是全世界的、一个国家的或国内某个地区的)和对象的差异(如不同的阶级、阶层),所以网络舆论所谓多数的数值是很不一样的,对其的代表性就要具体问题具体分析,单纯强调人数的多少,有时很难说明它能否真正代表民意。

在确定了“一定的社会范围”的前提下,又该如何判断网络舆论的民意代表性?研究者通常的方法是采用民意测验。从舆论产生的历史过程看,有一些学者对民意测验的结果持怀疑态度。如赫伯特·布鲁默认为:“尽管进行了大量关于舆论的测验研究,但是具有普遍性的舆论,如果不是完全缺乏,也是极少量的。”更有甚者,像奈克尔认为,“公共舆论是一种看不见的力量,无法度量。”^② 这种说法虽然太过悲观,但是在现实中,对同一问题的调查得出相反结论的情况并不少见。如有媒体报道,中国社会科学院做的《中国新媒体发展报告》得出“微博用户整体学历偏低,高中以下的占到七成多”^③ 的结论引发网友对数据可信度的质疑。也有的调研报告得出的数据相反。比如,对中国网民年龄高低有不同的说法,有的认为“中国网民低龄化,很容易被煽动。”^④ 但也有调查发现,“网

①刘建明等著:《舆论学概论》,中国传媒大学出版社2009年4月出版,第23页。

②刘建明等著:《舆论学概论》,中国传媒大学出版社2009年4月出版,第13页。

③孙静:《微博用户学历低是咋统计出来的》,《中国青年报》2013年6月27日。

④王辰瑶:《自信与隐忧:互联网时代新闻从业者的自我形象认知》,《电视研究》2010年第12期。

民的统计学特征偏城镇、较高学历，年轻人和低收入人群。”^①。这说明想通过民意测验的方法来准确判断民意不是一件容易的事情。当然，正如高考的弊端人人皆知，但是在没有找到更能体现公平竞争的办法之前，高考也不失为一种相对公平的选择一样，民意测验不但是需要的，而且对了解社情民意，对政府改进工作还是起到了积极的作用。只是我们对民意测验的结果可以作为政府决策的重要参考，而不能完全依重它。重要的还是要深入实际调查研究，才能真正了解民意。

（二）网络的特点

有人认为，网络舆论因网络的特点（虚拟性、匿名性、自由性、便捷性、草根性等）和网民的素质低（容易非理性占上风）、文化水平低（辨别能力弱）、年龄低（容易被煽动）的结合，在网络上“极端的声音更容易得到传播，温和理性的声音反而被淹没；极端民粹主义和极端民族主义的情绪化声音更容易得到传播，建设性的意见反而成为沉默的螺旋；对抗性的声音和对立性的观点得到了最大程度的呈现，沟通性的声音反而被弱化；负面的声音集中呈现，正面的声音只是虚弱地存在。”^②于是得出结论，网络的声音具有欺骗性和局限性。虽然网络舆论存在不少问题，但这并不等于所有的网络舆论都不能代表民意。尤其是中国的网络舆论有着鲜明的中国特色。有位电视编导认为，在国外根本不会把网上的东西当真，但我们有些主流媒体不能报道的事情，网络给爆出来了，这样就会

^①祝华新：《“两个舆论场”的由来和融通之道》，《南方传媒研究》2012年11月27日。

^②曹林：《别在被放大的网络舆情中误读中国》，《中国青年报》2013年5月3日。

逼着主流媒体做出改变,^① 同时也会倒逼有关政府部门及时解决现实存在的问题。仅以 2003 年“网络舆论年为例”,在这一年里,网络舆论在“孙志刚事件”、“刘涌案”、“宝马撞人案”以及“美伊战争”、“反腐倡廉”“学术腐败”、“三农问题”、“教育乱收费”等问题的讨论中发挥了不可忽视的作用。网络舆论在关注弱势群体、争取民众利益、揭露腐败、抨击贪官污吏,在对我国政治体制改革和民主法治建设等方面起到了巨大的推动作用。显然这类网络舆论完全可以代表民意。

总之,网络本身的特点和网民人数的多少、文化水平、年龄及素质的高低,都不应作为判断网络舆论能否代表民意的最重要的依据。

(三) 是否反映人民群众的根本利益是网络民意代表性的最重要的判断依据

虽然网络已经成为最重要的而且使用非常普遍的表达民意的途径之一,虽然网民的人数、文化程度和年龄等都会对网络舆论的民意代表性产生或多或少的影响,但是这些都不是最重要的条件。我认为判断网络舆论能否代表民意,主要看该舆论是否代表了广大人民群众的根本利益,是否反映出某个时期人们主要的社会心理(社会心态);是否反映出社会的主要矛盾;是否反映出社会的主流意识形态和发展方向。

网络事件(或曰社会热点问题)往往是引发网络舆论的导火索,其重要性不言而喻。然而如果孤立起来看每一个网络事件似乎与网民(非当事者)不存在直接的利害冲突。比如

^①王辰瑶:《自信与隐忧:互联网时代新闻从业者的自我形象认知》,《电视研究》2010 年第 12 期。

富士康员工跳楼、我爸爸是李刚、彭宇事件、“表哥”、“房嫂”、郭美美炫富、缝肛门事件等等。但是为什么这些事件能够在网上掀起巨大的舆论浪潮？为什么它们能牵动亿万民众的心？其最重要的原因就在于这些内容各异的网络事件触动了社会心理这个深层次的问题，触及到转型期社会矛盾的对抗性，如因社会不公引起的仇富、仇贵心理，因腐败引起的仇官心理；因医疗制度的缺陷引发的医患关系紧张；因社会保障体系和政治体制改革的滞后，引发的对高房价、高物价、低工资等的不满。

以“李某涉轮奸案”为例。此事件发生已近半年了，但至今仍“高烧未退”，社会公众对此表现出空前的围观热情。“公众为何盯住一个‘坏孩子’的新闻不放？这一事件的背后，反映出怎样的社会心态？”“社会舆论紧咬李某事件不放，更重要的原因有深层次的社会心理从中发酵所致。如今，舆论对社会公正的焦虑在四处蔓延，为诸多舆论炉膛提供燃料。因他是名人之后，李某的特殊背景容易引发公众的仇恨想象，点燃起失控的社会怨恨。李家在这一舆论事件中的不当表现，偏偏又一步步地验证了公众心中的固化仇富、仇贵的想象。”^①

当然网络事件所引发的网络舆论并非对社会都是负面影响。如中科院于建嵘教授在新浪微博上发出的“随手拍解救乞讨儿童”的呼吁，一呼百应，形成了强大的社会舆论，反映出网民对乞讨儿童的同情，彰显出人们的大爱精神。又如在网络上发起的各种公益活动都显示出强大的社会正能量。而有些网络信息如某著名演员怀孕了及她的日常生活中的琐事，虽

^①张涛甫：《李某案发酿成无解的舆论事件》，《环球时报》2013年7月29日。

然点击量数以千万计，但它们只是人们茶余饭后的谈资，不会构成网络舆论。这便进一步印证了舆论的内涵：“舆论是否存在，取决于民众的内心呼唤和要求，他们的理想和追求一致形成了共同意见。”^① 网络舆论是否代表大多数人民群众的根本利益这个试金石最终可以甄别谣言，剔除八卦类新闻，有助于使网络舆论这个民间舆论场和官方舆论场密切合作，推动社会矛盾的化解和草根民众利益诉求的实现，促进社会的稳定与和谐发展。

（作者为中国传媒大学教授、博士生导师）

^①刘建明等著：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社2009年4月出版，第34页。

|| 作者序

正当此书书稿进入尾声的时候，白贵院长电话告我：经学校批准，传播心理研究所（由我牵头）正式成立！这一消息，好像是专为本书书稿完成而来；本书书稿就此完成，又好像是专为传播心理研究所成立的献礼而至。

从新闻学起步，撞入传播学，又从传播学不知不觉地走入传播心理学，这就是我的学术之路。我曾经以为，传播学是新闻学的基础；后来又发现，心理学是传播学的基础。当我懵懂地感到我是多么需要心理学营养的时候，中国传媒大学（当时为北京广播学院）为我打开了一扇门（2003年我考取该校传播心理专业博士），让我遇到了我的恩师刘京林教授。刘老师是我国传播心理学的主要创建者。在耳提面命的三年里，我触摸到了老师在新闻学、传播学与心理学之间构建起的桥梁。我深深地被这个桥梁所吸引，也为这座桥梁引发的学术新境界而兴奋。2006年7月，我完成了博士论文《新闻从业者职业倦怠研究》，获博士学位。现在回看这篇博士论文，它的确显得有些稚嫩，但它的开拓性是毋庸置疑的。毕业后，回到河北大学继续从教。学校如故，而我却有新生的感觉，因为有了

一种新的学术追求——传播心理学。这本书是为完成教育部项目“基于网民心理的网络舆论引导研究”而作，也是近年来在传播心理学方向上思考的点滴成果。

一、社会心理——舆论的直接生产者

舆论的根源在于社会矛盾，但社会矛盾不直接生产舆论；各种媒体是意见交流的平台，并非意见的生产者；意见的来源是每个人的头脑，而最终使意见成为舆论的是社会心理。社会心理才是舆论的直接生产者。

社会心理，是在特定时期弥漫于整个社会的心理状态，表现为普遍的情绪基调、态度倾向、价值取向等。社会心理总是随着社会境况的变化而变化，“变化”是社会心理的总体趋势；面对社会境况的变化，社会心理总会经历“适应与不适应、顺应与抵制”的矛盾冲突；同时，不同利益群体间的矛盾在社会境况变化的背景下也更为突出。舆论，正是社会心理变化与冲突的表现，社会心理的变化与冲突是舆论的根源。而“社会动荡引发舆论蔚然，舆论蔚然引发思想变迁，思想变迁引发社会变革”成为现代社会发展的基本脉络。

转型中的中国遇到革命性的互联网，无疑会加大社会的动荡指数，“舆论蔚然”是不可避免的。媒体，作为一种社会存在（社会境况的一个要素），对社会心理具有很大的影响力；媒体，作为人的精神活动（信息、新闻、评论、舆论）又受制于社会心理，是社会心理的反映。网络的自媒体性使网络成为真正的大众化媒体或平民化媒体，广大网民也自称为“草根”。广大网民借助网络强大的扩散与沟通功能，使网络逐渐形成了草根心理场——推崇草根英雄、关注弱势群体、争取民众权益、揭露腐败、抨击贪官污吏等，这样的心理场便决定了

网络舆论的主旋律——抨击时弊、痛恨贪官污吏与为富不仁、为草民鼓与呼。

当然，正如心理问题总是与人相伴一样，网络的草根心理场也会时常出现一些偏差甚至偏激，如暴力倾向、群体极化、偏听偏信、玩世不恭、冷漠等，这也便成为网络舆论诸多问题的根源所在。

二、认知图式——一种对网络舆论的干扰

舆论，表现为一系列的意见或态度，而意见或态度的来源是认知。认知，即人脑对客观存在的反映过程。这个反映过程的发生，很大程度上依赖人们头脑中的图式。图式，是个体对反复出现的经验加以抽象、概括而形成的认知结构或认知模式。图式，是认知的机制与工具，只有借助图式大脑才会对认知对象进行归类、选择、解释与判断等一系列认知活动。然而，人们头脑中的图式往往都是有偏差的。图式就像滤色镜一样，使人的认知活动难免出现偏差甚至误区。

每一个热点事件即舆论事件都会在公众头脑中形成某种图式，一系列类似的舆论事件都是相关图式的反映，而相关图式在每一次舆论事件中都会得到相应的强化。图式，是一种倾向，一种观念、态度或情感，是一种思维方式；图式，帮助人们对客观事物（包括人）作出反应、理解、解释与判断，是认知活动的向导。但是，图式也经常对认知活动起干扰甚至误导的作用，使认知出现偏差甚至进入误区。例如，近年来，有关医院或医生的负面舆论比较多，以至当无辜的医护人员被患者杀害时，网络舆论却出现一片“叫好声”。很多网民对事实的真相可能并不是很清楚，但是，由个人体验、道听途说特别是媒体中不断的有关医院及医护人员的负面报道所形成的有关