

移动互联网环境下群体极化的特征和生发机制——基于“江歌案”移动端媒体文本和网民评论的内容分析

黄河 康宁

摘要

本文以中国留日学生江歌被闺蜜前男友杀害案网络舆情为例,选取今日头条、腾讯新闻、微信、微博四个平台2017年11月9日至12月31日关于“江歌案”的全部媒体文本及网民发言进行内容分析。研究发现,移动网民对“江歌案”的讨论存在明显的群体极化现象,且充斥着“愤怒”等负面情绪。综合“江歌案”及近年发生的一些网络群体极化事件,本文对移动互联网环境下群体极化的生发机制做了系统且较为全面的探讨,认为在源头事件刺激、自媒体煽动的影响下,具有全新媒介使用习惯的网民在移动互联网空间互相传染、彼此暗示,加速了极端倾向的形成、极端情绪的扩散和极端态度的固化。

关键词

群体极化、移动互联网、江歌案

作者简介

黄河,中国人民大学新闻学院副教授,电子邮箱:huanghezcz@vip.sina.com。

康宁,中国人民大学新闻学院硕士研究生,电子邮箱:353318763@qq.com。

本文系中国人民大学“双一流”建设阶段成果(中国人民大学马克思主义新闻观研究中心“移动新媒体发展与社会治理创新研究”课题研究成果,项目号为:RMXY2016C015)

Characteristics and mechanism of group polarization in the era of mobile Internet: A content analysis based on media texts and netizen comments on Jiang Ge case

HUANG He KANG Ning

Abstract

Compared with the Internet predominated by personal computers, mobile Internet has triggered faster, more wide-ranging and more extreme group polarization. This study takes Jiang Ge case as an example. Jiang Ge case refers to online discussions about a murder case in

which Jiang Ge, a student studying in Japan, was killed by the ex-boyfriend of one close friend. Data of this study was collected from four mobile applications – toutiao.com, Tencent News, WeChat and Weibo, and covers all the media texts and netizen comments involving Jiang Ge case from November 9th to December 31st, 2017. This study finds that there existed obvious group polarization in the discussion of Jiang Ge case in the mobile Internet, and that negative emotions, such as “anger”, is ubiquitous in this discussion. Based on Jiang Ge case and some other typical group polarization events in the past few years, this study finds that under the influence of source event stimulation and instigation of we-media, netizen crowds with new media usage habits in the mobile Internet environment can cause a hypnotic impact on each other, accelerating the formation of extreme tendencies, the spread of extreme emotions and the solidification of extreme attitudes.

Keywords

Group polarization, Mobile Internet, Jiang Ge case

Authors

Huang He is an Associate Professor of School of Journalism, Renmin University of China. Email: huanghezcz@vip.sina.com.

Kang Ning is a graduate student of School of Journalism, Renmin University of China. Email: 353318763@qq.com.

This paper is supported by Journalism and Marxism Research Center, Renmin University of China (RMXY2016C015).

近年来，微博、微信、移动App等移动互联网平台极端言辞频现，以移动网络文本为表征的群体极化事件频发，与之相伴的网络暴力和网络谣言等不良现象，不仅侵犯当事人的隐私权等人身权利，而且严重干扰网络舆论秩序；更有甚者，部分网络群体极化事件还会经由移动网络聚集转为现实社会的群体行动，直接影响到社会公共秩序。目前，国内针对网络群体极化的研究起步较晚，结合案例进行的实证研究较少，对互联网尤其是移动互联网环境下群体极化的生发机制把握不全面，应对网络群体极化的理论支持不足。因此，深刻把握移动互联网环境下群体极化的生发机制，探索应对群体极化负面效应的策略，不仅必要而且紧迫。本文借助个案研究，综合传播学、认知心理学、社会学等维度，考量文化背景、社会心态、技术环境等多元因素，希望比较全面地总结移动互联网环境下群体极化的特征和生发机制。

一、文献综述与研究问题

群体极化研究在20世纪60年代发轫于社会心理学领域，主要关注小群体决策，

尤其是涉及个人风险承担和谨慎判断方向的决策。詹姆斯·斯托纳在论文《个人与群体关于风险性决策的对比》（1961）中以商学学生的风险决策和结婚决定中的谨慎转变为例讨论了个人判断和群体共识的差异，该文被普遍认为是群体极化研究的起点。1976年，戴维·迈尔斯和赫尔穆特·拉姆（1976）在对此前研究进行全面梳理的基础上，第一次正式定义了“群体极化”的概念：群体极化是指“在观点的同一方向上，经由群体讨论之后所形成的群体态度，往往比讨论之前群体成员个人态度的平均值更趋向极端化”的现象。

自20世纪70年代起，社会心理学家在群体极化研究中逐渐开始探讨群体对人们政治、社会观点的影响，并大多使用社会心理实验方法，分析群体极化在诸多领域的表现，证实了群体极化现象的普遍性。在阐释群体极化在各个领域普遍存在的同时，社会心理学家也对其背后的心理机制进行了一系列探索，并于20世纪70年代后期形成了相对公认的两类解释理论——社会比较理论和有力论据理论。进入21世纪后，群体极化理论受到了政治学研究的关注，研究视野从小群体决策扩展到公众领域。

随着互联网的兴起和媒体环境的变化，群体极化研究逐渐延展至新闻传播领域。凯斯·桑斯坦在《极端的人群：群体行为的心理学》《网络共和国》等书中较全面地阐述了群体极化的经典理论，并较早地在互联网视域下分析群体极化。斯皮尔斯（1990）、麦克劳德（1997）等学者还考察了虚拟网络带来的匿名性特征对群体极化的影响。近年，研究者开始关注网络群体极化现象。萨利塔和博伊德（2010）对Twitter的研究发现群体极化现象在社交媒体中同样存在。新加坡几位学者（Sia, Tan & Wei, 2002）经实验研究发现，互联网的虚拟性和匿名性在网络群体极化事件中有重要作用。

国内的群体极化研究开始较晚，主要集中在互联网领域，例如郭光华（2004）认为网民中的“群体极化”倾向更加突出。

在理论研究上，夏倩芳、原永涛（2017）对极化理论进行了比较全面的梳理，并指出现有研究存在的一些不足和争议，例如个性化推送对网民接触机制的影响、社会结构和政治语境对公众信息解读的影响等。史波（2010）较早地归纳了网络舆情群体极化的动力机制——事件驱动、网络过滤、群体协同三大动力和议程设置、网络监管、网民素养三大阻力的共同作用。王宏波、吴雪芹（2013）认为触发事件、舆论传播信息串联、群体组织结构及社会境遇压力等因素相互交织影响着群体极化中的信息传播，并建议通过有效的舆论管理、自由的信息流动、公平的社

会环境等手段来规避舆论群体极化。董玉芝（2014）从新媒体传播特性出发探究新媒体环境中网络群体极化的成因，她认为新媒体传播的连续性和反复性易引起网民共鸣、新媒体传播主体的互动性和复杂性易形成从众效应、新媒体即时性的信息发布易衍生蝴蝶效应、媒体多点对多点的传播形态导致群体极化难以控制。李志雄（2013）在研究网络社群的变迁时指出，网络社群中的集体呈现出“反智化”的特点，能够被接受的观点往往是偏执的、戏剧化的、极端的和激烈的，而群体极化正是网络社群反智化的一个重要表征。

在实践研究上，这方面的研究早期重点关注网络论坛。乐媛和杨伯淑（2010）将政治学极化研究思路和传播学结合起来，探究网络政治传播，比较了四个中文BBS论坛政治讨论中的极端化态度分布。作为较早的网络群体极化研究者，乐媛的研究方法被许多后续的网络群体极化研究者所借鉴。移动互联网快速崛起后，研究者们又聚焦微博等移动平台进行群体极化研究。如辛文娟（2014）通过对微博热议“武大赏樱门票涨价”事件的量化分析，总结了网络群体极化的呈现方式和动力机制；并与赖涵（2015）一起对微博网民讨论“浙江温岭杀医案”议题进行了量化分析，归纳出该议题的舆情演化中群体极化的趋势。王田（2017）对微博“东莞挺住”事件进行研究，探讨性别、地区、粉丝数等网络群体特征与网络群体极化的相关性。韩敏（2016）对新浪新闻和今日头条平台中的“成都女司机被打”议题展开研究，分析了网络舆情中群体极化与网络协商的互动过程。以上实践研究均选取某个典型事件或某个典型网络社区，运用内容分析或文本分析法进行研究，研究问题主要有网络群体极化的产生与消解、成因与对策等。

就传播学领域而言，国外群体极化的研究主要集中于验证网络环境下是否存在群体极化现象的实证研究及对网络群体极化心理学成因的探讨；国内学者多从社会心理、网络特性的角度分析网络群体极化的成因，并开始采用实证方法分析网络群体极化的演化过程和发展机制。在研究方法上，国外群体极化研究经历了从实验室脱离出来再与具体社会实践案例相结合的过程，因而重视量化分析；而国内群体极化研究针对具体现实案例的定量研究较少，实证研究尚显不足。总之，国内群体极化研究还存在两个问题，一方面，群体极化研究进入传播学领域时间较短，研究系统性不强，对群体极化产生机制、成因和影响等的理论研究不够全面，难以支撑网络舆论监管、网络治理等实践需求；另一方面，网络群体极化研究缺乏基于具体案例的实证研究，关于我国网络群体极化特征和产生过程的实践性证据不足。

对于上述研究短板，本文将结合个案试图从比较全面的角度探究移动互联网背

景下我国群体极化的特征和生发机制,以期在理论上为验证群体极化在我国移动互联网环境中是否存在提供有效论据,对有关网络群体极化演变过程和生发机制的理论进行补充;在实践上,厘清政府、网络平台、新闻媒体、自媒体、网民等不同主体在网络群体极化中的作用和影响,为应对和引导网络群体极化、规避网络群体极化负面影响提供思路。在此需要说明的是,本文讨论的群体极化特指由互联网文本或移动互联网文本反映出来的网民针对某议题的态度极端化状况,出于文字表达方面的考虑,若非特别强调,“群体极化”和“网络群体极化”表述的是同一概念。

在操作上,本文选取发生在2017年底的“江歌案”议题进行研究,希望通过分析网民讨论的演变过程和态度变化,以及其与媒体报道的相互关系,探讨移动互联网环境下群体极化的特征、影响因素和彼此作用,主要讨论的问题包括:

1. 移动互联网环境下针对热点事件的群体极化的程度如何?
 - (1) “江歌案”舆情态度极端程度如何?
 - (2) “江歌案”舆情态度极端程度如何演变?
2. 移动互联网环境下针对热点事件的群体极化受哪些因素影响?
 - (1) “江歌案”舆情中极端态度指向什么方面?
 - (2) “江歌案”舆情中情绪状态怎样演变?
 - (3) “江歌案”舆情中媒体报道对网民态度影响如何?
3. 以上影响因素在群体极化产生过程中如何相互作用?

二、研究设计

(一) 典型案例选取: “江歌案”

2017年底的“江歌案”不仅议题热度高、参与人数多、舆论影响大,而且引发了关于道德、法律、网络暴力等多个方面的讨论,在一段时间出现了网民集体攻讦的现象,存在明显的群体极化,因此具有较强的代表性。

按照该案发展过程以及案中媒体发文量和网民发言量的变化,笔者将“江歌案”议题的舆情演变划分为以下四个阶段:(1)引爆期(11月9日至11月18日);(2)延续期(11月19日至12月10日);(3)高潮期(12月11日至12月23日);(4)衰退期(12月24日至12月31日)。

1. 引爆:《局面》再次关注留日女学生被杀案

2016年11月3日,就读于日本东京法政大学的我国留学生江歌为帮助同住好友刘某,被其前男友陈某某用刀杀害。次日,江歌母亲江某某开始通过微博“@苦咖

啡-夏莲”发布江歌遇害信息及后续问题，在日本留学生中获得部分关注，但未形成较大影响力。此后近一年的时间，在警方调查的过程中，江某某与刘某矛盾不断，并分别借助微博发表文章。2017年5月21日，江某某通过微博曝光刘某及其家人身份信息、家庭住址、电话等私人信息，意欲为刘某施压。刘某则以配合警方调查为由拒绝与江某某见面，并在微博平台发文澄清。

2017年11月9日至12日，新京报“我们”视频旗下的人物专访栏目《局面》，分25期播出《江歌案：一个母亲和女儿室友300天的恩怨》，采访了江某某和刘某，并由节目组促成两人在案发后的第一次见面，使这一事件重新回到国内公众视野。在此期间，百度指数出现“江歌案”词条，热度指数开始缓慢增长。

11月11日，自媒体“东七门”发表《刘某，江歌带血的馄饨，好不好吃？》一文。次日，自媒体“咪蒙”发表文章《刘某江歌案：法律可以制裁凶手，但谁来制裁人性？》。两篇文章均严厉指责刘某虚伪、自私、没有人性，获得大量转发，刘某一时间成为众矢之的。

随后，微信公众号“为你写一个故事”发表《但是请注意，杀人凶手是陈某某，不是刘某》及《我对江歌案中的民意感到由衷的恐惧》两篇文章，《新京报》、凤凰网亦先后发文，重新思考对刘某的网络讨伐行为，引发一系列关于网络暴力、网络舆论的讨论。与此对应，11月12日至14日，“江歌案”的百度指数由3741激增至38196。

2. 延续：部分媒体和网民持续关注

11月19日到12月11日开庭前，江歌案没有发生显著的进展，其讨论量有所下降，百度指数也下降到10000以下。但这一阶段仍有少部分媒体和网民持续关注着江歌案。

3. 高潮：“江歌案”庭审获得关注

2017年12月11日，东京地方裁判所开庭审理“江歌案”，当日“江歌案”百度指数由7007猛增至85881。审理期间，陈某某不承认故意杀人罪的指控，并指出杀害江歌所用的水果刀系刘某所给，在网络上重新引发热议。庭审第三日，刘某作为证人出庭，否认递出水果刀、反锁大门，但其陈述与报警电话录音不符，再次遭到网民攻击。此外，关于日本“无死刑”等法律制度的讨论亦颇受关注。12月20日，江歌案宣判，陈某某被判处20年有期徒刑，“江歌案”百度指数也于当日达到最高值110759。宣判后三日内，媒体和网民就审判结果形成了讨论。

4. 衰退：“江歌案”舆论逐渐平息

12月24日后,媒体和网民关于此案的网络讨论逐渐减少。12月24日,“江歌案”百度指数由前日的21102迅速减少至10355,并在此后逐渐降低,没有再出现显著的回升。

(二) 抽样

本文选取今日头条、腾讯新闻、微信、微博四个有代表性的移动平台2017年11月9日至12月31日关于“江歌案”的全部网民讨论和媒体文本为研究对象。根据一份专业报告显示的数据,2017年新闻类移动应用活跃渗透率整体增长45%,今日头条以18.59%的周活跃渗透率位列新闻类移动应用第一,腾讯新闻以11.36%的周活跃渗透率位列第二,今日头条和腾讯新闻已成为用户量最大、活跃度最高的新闻类移动应用,在新闻资讯类移动应用中具有代表性;而在社交类移动应用中,微信以周活跃渗透率82.04%位列第一,微博以5.91%位列第三¹。微信的即时通信工具属性使其私密性更强,微博则具有开放性和广播式信息分享特征,二者在网络舆论的形成与发展过程中均发挥着重要作用,因此,可将微信和微博作为社交类移动应用代表。这里需要说明的是,本文分析的微信内容包括微信公众号文章和文章后留言。

另外有必要强调的是,本文所说的媒体既有专业新闻媒体也有自媒体。自媒体概念强调互联网受众参与新闻生产和传播,在新闻传播流程中有着重要的影响力(吉尔默,2006:20-29)。国内传播学界尚未形成对自媒体概念统一明确的定义。结合当前移动互联网的特点,笔者认为新闻媒体机构和自媒体的区别主要体现在内容生产的专业化程度上,故而可将自媒体定义为:出于信息分享、观点表达、营利等目的,借助互联网平台和工具,自主制作并发布新闻或非新闻内容的非专业化的个体或组织。本文将自媒体文本和新闻媒体文本都纳入“媒体文本”范畴。据此,今日头条、腾讯新闻、微信公众号的文章均归为“媒体文本”,微博中的新闻媒体账号、节目或栏目官方微博及微博平台认证为“微博签约自媒体”的微博账号亦纳入“媒体”范畴。今日头条和腾讯新闻文章后的评论、微信公众号文章后的留言,及上述“媒体”微博账号之外的微博博文和评论,均归入“网民留言”。

笔者以“江歌案”“江歌”及江某某、刘某、陈某某姓名为关键词,在腾讯新闻、今日头条、微信、微博四个移动应用进行搜索获得媒体文本和网民留言。经去重、删除无效信息后,共获得2985条有效媒体文本及115469条有效网民发言数据。由于这一阶段获得的数据量较大,为使分析可操作性更强,笔者进行了等距抽样。根据抽样误差和置信区间要求,经表1所示具体抽样过程,本研究共获得946条样本数据,包括130条媒体文本数据及816条网民发言数据。

表1：抽样方式及结果显示

类型	抽样方式	抽样结果
网民发言	有效数据共115469条，按发布时间顺序排列，从第3条开始抽取，每隔134条抽取一次，共抽取816条	网民发言样本在各平台的分布情况为：今日头条25条、腾讯新闻475条、微信96条、微博220条
媒体文本	有效数据共2985条，按发布时间顺序排列，从第3条开始抽取，每隔26条抽取一次，共抽取130条	媒体文本样本在各平台的分布情况为：今日头条11条、腾讯新闻1条、微信28条、微博90条

（三）编码

笔者之一作为唯一编码员对抽样文本进行了统一编码。根据本文的研究问题，笔者关注的主要变量有“内容主题”“讨论客体”“态度极端程度”“态度理由”“情绪偏好”及“表达理性程度”。

内容主题按照事件时间顺序划分为以下几项：案发经过、案发后刘某与江某某的交流过程、案发后警方调查过程、审判（包括庭审过程、律师辩护、日本法庭判决及对日本法律制度的讨论等）、网络舆论评价、其他。

讨论客体指的是“江歌案”当事人和议题关键参与者，具体包括：江歌、刘某、陈某某、江某某、刘某父母、日本警方、日本检方、法律、律师、新闻媒体（包括从事专业新闻生产的报社、杂志社、电视台、广播电台及其新闻产品）、自媒体、意见领袖、普通网民、其他。

态度极端程度借鉴相关研究（乐媛、杨伯淑，2010）所使用的将留言反映的态度以量表方式呈现的方法，把每一条留言简化成一个态度，用数字1至5表示。强烈反对或强烈谴责，使用辱骂性字眼或参与谴责活动（如针对刘某及其家人的骚扰）的计为1；有明显的反对或谴责态度，但分析理性、用语文明的计为2；态度中立，没有明显立场、表述理性的计为3；明显支持，表述理性的计为4；强烈支持，伴有对另一方的强烈谴责或语气强烈（如使用多个感叹句、反问句）或参与支持活动（如支持江某某的陈某某死刑请求书）的计为5。其中，可视1和5为极端态度，2、3、4为非极端化态度，另将1和2视为消极态度（反对），4和5视为积极态度（支持），3是中间态度。

态度理由指文本所呈现的支持或反对态度的理由。本研究将态度理由划分为以下三大类：道德，指从伦理道德角度对讨论客体进行议论的文本；法律，指从讨论客体的法律身份（如罪犯、从犯、证人、受害人等）出发对其进行评议的文本；未知，未明显表达态度理由、无法判断其评价依据；其他。其中，“道德”又可细分

为以下几个方面：（1）正义，指作为社会道德基本要求的、伦理学范畴的正义；（2）友情；（3）善恶，指利他与利己、诚实与欺骗的品质；（4）同情，即英文中的sympathy，指对某一方在某些方面的不幸和苦难表现出关怀和理解；（5）自我带入，即英文中的empathy，因自我带入或因自我相似经历的唤醒而采取某一特定态度。而“法律”也可细化为：（1）司法正义；（2）受害者及其家属应享有的权利与义务；（3）主犯或从犯应行使的权利与义务；（4）证人应享有或行使的权利与义务。

情绪偏好即文本所呈现的情绪倾向。由于文本可能同时包含多种情绪的表达，为便于测量，本研究筛选出文本中最明显的情绪作为其情绪偏好。参考刘丛等研究者（刘丛、谢耘耕、万旋傲，2015）在相关研究中对微博情绪的分类，我们将情绪偏好划分为认可、恐惧、质疑、担忧、反对、愤怒、悲哀、惊奇、无明显情绪九个类别。在这些情绪中，恐惧、质疑、担忧、反对、愤怒、悲哀可被视为负面情绪，认可可被看作正面情绪。考虑到惊奇在不同情境中既可代表正面情绪也能代表负面情绪，这里不对其进行正面或负面情绪的归类。

表达理性程度有非常不理性、比较不理性、比较理性、理性四项。文本中无理由的辱骂为“非常不理性”；那些表明少量理由，但仍以辱骂、反对为主的文本可归为“比较不理性”；具有理由和分析，态度明确，但言辞略显激烈的文本属于“比较理性”；而态度冷静、分析详细、理由充分的文本则算作“理性”。网络群体极化通常被视为非理性的，对文本表达的理性程度进行编码可在态度极端程度的考察中起辅助作用。

（四）测量

本文主要通过两组数据的测量综合判断“江歌案”舆情中态度极化的程度，并将其作为“江歌案”舆情中存在群体极化现象的量化依据：一是态度极端程度的测量，我们将极端程度为“强烈支持”（编码为5）和“强烈反对”（编码为1）的态度视为极端态度，以“（强烈支持+强烈反对）言论量/总言论量×100%”表示态度极端化百分比，用“（比较支持+中立+比较反对）言论量/总言论量×100%”表示非极端态度百分比，以便拟合态度极端程度演变曲线；二是为了解群体对不同讨论客体的态度差异，设置群体支持或反对的倾向值，其中，支持江某某/刘某/陈某某的态度百分比=（强烈支持+比较支持）言论量/总言论量×100%，反对江某某/刘某/陈某某的态度百分比=（强烈反感+比较反感）言论量/总言论量×100%。

三、研究结果

（一）针对网民发言的分析：愤怒的网民基于道德判断呈现明显的极化特征

1. 网民态度明显极化，极端程度波动较大

如表2所示，网民发言讨论的客体主要集中于江某某、刘某、陈某某三个当事人（共占比70.47%），此外对自媒体和普通网民言论的讨论也较多（共占比18.63%）。

表2：网民发言讨论的客体分布

客体类别	数量	百分比
江歌	57	6.99%
江某某	137	16.79%
刘某	381	46.69%
刘某父母	40	4.90%
陈某某	194	23.77%
日本警方	1	0.12%
日本检方	2	0.25%
日本法庭	18	2.21%
法律	19	2.33%
律师	27	3.31%
新闻媒体	22	2.70%
自媒体	71	8.70%
意见领袖	1	0.12%
普通网民	58	7.11%
其他	70	8.58%

在整个舆情演变过程中，网民的极端态度都非常明显。如图1所示，在舆情引爆期，网民态度极端程度迅速达到较高水平，这些态度主要针对刘某与江某某的沟通问题、案发时刘某的锁门行为等；进入舆情延续期后，网民态度的极端程度有所

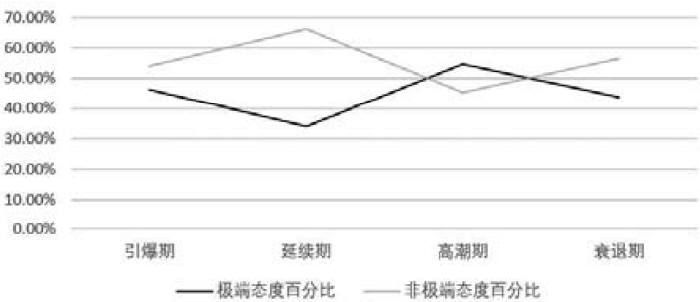


图1：网民发言极端与非极端态度对比

下降；随着“江歌案”开始庭审，舆情进入高潮期，网民态度的极端程度达到最高水平；在舆情衰退期，仍有较高比例的极端态度，这与网民对审判结果不满有关——包括对陈某某未获死刑的不满以及对刘某未得到任何法律惩罚的不满。

具体至三名当事人，数据显示网民尽管对江某某主要持支持态度，但仍然有较小比例的反对者，在事件发展的延续期，反对的百分比达到最高点23.08%；反观刘某和陈某某，网民则从始至终都对他们持有一边倒的反对态度，尤其是对陈某某，几乎无人“同情”（见表3和表4）。

表3：网民态度差异演变

讨论客体	阶段	支持百分比	反对百分比	态度倾向差异
江某某	引爆期	70.91%	16.36%	54.55%
	延续期	61.54%	23.08%	38.46%
	高潮期	79.21%	3.96%	75.25%
	衰退期	82.86%	17.14%	65.71%
刘某	引爆期	1.14%	94.89%	93.75%
	延续期	4.00%	88.00%	84.00%
	高潮期	1.62%	94.05%	92.43%
	衰退期	4.00%	88.00%	84.00%
陈某某	引爆期	0.00%	96.55%	96.55%
	延续期	0.00%	90.00%	90.00%
	高潮期	1.00%	93.53%	92.54%
	衰退期	0.00%	100.00%	100.00%

表4：网民极端态度分布

讨论对象	总言论数	极端态度言论数	极端支持言论数	极端反对言论数
江某某	242	65	57	8
刘某	411	219	1	218
陈某某	254	173	1	172

2. 网民极端态度多基于道德判断，甚至只是情绪宣泄

在网民极端支持江某某的理由中，道德范畴的正义比例最高，约为63.16%。这些网民普遍认为江某某在女儿江歌去世后，既无法获得关于案发经过的详细信息，又未能使杀害江歌的凶手受到惩罚，且江某某判处陈某某死刑的愿望也有很大概率无法达成，无论哪个方面都未得到公平。

在网民采取极端反对刘某态度的理由中，违背正义的比例最高（25.23%），其

次是利己与谎言（15.60%）。一方面，网民认为刘某在案发后未及时配合警方锁定凶手、拒绝与江某某见面、未及时告知江某某案件细节及未出席葬礼等行为，对江某某而言是不公平且违背正义原则的。另一方面，网民普遍将刘某拒绝面对江某某、指责江某某曝光其私人信息以及谎称案发时未反锁房门、谎称不知道凶手身份等行为，视为单纯出于一己私利而置基本道德底线于不顾、更将江歌救命之恩抛之脑后的利己主义恶行。

在网民极端反对陈某某的理由中，比例最高的也同样关涉道德范畴的正义（39.53%），其次则是陈某某作为凶手的法律身份（21.51%）。许多网民从法律角度出发，认为陈某某作为杀害江歌的凶手应当被判处死刑。然而，另外有网民意识到由于日本法律制度中不设死刑，陈某某不能从法律层面上获得“应有”的惩罚，因而转向道德层面，从正义的角度对其加以抨击。这一正义视角主要指向陈某某未对前女友刘某造成伤害，反而杀害其与刘某感情中的无辜者江歌。

表5：网民极端态度理由分布

网民极端支持江某某的理由							
正义		同情		共情		未知	
36		9		5		7	
						57	
网民极端反对刘某的理由							
违背正义	背叛友情	利己	共情恐惧	帮凶	未尽证人义务	未知	总计
55	4	34	4	5	7	109	218
网民极端反对陈某某的理由							
正义	利己	共情恐惧	凶手	其他	未知	总计	
68	8	4	37	5	50	172	

值得注意的是，不少网民并未给出极端支持或极端反对的理由，其极端态度的表达只是情绪化的宣泄。网民极端反对刘某的言论中，有高达50%的比例全是“这刘某不是人啊”“该死的刘某，可恶到极点”此类单纯的情绪宣泄；网民极端反对陈某某的发言中，亦有29.07%的发言是这种情况。

3. 网民非理性程度始终较高，愤怒情绪突出

在816条网民发言样本中，不理性的言论共510条，占比高达62.5%。其中，“非常不理性”的言论数为262条，约占总数的32.11%；“比较不理性”的言论数为248条，约占总数的30.39%。与之相比，“比较理性”的言论数为250条，占比30.64%；符合“理性”特征的言论只有56条，占比6.86%。从舆情演变过程来

看,如图2所示,网民发言始终保持较高的不理性倾向,尤其是“非常不理性”倾向在引爆期、高潮期、衰退期均呈现高水平。反观“理性”倾向则在各个阶段均占比最低。

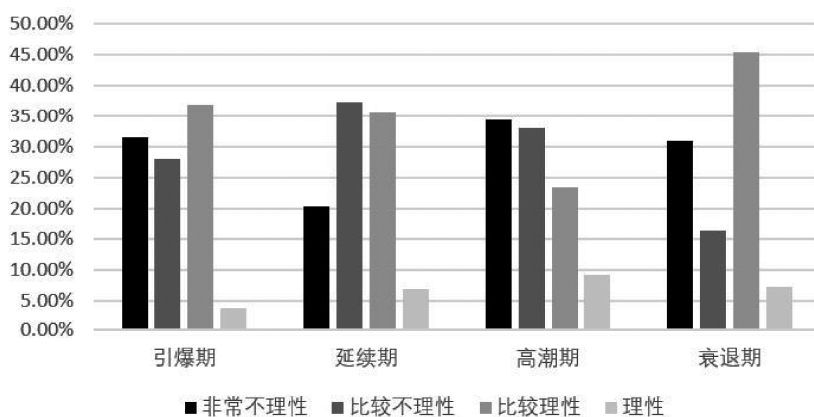


图2：网民言论理性程度演变

在情绪表达方面,网民样本中负面情绪所占比重较大,“愤怒”(占比41.54%)、“反对”(占比12.50%)、“质疑”(占比9.07%)、“悲哀”(占比9.07%)等情绪频数显著多于“认可”等积极情绪。“愤怒情绪”主要指向刘某和陈某某,其中存在部分带有明显民族情绪的表达,例如“去小日本!!!”“自己去日本找死”。此外,还有一些“愤怒”情绪指向媒体平台,尤其是对于新浪微博平台删博文、撤热搜、禁关键词等行为,许多网民指责其为“渣浪”。

(二) 针对媒体文本的分析: 自媒体的情绪引导作用明显

1. 媒体文本也有一定的极端态度,但总体较为理性

媒体文本的极端程度虽远不如网民言论,但极端态度在“江歌案”舆情发展的引爆期、高潮期和衰退期也有较高比重(在20%至30%之间)。尤其是在舆情衰退期,媒体文本的极端态度有明显的回升,这主要是由于“江歌案”宣判后,大多数理性媒体退出讨论,而一些希望再次借势传播的自媒体为吸引注意力,采用刺激性、煽动性较强的言辞,或表达对审判结果的不满,或表态对江某某和刘某持续关注,从而使媒体文本中极端的声音在短时间内增强。

与媒体文本上述特征相对应的是其在整个舆情发展过程中一直都可以比较理性地观察和分析这一事件——“理性”的文章占总体的66%,在前三个阶段,“理性”的声音递增(见图3)。

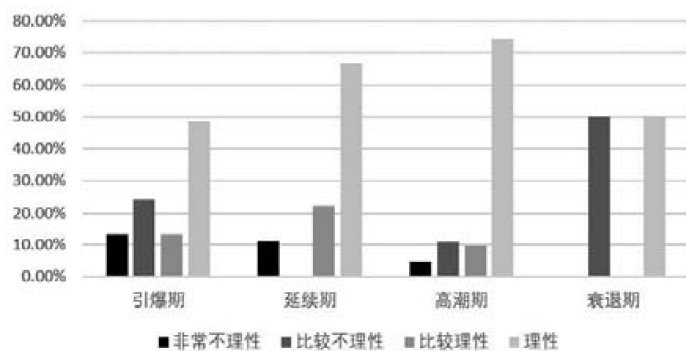


图3：媒体文本理性程度的变化

2. 媒体文本情绪偏好不明显

因为相对理性，所以大部分媒体文本在叙事上以客观叙述为主，无明显情绪（63.08%）。而含有情绪的媒体文本以负面情绪居多（33.07%），仅有少数媒体文本趋向积极情绪（3.08%）。

在“江歌案”舆情演变中，媒体文本一开始也有为数不少的负面情绪，这些以“愤怒”为主（25.37%）的情绪也快速激起了网民的“愤怒”；尽管随后媒体文本减少了情绪的输出，并表现得越来越理性，然而网民的负面情绪却一路高涨，在接下来的三个阶段并没有受到媒体文本显著的影响，这从图4和图5的对比中可以得到证明。

除了网民“先入之见”的影响，媒体情绪偏好与网民情绪偏好不一致的情况可能与媒体内部存在对立意见也有关联。由于舆情引爆期即出现自媒体内部互相反驳的现象，网民对自媒体观点持有质疑或否定态度。例如，在自媒体“东七门”和“咪蒙”发文指责刘某虚伪、自私、没有人性后，另一个自媒体“为你写一个故

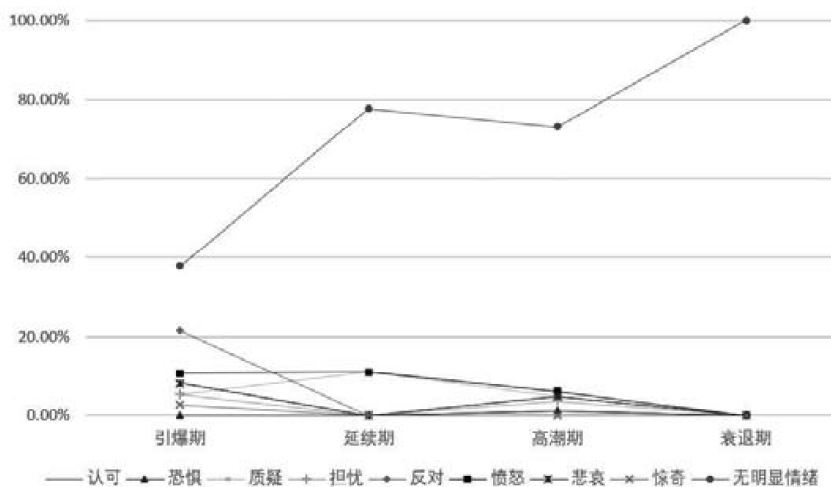


图4：媒体文本情绪偏好演变

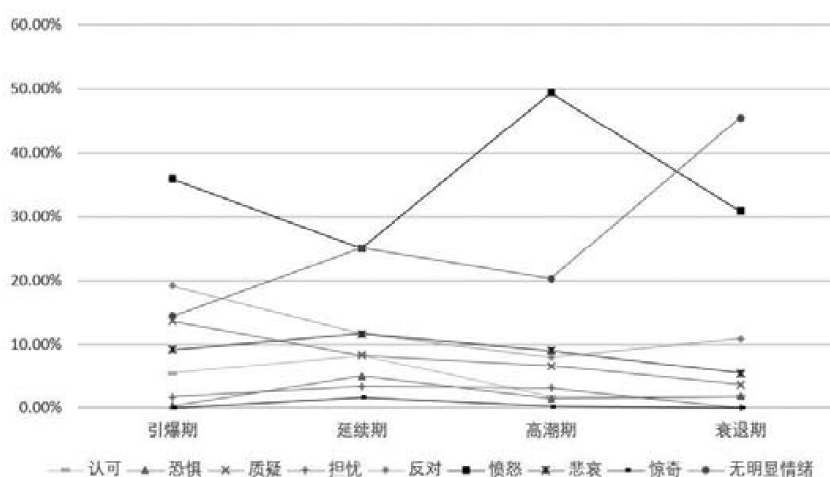


图5：网民情绪偏好演变

事”则马上指出其中与事实不符之处，将其视为谣言以及利用民意的网络暴力。网民意见随之发生明显分化，部分网民认为刘某因其所作所为应当受到网络暴力的惩罚，另一部分网民则认为无论何时都应保持理性而非利用网络暴力“以恶制恶”。在对立的情形下，已选择立场的网民出现了更偏激的情绪倾向，例如在反对网络暴力的文本下，多有诸如“坐等小编失去亲人再在这里装清高！！！！！”等评论。

不仅是上述情绪方面，对于案件中的一些基本问题（如法律问题），网民和媒体也存在明显的不一致。针对“江歌案”在日本审判的特殊性，许多媒体也发文普及日本法律常识，如《检察日报》的《江歌在日本被害，我国法律能为她做什么？》和《我国司法机关对“江歌案”嫌犯有追诉权》。但网民的认知和态度并未因此产生较大改变，比如微博用户“@大白身边的落童鞋”认为“日本法律太松了，想杀人，还不想判死刑的，前提是杀一个人，就直接去日本吧”；腾讯新闻用户“云顶”评论说“我们可以去日本杀人了，杀死个人顶多也就20年而且手段极其残忍，到时还可以减刑缓刑”。

四、移动互联网环境下影响群体极化的主要因素及作用方式

基于前文分析，结合近年来典型网络群体极化事件的共同特征，笔者发现移动互联网环境下群体极化的产生和演变与以下因素有关：

（一）源头事件刺激社会现实矛盾

在本文探讨的“江歌案”中，超过半数的网民出于维护“正义”的理由支持江某某或反对刘某、陈某，35.57%的网民在表达这一诉求时更是态度极端（其中极端支持江某某的网民有63.16%，极端反对刘某、陈某的有25.23%、39.53%），这反映

出其对“正义”的渴望以及对“非正义”的愤慨。进入到具体的文本情境还可发现,网民在“正义”诉求上的表达,往往并不是就事论事,而会经常使用源头事件之外的、与其核心诉求有关的其他事件,来强化其主张,增强议题的严重性与紧迫性。

本案例中,网民因陈某某无法被“人肉搜索”出身份信息,便猜测其是“富二代”或“官二代”,从而展开了对“权贵群体”的批判;与本案相近时间发生的其他社会事件,如“杭州保姆纵火案”“红黄蓝幼儿园虐童事件”“豫章学院体罚学生事件”等,也经常出现在网民对本案的讨论中,敦促“惩恶扬善”,呼唤社会正义;更有网民因日本“无死刑”、无法让陈某某“偿命”而在网络上煽动反日情绪。诸多社会问题、甚至是国家矛盾在本案例中被网民集体呼唤出来,这些矛盾在同一议题中交织共存,网民在日常生活中体会到的正义被剥夺感得以集中释放,最终促成了群情激愤的舆情景观。

由此来看,对网络群体极化机制的分析实际上不应局限在观点讨论、倾向分化等群体决策层面,而应将视角拓宽至整个社会生态。也就是说,“江歌案”等群体极化事件中的极端趋向有着深刻的社会原因,特别是与转型期的变动性和不确定性导致的普通公众被剥夺感和焦虑感增强有极大关联。

自改革开放以来,我国在政治、经济、社会、文化等各个方面均发生了翻天覆地的变化。这在推动我国经济社会快速发展的同时,也带来了新的社会问题。比如,经济体制转变拉大了贫富差距,由此加剧了社会底层群体的相对剥夺感,加深了其仇官和仇富心理,一旦事件或议题中的一方是官员、“官二代”、富人、“富二代”,就很容易激起人们的对立情绪。又如,公众政治意识、民主意识、监督意识、参与意识的提高使其对贪腐、住房、就业、医疗、教育等关乎社会公平的基本问题,以及普通公众与特定官员群体的矛盾冲突非常敏感。再如,互联网环境中的多元道德文化矛盾日益表面化和尖锐化,大众对道德沦丧问题、伦理道德体系的修复与重建等关注度高、焦虑感强,当网民以维护正义、惩恶扬善的心态发言、分享、转发时,占领“道德制高点”的强势意见会越来越强大,进而形成网络群体极化。

在这样的背景下,当群体极化源头事件本身与普通大众利益诉求相关联、与大众普遍心理和关注焦点相契合时,往往会借助移动互联网平台迅速发酵,在短时间内形成范围广、影响深的网络舆论浪潮,引发网络群体极化事件。本文探讨的“江歌案”的主要矛盾即来自伦理道德挑战;处于显著弱势地位的江某某及其家庭的惨

痛遭遇亦极易激起网民的联想、共情与支持；案件中闺蜜问题和朋友相处中的界限问题也成为人们关注的重点，大部分网民举起“正义”的旗帜讨伐“友情的背叛者”刘某；种种因素相互叠加，促成了“江歌案”舆情爆发。

（二）自媒体触发极端情绪

在“江歌案”舆情发展的早期阶段，自媒体在极端情绪的表达方面扮演了关键的角色。11月9日新京报《局面》栏目将本案带入公众视野后，拥有上千万粉丝的自媒体账号“东七门”“咪蒙”于11日、12日率先发布了两篇导向性极强的文章，将批判的矛头直接指向刘某，愤怒的情绪迅速通过粉丝的分享和转发蔓延开来。而一些自媒体在“江歌案”成为网络热点后，出于增加自身流量的考虑，要么直接转载“咪蒙”和“东七门”的大流量文章，要么在原文信息基础上添加言辞更激烈、刺激性更强、情绪更极端的内容。根据本次研究的统计数据显示，在抽取的60篇自媒体文本中，23.33%的自媒体文本态度极端、40%与56.67%的自媒体文本存在表达不理性 and 负面情绪显著的问题。鉴于其强大的传播势能，这些自媒体内容对网民愤怒情绪的触发会产生不可忽视的巨大影响。

与此相对应的是，专业新闻媒体却存在传播介入滞后、引导角色缺失、纠正作用不足等问题，难以对网络群体极化形成有效抑制。江歌案议题中，《新京报》、凤凰网等专业新闻媒体自11月13日至16日多次发文，重新思考对刘某的网络讨伐行为。还有许多专业媒体发文普及日本法律常识，如《检察日报》的《江歌在日本被害，我国法律能为她做点什么？》和《我国司法机关对“江歌案”嫌犯有追诉权》。但网民的认知和态度并未因此产生较大改变，极端态度和愤怒情绪仍在网民中占据主流地位。

笔者综合专业新闻媒体在江歌案中的表现，认为专业新闻媒体引导效果的不显著可能与以下因素有关：其一，专业新闻媒体多是在网络空间已经形成比较明显的态度倾向和范围较广的轰动效应时才介入报道；其二，一些新闻媒体即便介入报道，也未能提供更加全面充分的事件信息，反而以网络空间的既有信息为内容蓝本；其三，即使有新闻媒体试图对热点事件进行全面报道和深度分析，也常因介入时间太晚、网络群体已经集结、网络舆论已然固化，无法阻止网络群体极化的发展；其四，受专业新闻观念的影响，新闻媒体往往重事实、轻评论，而网民受简单化的思维惰性影响，更容易接受情感判断而非事实逻辑，这也在一定程度上降低了新闻媒体在舆论引导中的作用。

（三）网民媒介使用特点加速形成极化倾向

尽管前文提及的自媒体对于引爆网民的极端态度而言作用明显,但假如大多数网民具备较高的媒介素养,比如媒介使用素养、信息消费素养、信息生产素养和社会参与素养,那也能对群体极化的生成和发展加以抑制。然而目前的状况却是,移动互联网环境下网民的选择性信息接触、碎片化阅读和激进化表达等特点使极化倾向不减反增。

学界普遍认为,网络群体极化与网民选择性接触互联网内容有关。选择性接触理论最早由拉扎斯菲尔德等人(1948: 82-149)提出,他们认为受众在接触大众传播信息时并非不加选择,而是倾向于接触与自身既有立场和态度一致或接近的信息,并倾向于回避与自身既有立场和态度对立或冲突的信息。后续研究表明,这种选择性接触普遍存在于传播领域,凯斯·桑斯坦(2001/2003: 1-5)将互联网中的选择性接触行为称为“我的日报”(My Daily),他认为网民能够精确地决定想看什么、不想看什么,为自己设计一个符合自身既有兴趣和立场的信息世界。在选择性接触机制的作用下,网民在浏览互联网信息的过程中将不断加固既有立场、为自身观点补充新证据,这使得阅读同一类文章的网民选择接近的立场并聚集起来,组成以持有相同观点和态度为基本要求的网络群体,很容易在自媒体煽动下走向极端化,形成“偏见共同体”。

碎片化阅读是学界普遍认可的网民媒介使用行为的另一重要特征。进入移动互联网时代,人们的阅读媒介由传统媒体、PC端转向移动应用,阅读方式由深度阅读转向采用标题式、图说式、跳跃式的浅阅读。这也意味着公众所获取的内容呈现出凌乱无关的“碎片”状态。这种碎片化的浅阅读,对信息处置、逻辑思辨、批判思考等能力的要求相对较低,使网民形成了思维惰性,不太愿意接触需要进一步加工或深度思考的内容,而更希望选择判断清晰、立场明确的内容。其结果是网民容易受到简单化思维的引导,忽视事件的复杂面,习惯于接受片面化、简单化的描述,当复杂的社会事件、议题被简单化为二元对立,网民就很容易选择统一的立场。在“江歌案”中,江某某和刘某的对立就被简单地贴上“善与恶”“助人与自私”的标签,网民多会不假思索地站在“善”的立场声讨“恶”的一方。也正因如此,网民对通常简单贴标签式的自媒体文章接受更快、认可度更高,而对内容复杂的专业新闻媒体报道则反响平平。

激进化的表达倾向也是我们需要关注的网民媒介使用行为。网络传播在大部分情况下具有可匿名的特性,网民能够隐匿自己在现实社会的身份、年龄、性别和职业,由此带来的身份转换、可免责等使网民常把互联网空间当成摆脱现实社会约

束、减轻压力的渠道，他们会在互联网平台通过表达现实中不敢发表的言论、选择某一对象进行尖锐的辱骂或猛烈的争吵来宣泄情绪。有研究者（陈潭、黄金，2011）将这种“去抑制”作用与精神分析理论结合起来，认为网络匿名性唤醒了“本我”的释放，特别是诱使人性中的丑恶部分在行为驱动力量中占了上风。在“江歌案”议题中，激进的侮辱性言辞随处可见，例如腾讯网民评论“愿江歌案中的（刘某）一辈子过着倒霉猪狗不如的日子，生仔做鸭，生女做鸡”，微博网民发文“她（指刘某）如果侥幸逃脱，祝她以后的人生里，日日夜夜都被噩梦折磨，人生每时每刻活无边无际的痛苦里，愿她死后下地狱，在烈火熊熊的地狱里，继续受折磨”。

（四）群体心理驱动极端情绪扩散

仅仅是网民的选择性接触、碎片化阅读和激进的表达，还不足以形成规模化的、突出的极化现象。然而，借助移动互联网的关系网络，网民得以迅速围绕某一议题聚集为群体，此时群体传染和群体暗示就会发生作用，网民的极端情绪随之迅速扩散。

群体传染和群体暗示发挥作用的基础是群体中普遍存在的集体无意识心理。集体无意识是一种人类普遍性精神，存在且不依赖于个体精神。在集体无意识心理作用下，无意识的因素如道德感情、政治感情、宗教感情等影响力增强，而教育等有意识的因素被弱化。当遇到关涉人类普遍情感的敏感性事件刺激时，群体能通过暗示和传染等方式，将群体成员的感情和思想引导至某个特定方向。在群体中，周围人的话语、表情、动作、氛围都发挥着暗示作用，作为个体的群体成员会很快服从周围人的心理暗示，调整自身行为方式和思维方式向群体要求靠近，甚至会做出与原本性格习惯截然相反的行为。勒庞（1895/2016：30）认为，群体普遍容易受到暗示，暗示的传染性在人类的任何群体中均能达到很高的程度，并促使群体情感向特定方向迅速转变。在移动互联网环境中，网民难以凭借个人能力独立处理海量的网络信息、应对繁杂的网络观点，因而会选择接受网络议题中“大多数人”的立场和态度，以重建对自我的判断和信心。一旦选择“大多数人”的意见，网民即进入了网络群体之中，并受其暗示和传染作用的影响，网络群体因之不断扩大。由于群体情感往往表现出简单且夸张的双重特征，极端化情绪就在群体内部传播和外部传播中不断升级，左右着群体成员的情绪状态和行动方向，随着个性消失，网民的情感和意见向同一个方向转移，网络群体极化就此产生。例如，当“江歌案”舆情中出现反对网络暴力的言论时，大部分网民称这些发言者为刘某雇佣的“水军”，甚

至对其加以言语侮辱,如“等你失去亲人再在这里装清高”,理性讨论网络暴力的声音逐渐减弱,而“法律不会惩罚刘某,网络暴力是惩罚刘某的最好方式”的声音越来越强,在这种只有责骂刘某者才被接受的群体暗示下,越来越多的网民转向攻击刘某,进而演变为网络群体极化事件。

另外一个值得关注的现象是,在网络空间,情绪传播比信息传播更快速,也更易唤起人们的共鸣。分散的网民会通过情绪的感染连接成为具有相似情绪的群体。正如一些研究者(袁光锋,2014)提出的,在涉及诸如公众道德、官民冲突、阶层冲突的事件中,“情感”成了一种“仪式”,网民在仪式中共享相似情绪,使用相似的语言和符号,并由此建构起自我认同和社会认同,形成可以临时性进行共同行动的社群。而持有相似情绪的网络群体对群体立场的保护和对不同态度的排斥,不仅赋予极端化表达以正当性,而且还会分散网民极端言论带来不当后果的责任。

(五) 网络传播强化极端态度

从结果上看,伴随“江歌案”舆情从引爆至高潮的发展,网民的极端态度也呈现出强化趋势(由引爆期的46.08%增长至高潮期的54.77%),尤其是极端支持江某某的比例在议题发展过程中有十分显著的增长(从引爆期的70.91%到高潮期的79.21%,再到衰退期的82.86%)。此外,网民的愤怒情绪以及非理性表达在引爆期、延续期和高潮期也体现出了某种上升趋势(前者在三阶段中分别占比35.96%、25.00%、49.39%,后者在三阶段中分别占比59.39%、57.63%、67.48%)。而通过对该案例传播过程的分析,笔者认为造成网民极端态度强化的原因,可能包括以下两个方面:

其一,在移动互联网基于关系网络的传播中,拥有较大话语权力的个体或组织一般会成为传播流程的核心节点,左右传播的整体方向。“江歌案”中,以“咪蒙”为代表的自媒体“大V”就是一类典型的核心信息节点。由于拥有超过千万的粉丝,“咪蒙”的文章在发布当晚阅读量便很快突破了10万,之后被至少60家媒体转发²。这种网络时代的强大话语权力,不仅使“咪蒙”在“江歌案”中发出了比很多专业媒体都要响亮的声音,在网络话语结构的“马太效应”(李彪,2012)之下,作为网络传播中的核心信息节点,它的态度观点对网络舆论走向的影响,相较于很多专业媒体来说,也表现得更为明显。

其二,移动互联网环境还增强了信息级联效应,即个人的选择往往会受到前人信息的影响,甚至由此出现放弃个人想法、追随前人的现象。这种信息传播在移动互联网中被放大,各类移动应用的热门文章以及用户的评论和转发对网民的信息选

择有着显著影响,文章或评论越热门,就越可能频繁地出现于网民的视野之中,并被越多网民所接受,反之则越有可能被忽略。这意味着,通过移动社交网络进行滚雪球式的级联,带有极端倾向的信息会得到更多的认可并被补充更多的“证据”。

在媒介使用、群体心理、传播机制等多种影响因素的作用下,态度相同、情绪一致的网民开始在网络上缔结形成意见群体,通过相互点赞、评论等方式强化自身、排斥异见。在“江歌案”中,他们中的部分人还在现实生活中集结起来,以实际行动对江某某表示声援,比如审判前到现场陪伴、帮助江某某收集请求判处陈某死刑的签名,审判阶段到东京地方裁判所录制现场视频、实时翻译审判内容、通过微博等平台将现场信息传回国内等。这些行动具有很大的自发性,目标明确、分工清晰,是一种网民基于共同立场与诉求形成的自组织的集体行动。

此外,尽管在“江歌案”中没有网络水军参与的直接证据,但我们亦需警惕那些通过炒作、组织网络水军的方式制造和左右舆论的舆论操纵者。这些舆论操纵者会利用网民的同情心和正义感营造“一边倒”的舆论氛围。有数据(李彪、郑满宁,2012)表明,网络水军参与的舆情事件中,利用网民仇官、仇富、同情弱者、猎奇等社会心态炒作的事件占到了总体的92.3%。

(六) 网络特性固化极化倾向

作为网络群体极化的发生场域,移动互联网的“回音室效应”和算法推荐是网民极端倾向不断固化的重要原因。

“回音室效应”是凯斯·桑斯坦在讨论互联网对恐怖主义组织的作用时提到的概念(2009/2010: 153-154):恐怖主义组织“充当一个交互式的‘回音室’,促使不满情绪和相信阴谋论的观点升级到仇恨的程度”。在移动互联网环境中,受群体传染与暗示、信息级联效应等因素的影响,人们寻找并选择与自己意见相同的团体,加入与自己兴趣爱好一致、价值取向相似的微信群、QQ群、问答社区等虚拟社群,并与他人展开讨论。这些虚拟空间承担起为群体成员过滤信息、统一立场、凝聚情感的作用,经过彼此之间信息的交换、情绪的感染、观点的支持,社群成员对自身所持立场以及观点的正确性和正当性越来越有信心,极化倾向因之得到固化。

除了“回音室效应”,移动互联网普遍运用的算法推荐对群体极化倾向的固化也有着重要影响。现在,算法主导的信息推荐技术以移动用户的媒介使用数据和行为数据为基础,很容易自动帮用户过滤掉其“不感兴趣”或“不认同”的信息,长期以往,用户的信息接触面会渐渐变窄,获取的信息和观点也会愈发单一、同质化,他们的既有意见甚至是偏见,都得到加固。

五、对移动互联网环境下群体极化生发机制的总结

综合以上分析,笔者对移动互联网环境下群体极化的生发机制做出以下归纳(详见图6):(1)争议性源头事件刺激社会现实矛盾是群体极化的根源;(2)自媒体发声煽动公众的非理性情绪触发群体极化;(3)网民的移动互联网媒介使用习惯,如选择性接触、碎片化阅读和激进化表达,加速极端倾向的形成;(4)群体传染、暗示等心理在移动互联网的传播流程和信息级联效应中发挥作用,加速极端情绪扩散;(5)移动互联网“回音室”效应和算法推荐固化了网络舆论的极端倾向;(6)应当负起理性引导责任的专业媒体、网络监管及网民媒介素养等未能起到应有作用;(7)群体极化现象在上述诸多因素的交互作用之下产生。

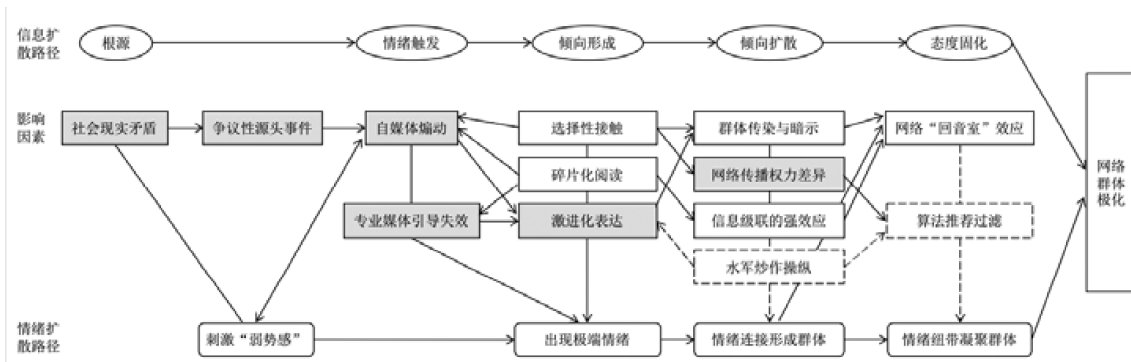


图6：移动互联网环境下群体极化的生发机制

针对图6所展示的移动互联网环境下群体极化的生发机制,需要进一步说明的是:其一,为全面呈现移动互联网环境下群体极化的生发机制,本研究将选择性接触、碎片化阅读、群体传染与暗示、信息级联效应、网络“回音室”效应等已经经过前人验证的,对网民态度形成存在影响的传播机制及群体心理因素也一同纳入到整体机制当中,同时也将其作为阐释网络群体极化现象的部分理论资源;其二,本文通过对“江歌案”议题的内容分析,发现了作为根源的社会现实矛盾、具有争议性的源头事件、自媒体煽动和专业媒体引导失效、网民激进化表达行为、在移动互联网中得到强化的传播权力差异等五个因素(图中灰色底纹框)在移动互联网群体极化发生过程中的影响及其作用阶段;其三,图6中用虚线框表示“水军炒作操纵”以及“算法过滤推荐”两个影响因素是笔者综合移动互联网中群体极化的表现得出的推测,由于篇幅限制尚未在本研究中得到充分验证,这也是笔者在下一步研究中努力完善的方向。

(责任编辑:王睿路)

注释 [Notes]

1. 数据来源于《猎豹大数据2017中国app报告：下一次巨变近在眼前了吗？》。检索于<http://cn.data.cmcm.com/report/detail/237>。
2. 由于“咪蒙”此篇文章后来被删除，无法直接对其传播路径进行分析，笔者通过百度搜索和微信搜索统计到目前仍有至少60篇转发。

参考文献 [References]

- 陈潭、黄金（2011）。群体性事件的网络舆情及其传播逻辑。《理论探讨》，（4），140-142。
- 董玉芝（2014）。新媒体视域下网络群体极化的成因及对策。《新闻大学》，（3），113-119。
- 古斯塔夫·勒庞（2016）。《乌合之众》（何道宽译）。北京：北京大学出版社。
- 郭光华（2004）。论网络舆论主体的“群体极化”倾向。《湖南师范大学社会科学学报》，33（6），110-113。
- 郭庆光（2011）。传播学教程（第二版）。北京：中国人民大学出版社。
- 韩敏（2016）。移动互联网时代新媒体事件的网络协商与群体极化——基于“成都女司机被打”事件的内容与文本分析。《当代传播》，（5），55-58。
- 何新华（2008）。网络暴力事件中的受众心理机制。《新闻爱好者（理论版）》，（10），9-10。
- 凯斯·桑斯坦（2010）。《极端的人群：群体行为的心理学》（尹宏毅、郭彬彬译）。北京：新华出版社。
- 乐媛、杨伯淑（2010）。网络极化现象研究——基于四个中文BBS论坛的内容分析。《青年研究》，（2），1-12。
- 李彪（2012）。微博意见领袖群体“肖像素描”——以40个微博事件中的意见领袖为例。《新闻记者》，（9），19-25。
- 李彪、郑满宁（2012）。微博时代网络水军在网络舆情传播中的影响效力研究：以近年来26个网络水军参与的网络事件为例。《国际新闻界》，（10），30-36。
- 李志雄（2013）。网络社群的变迁趋势和负效应——以微博为例的多维视角分析。《当代传播》，（3），17-19。
- 猎豹全球智库（2018）。《2017中国app报告：下一次巨变近在眼前了吗？》。检索于<http://cn.data.cmcm.com/report/detail/237>。
- 刘丛、谢耘耕、万旋傲（2015）。微博情绪与微博传播力的关系研究——基于24起公共事件相关微博的实证分析。《新闻与传播研究》，（9），92-106。
- 史波（2010）。网络舆情群体极化的动力机制与调控策略研究。《情报杂志》，29（7），50-53、69。
- 王宏波、吴雪芹（2013）。群体性事件舆论传播极化现象评析。《西安交通大学学报（社会科学版）》，33（1），65-70。
- 王田（2017）。从群体特征看网络群体极化的形成与消解——以新浪微博“东莞挺住”事件

- 为例。《电子政务》，（5），61-74。
- 夏倩芳、原永涛（2017）。从群体极化到公众极化：极化研究的进路与转向。《新闻与传播研究》，（6），5-32、126。
- 辛文娟（2014）。微博中群体极化呈现方式及动力机制探析——基于“武大赏樱门票涨价”事件。《中国出版》，（6），44-48。
- 辛文娟、赖涵（2015）。群体极化视域下网络舆情的演化机制研究——以微博网民讨论“浙江温岭杀医案”为例。《情报杂志》，34（2），47-52。
- 袁光锋（2014）。互联网空间中的“情感”与诠释社群——理解互联网中的“情感”政治。《中国网络传播研究》，89-97。
- 袁光锋（2015）。公共舆论建构中的“弱势感”——基于“情感结构”的分析。《新闻记者》，（4），47-53。
- 中国新闻出版研究院（2018）。《第十五次全国国民阅读调查成果发布》。检索于http://cips.chuban.cc/yjsdt/201804/t20180418_178740.html。
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign (2d Ed.)*. New York: Columbia University Press.
- Lerman, K. & Ghosh, R. (2010, May). *Information contagion: An empirical study of the spread of news on Digg and Twitter social network*. In Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.
- McLeod, P. L. & Baron, R. S. & Marti, M. W. & Yoon, K. (1997). The eyes have it: Minority influence in face-to-face and computer-mediated group discussion. *Journal of Applied Psychology*, 82 (5), 706-718.
- Myers D. G. & Lamm H. (1976). The group polarization phenomenon. *Psychological Bulletin*, 83 (4), 602-627.
- Sia, C. L., Tan, B. C. Y. & Wei, K. K. (2002). Group polarization and computer-mediated communication: Effects of communication cues, social presence and anonymity. *Information Systems Research*, 13 (1), 70-90.
- Spears, R., Lea, M. & Lee, S. (1990). De-individuation and group polarization in computer-mediated communication. *British Journal of Social Psychology*, 29 (2), 121-134.
- Stoner, J.A.F. (1961). *A comparison of individual and group decisions involving risk*. Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.
- Yardi, S., & Boyd, D. (2010). Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 316-327.