

网络情绪传播研究综述及展望

黄宇鑫

(南宁师范大学新闻与传播学院 广西 南宁 530001)



本文微信网页版

摘 要: 进入“后真相时代”, 情绪裹挟事实的现象屡见不鲜。文章梳理了与情绪传播相关的科研成果, 描绘情感研究的学术缘起及发展脉络, 勾勒出网络社会中情绪传播的研究路径, 并对情绪传播研究的走向进行了展望。

关键词: 后真相时代 情绪传播 网络舆情 网络治理

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.02.034

情绪, 作为一个心理学范畴的词汇, 英国《心理学词典》为它所下的定义是: “任何短时间内评估的、情感的、意图的及心理的状态, 包括高兴、悲伤、厌恶以及其它内心感受。” 笔者在对文献整理时发现, 在大量的文献中常常出现情绪研究与情感研究两种概念, 鉴于此, 本文拟对二者进行一个简单的概念辨析。情绪和情感相互区别又密切联系, 情绪是情感的外在表现, 情绪经过时间的积累会内化为人类的情感; 情感是情绪的内在源泉, 当情感积累到一定程度时遇到外部刺激容易引发情绪爆发。不论是在人际传播还是大众传播的过程中, 信息的传播往往携带着情绪和情感的成分, 二者都强调个人、群体或社会对于某一公共事件的态度、心理倾向和评价, 由于本研究不是纯粹的心理学研究, 因此将视情况在文中穿插使用情绪和情感两个概念。

进入“后真相时代”, 当真相尚未调查清楚前, 一些情绪激动的网民往往会借助社交平台借势发泄自己的不满, 这一现象也引发了学术界的广泛关注, 学者赵云泽将情绪传播界定为“个体或群体的情绪及与其伴随信息的表达、感染和分享的行为。”^[1] 长期以来, 人们沿袭下来的思维定式常常将情绪视为非理性的产物, 也造成了传统的舆论学研究的巨大缺项, 有深度的、成体系的理论文献数量不多, 亟待理论界予以回应, 本文拟就当前国内情绪传播研究的学术脉络进行梳理, 并针对当前研究中存在的某些问题进行反思及展望。

一、情为何物: 情感研究在西方学术研究的缘起

西方社会对情感的认识经历了一个从崇尚理性到情感范式复苏之间的摇摆。泰勒斯以“水是万物的始基”开创了西方哲学理性主义的先河; 苏格拉底相信“知识和认识拥有包治百病的力量”; 柏拉图认为“理性是灵魂的最高属性”, 经过柏拉图的发展, 理性成为一个完整的哲学理论并贯穿于整个西方哲学思想体系当中; 亚里士多德就曾提出过理性高于

情感和欲望的观点, 后世关于理智与情感的讨论也大多肇始于这一时期。进入欧洲启蒙运动, 反封建反专制、呼唤理性民主自由之声不绝如缕, 笛卡尔、斯宾诺莎即是其中的典型代表。

十九世纪下半叶, “随着西方资本主义社会矛盾和精神危机的深化和理性崇拜、理性至上所导致的理性自赎性反思和理性自我批判, 非理性主义思潮以现代形态空前地发展”^[2], 孔德将情感视为实现实证主义理想的重要力量, 涂尔干考察了集体情感的作用, 并构建了社会秩序的集体情感基础; 同时代的学者勒庞更为激进, 他对于人类群体心态和集群行为的大胆抨击深刻影响了后世研究; 李普曼在其著作《幻影公众》中就曾表达出对于公众是否具备理性的质疑。被誉为“给西方哲学带来颤栗”的哲学家尼采则高呼“上帝已死”, 并在《悲剧的诞生》中提出了著名的“酒神精神”。

真正让情感社会学确立学术地位的时间发生于二十世纪70年代末、80年代初, 霍赫希尔德出版了《心灵的整饰: 人类情感的商业化》, 她从社会学、心理学和表演理论等多个角度揭示了“情感劳动”这一社会现象, N. 丹森的《情感论》对情感的本质、结构、特点进行了具体的分析。至此, 情感社会学正式起步, 非理性因素研究范式初露头角, 学者们对于情绪、情感的深入挖掘与探索, 也对其它领域的学术研究范式产生了深远的影响。

近年来, 情感社会学的相关理论相继引入中国, 开拓了本土学者的研究视角, 也丰富了相关学术研究范式。改革开放使中国经济总量跃居世界第二, 但“发展不平衡”“发展不充分”的问题依旧存在, 利益分化、贫富差距、多元思潮冲击碰撞, 当社会结构出现不和谐时, 置身于其中的个体往往会感受到不公、欺骗、压迫等负面情绪, 当这种情绪得不到疏解时往往会成为负面的集体记忆。“粉尘效应”提醒我们, 如果负面情绪积攒过多时极易因为一个突发事件而引爆舆情, 严重的甚至可能会对整个社会秩序产生冲击。近年来突发性网络群体性事件、公共危机事件频发, 在各类大小不同的舆情事件中, 网民情绪成为助推舆情发酵的重要因素。

二、情之所至: 网络社会中情绪传播的研究路径

技术迭代, 使人人拥有话语权的梦想成为现实, “也掉入了难以用一种理性标准衡量的‘后真相时代’”^[3], 对网上



各类纷繁复杂的舆情事件的发展脉络进行剖析,会发现许多热点之所以引发群情激奋,其深层次原因是“由于信息公开渠道和政治参与渠道还不够畅通,产生‘舆论倒逼’效应,此时,公众的关注焦点不在于事件的真假,而在于身份的归属和道德对错,情感成为一种道德能量和社会资源”^[4],当事人借助情感的表演和动员产生强大的舆论倒逼效果,为其捍卫自身利益添加砝码。针对社交媒体平台中此起彼伏的舆论热潮,不同学者从不同的角度展开了细致剖析。

(一) 正本清源的视角

赵云泽等人对于情绪的定义、特性及相关主题的学术研究进行了理论追溯,在新闻传播学研究中存在着对情绪传播的重要性认知不够的现象,新闻生产强调客观性,但同时煽情新闻层出不穷,网络公共事件中情绪裹挟事实的现象屡屡出现,这些现实问题亟需学术界进行理论关照,展开情绪传播研究有助于促使舆论学往纵深方向发展,情绪传播应进入新闻传播研究的元理论视角。现阶段的研究需要综合跨学科的视角及方法对情绪的生成和传播机制及其特征做进一步的研究深化。^[5]袁光锋以“情感”为视角对哈贝马斯公共领域理论的研究路径进行反思,试图从“公共实践的情感”“情感”的规范能力以及“情感”与“认知”、公共商议等层面搭建起“公共领域”和“人类情感”之间的联系。作者认为,以“情感”为视角探讨公共领域的问题,不应该站在“情感—理性”的二元对立逻辑上,应超越这一逻辑,重新反思情感与理性认知之间的关系,将“情感”纳入公共领域的研究中来,扩大对公共领域的理解和想象。^[6]郑琪追溯了传统理性主义范式的建构以及情感是融入公共领域研究的过程,当前互联网作为一个公共场域积累了大量的情绪,而我国本土情感研究视角包括三个层面:公众情感、媒体情感、情感话题。未来有关情感研究的话题有待进一步深化。^[7]

从以上文献梳理中我们可以看到当前学术界对于网络情绪传播的研究尚处于理论探索阶段。情绪传播的本质是什么,如何看待反思理性主义范式的现象,具有中国本土色彩的情绪传播研究应该如何构建,对于这些问题,不同的学者有不同的看法。情感研究作为西方社会学的舶来品,在新闻传播学理论中还存在着认知不足的窘境,需要对这些观点进行科学阐述,对于相关理论进行实证研究。转型期的中国,各类突发性公共事件背后有着复杂深刻的社会成因,网民的情绪深深根植于中国社会文化根基之中,我们需要对相关理论进行完善补充,建构针对中国当下社会矛盾问题的情绪传播研究体系,实现东方与西方传播学研究之间的对话。

(二) 情感动员的视角

对于情感动员,国内学术界中一个广为流传的定义是如此解释的:“所谓情感动员是指在互动中,个体或群体通过情感运作,以唤起、激发或者改变人们对事物的认知、态度和评价的过程。”^[8]目前国内对于情感动员的定义多源自霍赫希尔德提出的“情感整饬理论”,许多学者从情感动员的角度出发,产出了一批丰富的学术成果。

杨国斌发现,在中国大陆的网络事件中最能够激发网民展开动员抗争的情感是愤怒、同情与戏谑。不同的社会情感有着共同的内在逻辑即情感逻辑,情感汹涌的网络事件是

整个中国社会情感结构的脉络。^[9]白淑英等人发现,微博上的个体情感动员策略包括悲情弱势策略、情感转移策略、情感交换策略、反诘戏谑策略、自我认同获得策略。群体情感动员的逻辑包括“同情”的动员逻辑、“戏谑”的动员逻辑和“情感冲突”动员逻辑。^[10]孙卫华指出,网络维权中的情感表达和动员模式表现为:作为叙事框架的悲情叙事、作为弱者表达策略的弱者身份、作为道德手段的正义呼唤。情感化的抗争模式在一定程度上成为网民集体参与社会治理、维护自身权利的手段,但也会出现正义被情绪裹挟的现象。^[11]郭小安认为,网络谣言是情感动员中最常用的一种手段,因为从某种意义上来看,谣言甚至是一些公民在缺少表达沟通渠道之下的无奈之举。在初始阶段,谣言采用的动员策略是情境与身份的话语建构,当谣言再次动员时采用的策略则为造势和舆论审判。^[12]

针对情感动员的研究,学者们大多将西方社会运动理论作为解释网络公共事件的理论依据。“悲情叙事”“戏谑叙事”“愤怒叙事”往往成为学者们研究网络舆情事件的切入点,进入数字媒介环境,社交媒体平台上情绪化的叙事逐渐成为一些网民维权时采取的特殊方式,碎片化的内容呈现、煽动式的观点宣泄、真假难辨的事件,共同构成了后真相时代里汹涌澎湃的舆情走向,诸多有关“后真相”的研究也肇始于此。目前关于情感动员的文献研究数量较多,但也存在着学术内卷化的倾向,一些研究者反复将相似的研究框架套用在分析不同的新闻热点中,缺乏进一步提炼和理论迭代的能力。情绪在多大程度上影响和改变了人们的认知态度,网民展开情感动员的效果如何,情感动员传播的中介因素有哪些,哪些情况可能会引发线下的集体行动,线下的集群行为反过来又对网络平台中的情绪传播产生了何种影响,此类研究相对而言较为匮乏。

(三) 原型叙事的视角

荣格在《论分析心理学与诗的关系》中提出了原型的概念,原型是人类潜意识中集体无意识的基本组成部分,它们沉淀于人类的集体记忆中,背后往往折射出人类社会里最朴素的价值观念以及道德观,一旦被唤醒极易引发人类的情感共鸣。在许多公共事件中舆情之所以沸腾,原因之一是某些事件的描述借用了原型叙事框架进而引爆了人们的神经,这一特殊现象引发了学者们的关注。

王宇从叙事学的角度对自媒体展开情绪动员的作用机制展开了研究,他发现,部分自媒体账号善于利用“悲情叙事、复仇叙事”重构事实,原型叙事则是自媒体进行情感动员的内在动力,文本的召唤结构是煽动情绪的隐藏工具。^[13]蒋晓丽等人追溯了原型理论的研究发展史,认为原型会随着社会变迁、社会结构和情感结构的变化不断变形和重塑;而情感传播的原型沉淀机制包括异项标出、原型叙事、原型置换三种形式,此类叙事方式能有效激活个体情感、引发情感共鸣、加剧情感张力。^[14]开薪悦通过对“昆山反杀案”引发的舆情进行分析后发现,原型之所以具有强大的力量在于它能够激活个体情感,达到舆论上的阶段性共识。热点事件中从“个人抗暴”到“侠客复仇”的舆论共鸣,反映出人性要求与生物本能的一种最原始朴素的正义反应、心理感受和道德情

感,这也说明中国礼法社会所形成的原型仍然是影响公众认知与行为模式的文化基因。^[15]

一些学者从叙事学的角度对网络舆情事件展开分析,丰富了情绪传播的理论内涵,也反映出不同学科之间的交叉渗透推动着相关研究朝纵深方向发展,但就论文分布频率而言,原型叙事分析更多地集中在文学、电影、广告的分析研究中,与新闻传播学相关的论文总量偏少,该领域有待更多的学者参与到相关的研究挖掘当中。

(四) 传播机制的视角

李春雷等学者发现,情绪开始时通过一系列象征性体认,双方情绪面貌从个体到群体得到描摹。由此产生的情绪螺旋则表现出“情绪循环”效应的传播机理,情绪在分布、效能、频率三个维度上集中爆发,构建了一个扩散与传播的依赖路径。^[16]王一岚认为,情绪是网络舆情事件中导致群体聚合的助燃剂,微博舆论中公众的情绪传播路径表现为话语共意、身份共意和情绪共意,网民造势的背后,是为了尊严感的获得与个人价值感的再造。^[17]田维钢指出,微博情绪的扩散机理表现为“勾连”“碰撞”“交融”三个维度,网络公共事件中情绪传播路径分为唤醒、激发、汇聚、沉淀与爆发的四个阶段。塑造“情绪符号化”有助于凝聚个体认同感,多元主体构建的话语场景满足了网民的情绪归属感的需要,议程设置对社会情绪的嫁接有促进作用。^[18]赵卫东等人通过采用多智能体建模方法,发现突发事件群体情绪的演化过程表现为人群聚集和接触、受到群体动员或暗示、情绪感染、行为模仿。信息传播将导致情绪感染传播、态度极化传播、行为模仿传播、文化认同传播。^[19]

当前学界对于情绪传播机制的研究热度较高,既有学者结合质性和量化的研究方法对网络舆情扩散展开调研,也有学者从计算传播学的角度对国内特大突发公共事件中的群体行为进行模拟仿真,尝试为情绪扩散进行建模,种种努力有助于拓宽舆论学的研究视角。从总体上看,虽然涌现出一批学术成果,却也存在着一些研究偏重思辨,缺少实证调查,研究方法单一的现象,看似热闹,却难以形成体系;少数研究停留在对数据的描述,招式花哨,但缺少深入分析,所得出的结论往往缺乏理论关照。

(五) 作为舆情治理的视角

郭小安认为,现有的舆论引导观念对社会情感多持有负面态度,情感资源的使用和边界可从几个维度展开:官方话语的拟人化和情感体制的建立,特定时间的参与式互动和游戏式情感体验,创造情感共同体;突发事件中重视情感传递和人文关怀。复杂的舆论生态呼唤着政府和媒体进一步转变思维,处理好情感与理性、引导与监督、秩序与活力之间的辩证关系。^[20]陈华明指出,应以共识筑共情,营造更理想的网络社会;积极打造新时代的集体记忆,政府、组织机构与企业公关要做好民意与情感疏通的媒介渠道,媒体要利用自身记忆书写的功能,充分发挥教育引导的作用,搭建起共识与共情的培育平台,将网络社会应有的集体记忆浸润到理性与共识的土壤中。^[21]丁柏铨等人认为,网络集群行为的抗争主体采用的情感动员策略包括悲情叙事、身份展示和戏谑表达,抗争性网络集群行为生成的情感后果包括:带来网络情

感暴力,催生网络煽情主义,滋生网络民粹主义情感。为此,应加快构建社会结构正义、建设合理的“情感规约”、大力培育正向的情感类型,对抗争性网络集群行为进行有效的情感治理。^[22]

从上述学者的讨论中我们可以看出,对于情感展开治理目前尚处于一种假设的前提下,如何在实际工作中有效地开展情感治理,如何在保障意见自由表达的同时推动公民的数字媒介素养,如何规避情感治理中可能引发的传播伦理问题,相关问题亟需不同学者共同探讨产生新的火花。已有学者对于情感治理可能带来的负面影响表达了担忧:“以文明的名义消解网络的‘负面’情感,同时规避情感表达背后深层的社会原因,那么‘文明’的规训技术就没有能够触及网络事件情感动员的真正逻辑。”^[23]整个社会在推动文明治网的同时,更需要下大力气解决当前社会的难题痛点,努力提高全民的幸福指数。

三、情之所向: 情绪传播研究的未来展望

通过对网络公共事件中与情绪传播相关的文献进行梳理,使我们对于国内的相关研究有了一个大致地了解。近年来,政府加强了对互联网乱象的整治力度,也即所谓的“净网行动”,许多表演式的网络抗争行为逐渐淡出人们的视野;但在许多舆情事件中,情感的作用被显著放大,从饭圈女孩和帝吧出征到刷屏朋友圈的十万加爆款文再到风靡社交平台的表情包符号,个体话语权放大,情绪的传播速度加快。网民借助微博、微信、抖音等社交平台即时发声,情感成为驱动网民追问真相和披露事实的重要动力。与此同时,大量负面情绪借助网络进一步扩散,真假信息鱼龙混杂,增加了人们进行信息甄别的难度,其中隐含着种种舆情危机;而简单粗暴的删帖、控评等手段又容易引发网民的不满和愤怒,进而引发次生舆情,也增加了政府处理危机公关的难度。信息传播者对于公众的情感教育缺乏考量,出现了某些舆论被有意操控的现象,这反映出当下受众的情感教育亟需学者以及新闻工作者在研究和实践中加以重视,并对其进行理论关照。

未来关于情绪传播研究的讨论,笔者认为还可以在以下几个方面做进一步的探索。

(一) 打破理性与情感二元对立的固有思维

理智与情感相伴相生,人类看似理性的选择中隐含着感性的因素,而看似非理性的行为中也包含着人们经过审时度势后的理性思考。对于不同情绪进行分类、探讨不同情绪的感染和传播机制的深层机理,有助于我们理解舆情事件背后复杂的权力关系,寻找到舆论引导的疏解之道。

(二) 针对媒体展开情感动员的研究有待深化

为适应受众视听接收习惯,媒体利用情感展开动员的例子屡见不鲜,大量的正能量话语通过两微一端生产出来,主流媒体试图以此展开新型的情感治理,推动网络文明进程;但有时,媒体为了迎合市场,有意生产或滥用了情绪化的文本和图像,种种心灵鸡汤式的暖文、简单粗暴的定论、饭圈式的表达口吻,既模糊了新闻焦点,又造成了次生舆情并威胁到媒体自身信誉,这些媒介伦理乱象亟需理论界予以回应。



(三) 视觉符号成为情感动员研究的新趋势

相较于大段大段的文字,图片、视频因综合具备了声音、画面、色彩、文字等符号更能直接调动人类的感官。社交平台用户通过转发或自制表情包对图像进行二次加工改造,生成新的意义内涵,因此也衍生出了米姆传播这一概念。由于网民创作的表情包包含了恶搞、调侃、戏谑、讽刺、温情等情感成分能有效地打动人心,并得到病毒式的传播,其承载的情感力量不容小觑,这一现象也被一些学者称之为“媒介奇观”(media spectacle)。在注意力稀缺的环境下,米姆传播逐渐成为一些网民进行情感号召、政治动员、话语抗争的新形式,如何将这种图文并茂的新形式纳入情绪传播研究的分析中,将是未来研究中需要思考的问题。

(四) 对情感治理的探讨应进一步深化

有学者提出了“把情感视为舆情治理的一种资源”(郭小安,2019)的观点,也有学者提出“大力培育正向的情感类型”(陈相雨、丁柏铨,2018),但相关的论文研究数量不多,已有成果还处于一种抽象的理论设想阶段,值得继续挖掘。

(五) 研究有待与不同学科进行交叉融合

如今学术界对于情绪传播的研究大多受到了情感社会学、群体心理学研究范式的影响;一些学者选择了从不同学科的角度对情绪传播现象进行了挖掘。如北京师范大学的喻国明教授领导的团队从认知神经传播学的角度考察了情绪化的新闻文本是如何影响了人们的信息感知;暨南大学的刘涛教授从视觉抗争、情感抗争等角度诠释了网络图像事件运作的符号修辞机制;北京航空航天大学许可教授领导的实验室团队研发了首个针对中文微博的在线情感分析系统MoodLens,他们通过实验建模发现愤怒是网络上相关性最强和最易传播的情绪……针对情绪传播的研究不应只局限于某一范式,不同学科的交叉融合有助于拓宽我们的学术视野,丰富科研的想象力。

四、结语

进入社会转型期,复杂多样的情绪蔓延在社会的各个角落,每当热点事件爆发,一些负面情绪就如粉尘般弥漫于社交媒体中。南京大学社会学教授成伯清指出,权力的不恰当行使是导致社会怨恨的重要根源。唯有通过改革不合理的制度,提升公民的经济收入水平和个人综合素质,推行普遍的情感教育,才能缓解此类社会毒瘤。毕竟,“生活,就是情感体验之流,生活的意义就在这个过程,舍此之外,别无他求。所以,情本体,确实是人一无所傍之后的最终归属。”^[24]情理相融这一理念深深根植于中华文化之中,而感受情绪传播的脉动,也是洞悉整个社会发展态势的重要方式。

注 释:

- [1][5]赵云泽,刘珍.情绪传播:概念、原理及在新闻传播学研究中的地位思考[J].编辑之友,2020(01):51-57.
- [2]李放.西方现代非理性主义思潮的基本特征[J].社会科学辑刊,1995(01):28-31.
- [3]刘雯,黄宇鑫.从个体困扰到公共议题:后真相时代新闻价值标准的流变[J].传媒,2020(06):93-96.

- [4]郭小安.公共舆论中的情绪、偏见及“聚合的奇迹”——从“后真相”概念说起[J].国际新闻界,2019,41(01):115-132.
- [6]袁光锋.“情”为何物?——反思公共领域研究的理性主义范式[J].国际新闻界,2016,38(09):104-118.
- [7]郑琪.公共领域理性与情感的博弈——公共情感研究缘起与分析[J].青年记者,2019(24):32-33.
- [8]白淑英,肖本立.新浪微博中网民的情感动员[J].兰州大学学报(社会科学版),2011,39(05):60-68.
- [9]杨国斌.悲情与戏谑:网络事件中的情感动员[J].传播与社会学刊,2009(09):39-66.
- [10]白淑英,肖本立.新浪微博中网民的情感动员[J].兰州大学学报(社会科学版),2011,39(05):60-68.
- [11]孙卫华,咸玉柱.同情与共意:网络维权行动中的情感化表达与动员[J].当代传播,2020(03):93-97.
- [12]郭小安.网络抗争中谣言的情感动员:策略与剧目[J].国际新闻界,2013,35(12):56-69.
- [13]王宇.原型叙事与文本召唤——以江歌案为例分析自媒体情感动员作用机制[J].传媒观察,2018(08):60-66.
- [14]蒋晓丽,何飞.情感传播的原型沉淀[J].现代传播(中国传媒大学学报),2017,39(05):12-15.
- [15]开薪悦,姜红.从“个人抗暴”到“侠客复仇”:原型视野下的公众舆论——以“昆山反杀案”为中心的研究[J].新闻记者,2019(11):4-14.
- [16]李春雷,雷少杰.突发群体性事件后情绪传播机制研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(06):61-66.
- [17]王一岚.社交媒体语境下情绪传播的机制[J].青年记者,2019(16):52-54.
- [18]田维钢.微博评论中的网民情绪传播机制及策略[J].当代传播,2019(01):66-69.
- [19]赵卫东,赵旭东,戴伟辉,戴永辉,胡虹智.突发事件的网络情绪传播机制及仿真研究[J].系统工程理论与实践,2015,35(10):2573-2581.
- [20]郭小安.舆论引导中情感资源的利用及反思[J].新闻界,2019(12):27-37.
- [21]陈华明,孙艺嘉.情感线逻辑下的网络舆情生发演化机理与治理研究[J].西南民族大学学报(人文社科版),2020,41(05):157-163.
- [22]陈相雨,丁柏铨.抗争性网络集群行为的情感逻辑及其治理[J].中州学刊,2018(02):166-172.
- [23]杨国斌.情之殇:网络情感动员的文明进程[J].传播与社会学刊,2017(04):75-104.
- [24]成伯清.情感的社会学意义[J].山东社会科学,2013(03):42-48.

作者简介:

黄宇鑫 南宁师范大学新闻与传播学院硕士研究生。

【责任编辑:刘君荣】